مجلة المعيار ISSN :1112-4377
مجلد: 23 عدد: 47 السنة: 2019

أخلاقيات مهنة الصحافة من وجهة نظر الأكاديميين والصحفيين–دراسة ميدانية–

Ethics of journalism for practitioners and academics-A field study-

وسام شيبي[1]
طالبة دكتوراه جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
Wissme24@gmail.com
د. رقية بوسنان
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
b_rokeia@yahoo.fr

تاريخ الوصول: 2018/12/31/ القبول: 2019/05/27/ النشر على الخط: 2019/06/15
Recieved: 31/12/2018/ Accepted27/05/2019/ Published online:15/06/2019

ملخص:

تهدف هذه الدراسة للتعرف على وجهة نظر كل من الصحفيين المُمارِسين والأكاديميين تجاه أخلاقيات مهنة الصحافة، من خلال تسليط الضوء على مدى التزام الصحف الجزائرية بأخلاقيات المهنة، إذ تنتمي إلى الدراسات الوصفية، التي تستخدم المنهج المسحي وأداة الاستبيان، وتم تطبيقهما على عينة قصدية من الصحفيين العاملين بمختلف وسائل الإعلام الجزائرية (المكتوبة، السمعية البصرية، الإلكترونية) وكذا عينة قصدية من الأكاديميين المختصين في علوم الإعلام والاتصال من مختلف جامعات الوطن.

وتوصّلت الدراسة إلى أنّ الصحافة الجزائرية لا تزال بعيدة عن مصاف الصحافة العالمية في الالتزام الأخلاقي وهذا يظهر في انتشار الانتهاكات الأخلاقية، إذ تحولت الظروف المزرية للصحفي إلى نقطة ضغط يستغلها المسؤولون لفرض توجهاتهم عليه. وسعياً للحدّ من هذه الانتهاكات، وجب أساساً الحرص على تكوين وتدريب الصحفيين في المجال الأخلاقي.

الكلمات المفتاحية: الأخلاقيات، الصحافة، الأكاديميين، الصحفيين، الممارسة المهنية.

Abstract

The aim of this study is to identify views of both journalists and academics about ethics of journalism by highlighting the ethical commitment of Algerian newspapers. This study focus on a sample of journalists in various Algerian media (written, audiovisual, electronic) so as a sample of algerian academics in information and communication sciences.

The study has reached that The Algerian press is still far from international press in moral obligation, and this shows the spread of moral violations, so to reduce these violations, the training of journalists in the ethical field must be exercised.

Key words: Ethics, Journalism, Academic, Journalist, Professional practice.

[1]– المؤلف المرسل: وسام شيبي، الإيميل: Wissme24@gmail.com

I. المقدمة

تعدّ الأخلاقيات من المصطلحات الفضفاضة التي يصعب تحديدها وحصر مبادئها في مجموعة واضحة ومتّفق عليها من المؤشرات، ذلك أنّها تعتبر شكلاً من أشكال الوعي الإنساني القائم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كل مجالات الحياة، بالتالي فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب المعنوي، وأخلاقيات مهنة الصحافة هي الأخرى، نالت القسط الوفير من الاجتهادات والمحاولات الأكاديمية للضبط والتّقنين، والميدانية من طرف الصحفيين بهدف الوصول إلى وضع ميثاق موحّد يحوي المعايير والمبادئ الواجب التزامها أثناء الممارسة المهنية والتي تمسّ ثلاث جوانب أساسية في علاقة الوسيلة الإعلامية مع نفسها، مع جمهورها، ومع المجتمع ككل، باعتبارها جزءاً لا يتجزّأ من النّسق الاجتماعي، لها دور فيه، كما تقع على عاتقها مجموعة من المسؤوليات.

كما تقتضي الأخلاقيات الصحفية أن يكون الصحفي مُراقباً مُحلّلاً من أجل المصلحة العامة والدّفاع عن النّاس العاديين، وكشف مكامن الفساد، ونصرة المظلوم، وتحليل الظواهر السياسية والاجتماعية التي يعاني منها النّاس ولا يملكون القدرة على فهمها وتحليلها أو معارضتها، فهم يريدون معرفة الوقائع التي تعينهم على تشكيل رأي عام، كما يريدون تحليلها ونقدها، ثمّ التصرّف على هذا الأساس.

وكون الصحفيين العاملين في الميدان، وكذا الأكاديميين يُعتبران حجر القاعدة في وضع الأسس والمبادئ الخاصة بأخلاقيات مهنة الصحافة، ارتأينا التركيز عليهما في هذه الدراسة، والعمل على رصد آرائهم وأفكارهم وتوجهاتهم تجاه هذا الموضوع، بهدف التوصّل إلى مجموعة من المقترحات والتوصيات من أجل تحسين جودة الأداء المهني فيما يتعلّق بالالتزام بأخلاقيات الصحافة.

II. إشكالية الدراسة

تواجه وسائل الإعلام كافة، في ضوء التطورات التكنولوجية المتسارعة، الكثير من التحدّيات على رأسها تحدي المعايير المهنية، انطلاقاً من المسؤولية الاجتماعية التي تلتزم بها وسائل الإعلام تجاه الجمهور من جهة، وتجاه الوسيلة نفسها من جهة أخرى.

ويعدّ التفكير الأخلاقي أوّل مبادئ العمل الصحفي، فقبل كتابة الخبر أو نشر الصورة لابدّ أن يفكّر الإعلامي أو الصحفي – محرّراً كان أو مصوّراً– في جميع المشكلات التي ستثيرها تلك الأخبار أو الصّور بعد النّشر، فلابدّ للصحفي من دراسة كلّ الخيارات لديه، لذا وضعت الدول والجمعيات وحتى المؤسسات الإعلامية مجموعة من المبادئ في شكل قوانين، إعلانات، مواثيق شرف تحكم سلوك الإعلاميين والصحفيين وتشمل –على سبيل المثال لا الحصر– سياسات تتعلّق بقبول الهدايا أو تكليفات خارج العمل الرسمي... بل حتى أنّ هناك حالات طُرِد فيها مُراسلون لأنهم أقاموا علاقات شخصية مع المصدر أو استغلوا المعلومات لتحقيق منفعة ذاتية...

وقد سعت الجزائر، على غرار بقية الدول، ومنذ استقلالها، إلى وضع ترسانة من القوانين التي تُعنى بالميدان الإعلامي رغبةً منها في تنظيمه وتلافي المخالفات التي يمكن أن يقع فيها ممارسو هذه المهنة، لكنّ هذه القوانين والمواثيق لم تسلم من النّقد، سواء على مستوى الصياغة والمحتوى، وكذا على مستوى فاعليتها وواقع تطبيقها على الميدان، وإن كانت من القوّة بمكان لتتمكّن من ردع كلّ من يعمل بمجال الصحافة عن ارتكاب المخالفات وكلّ ما من شأنه أن يمسّ الجانب الأخلاقي لهذه الممارسة.

هذا ما دفعنا للبحث في هذا الإطار، لتسليط الضوء على واقع أخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر، وذلك من جانبين؛ الأول ارتأيناه أن يتعلّق بالأكاديميين والمُنظّرين في مجال علوم الإعلام والاتصال، والذين يمتلكون نظرةً خاصة بهم حول ما يتعلّق بأخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر، وذلك من خلال اطلاعهم الواسع على الأدبيات العالمية والعربية، مما يُمكّنهم من تقديم نظرة تقييمية في هذا الصّدد، من جهة أخرى لا يمكننا التحدث عن أخلاقيات الممارسة دون التقرّب من أهل الميدان، فهم بدورهم يمتلكون نظرة مُستمدّة من الميدان وممارستهم المستمرّة، ومختلف التّجارب التي حظوا بها، ما يجعلهم أهلاً لإبداء آرائهم وتقديم أفكارهم وانتقاداتهم، والبدائل التي يقترحونها للتغلّب على النقائص التي يعايشونها.

ولنجمع بين النظرتين؛ الأولى وهي النظرية من طرف الأكاديميين، والثانية وهي الميدانية من طرف الإعلاميين، جاء التساؤل الرئيس في دراستنا على النحو الآتي:

كيف ينظر الأكاديميون والصحفيون المُمارِسون لأخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر؟

وقد تفرّع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية، جاءت على النحو الآتي:

- هل تلتزم الصّحافة الجزائرية بأخلاقيات المهنة من وجهة نظر كلّ من الأكاديميين والصحفيين؟
- ما هي الانتهاكات التي تقع فيها الصحافة الجزائرية من وجهة نظر كلّ من الأكاديميين والصحفيين؟
- ما هي مقترحات كل من الأكاديميين والصحفيين الممارسين لتحسين جودة الأداء المهني فيما يتعلّق بالالتزام بأخلاقيات الصحافة؟

2.تحديد المصطلحات

إن الالتزام بالدقة في التعبير وتحديد المفاهيم والمصطلحات يمثّل معياراً مُهِماً لتصميم بحث دقيق وجيّد، ويعتبر إطار المفاهيم بمثابة الخلفية التي يعتمد عليها الباحث في تحديد مسار دراسته، حيث تُمَكِّنُهُ من تحديد وحصر مضمون ودلالة المشكلة أو الظاهرة المدروسة. فالمفهوم عامة، تمثيل عام يبرز مظهر الواقع فهو الوسيط بين الواقع والعالمية، له ميزة التجريد [1]، وحسب تصنيف Madeline Grawitz في هذا الشأن فإنّ هذا المفهوم يُنَظِّمُ الواقعَ بِأَخْذِ المعاني الدالة على الظواهر [2]، فَلَهُ مَهَمَّةُ إِرْشَادِ البَاحثِ حيث يمده بوجهة نظر معينة، وعادةً ما يُنْسَبُ المفهومُ إلى مجموعةِ الظواهرِ المعمّمَةِ أكثر منه إلى الظاهرةِ البسيطةِ التي تُدرَكُ بالبَصَرِ مباشرةً [3].

فهذا العنصر يتضمن توضيح المفاهيم المُشَكِّلة لموضوع الدراسة، ومِنْ ثَمَّة تحديدها تحديدًا إجرائياً خاصاً بالموضوع المدروس:

1.2. الأخلاق

جاءت كلمة "خُلُق" بمعنى السجية، وقد قال رسول الله ﷺ في الحديث الشريف: "ليس شيئًا عند الله أثقل من حسن الخُلُق"، والخُلُق هو الدين والطبع والسجية، وهو صورة الإنسان الباطنة وهو نفسه، وأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخُلُق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها، ولها أوصاف حسنة وقبيحة، والجمعُ خلقان وأخلاق.

---

[1] Albarelo Luc, **Apprendre à rechercher ; l'acteur social et la recherche scientifique**, de Boeck Université, Belgique, 1999, p39.

[2] Ibid, p39.

[3] Boudon Raymond, **les méthodes en sociologie**, PUF, 5 eme édition, France, 1980, p 50.

والأخلاق جمع خلق؛ وهي تدل على الصفات الطبيعية في خلق الإنسان من هيئة مستحبة ومتناسقة أو غير ذلك، وانعكاسها على سلوك الفرد وعاداته واتجاهاته كالتدين والاستقامة والسلوك [1]، وهي مجموعة من المبادئ الأخلاقية، وهي قانون غير مكتوب في كثير من الأحيان؛ وتعمل على توجيه سلوك الأفراد [2].

وعرّف السيّد بخيت الأخلاقيات بأنها "مجموعة من المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول؛ وهي مشتقة من العادات والأعراف الموجودة في مجتمع ما، وكلمة ethics مشتقة من الأصل اللاتيني etho ويعني الشخصية القويمة أو ما يجب أن تكون عليه الشخصية السّوية وكيفية اكتسابها، وكلمة المبادئ الأخلاقية أو قواعد السلوك الأخلاقية morality مُشتقة من الأصل اللاتيني mores بمعنى العُرف أو العادات، وتشير إلى الطريقة التي يتصرّف بها النّاس، وعامة تتعاطى الأخلاقيات مع الأسس الفلسفية لصناعة القرار والاختيار من بين عدة بدائل تحتمل الصواب والخطأ في أمور معنوية وإنسانية"[3].

أما أخلاقيات المهنة فهي مجموعة القواعد والأسس التي يجب على المهني التمسّك بها والعمل بمقتضاها ليكون ناجحاً في تعامله مع النّاس، ناجحاً في مهنته، ما دام قادراً على اكتساب ثقة زبائنه وزملائه ورؤسائه [4].

2.2. أخلاقيات الصحافة

يُجْمِعُ المتخصصون بوسائل الاتصال الجماهيرية على أن لكلّ مهنة في المجتمع أخلاقيات وسلوكيات تعبر في مضمونها عن "العلاقات بين ممارسيها من ناحية، والعلاقات بينهم وبين عملائهم من ناحية ثانية، وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه من ناحية ثالثة، وهذه الأخلاقيات والسلوكيات قد تكون متعارفا عليها، وقد تكون مبادئ ومعايير يضعها التنظيم المهني للمهنة"[5]

ونعني بالأخلاقيات المهنية في مجال الصحافة، أنّ على العاملين في وسائل الاتصال الجماهيرية ومنها الصحافة "أن يلتزموا في سلوكهم تجاه أنفسهم وتجاه الآخرين وتجاه جماهيرهم بمبادئ وقيم أساسية. والالتزام بهذه المبادئ والقيم الأساسية من الواجبات الشخصية، أي أنه التزام شخصي يقع على كل واحد منهم بصفة شخصية ليكون سلوكاً سليماً وأخلاقياً"[6]

كما ويُعَرِّف "كوهين وإليوت" أخلاقيات الصحافة على أنها ذلك الفرع من الأخلاقيات المهنية الذي يتناول المشكلات المتعلّقة بسلوك المندوبين والمحرّرين والمصوّرين الفوتوغرافيين والمنتجين وجميع المهنيين الذين يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها [7].

التعريف الإجرائي: هي تلك المعايير والضوابط المهنية التي يجب أن يلتزم بها الصحفي، انطلاقاً من مسؤوليته الاجتماعية ومن الضوابط الأخلاقية المُقرّرة في قوانين الإعلام ومواثيق الشّرف المُعتمدة وطنياً، وما هو مُتعارَفٌ عليه من أخلاقيات مهنية عالمية.

---

(1) ابن منظور، **لسان العرب**، نسخة جديدة مُصحّحة اعتنى بها أمين محمد عبد الوهاب ومحمد الصادق العبيدي، الجزء السابع، ط3، دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر والتوزيع، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، 1999، ص 217

(2) جين فوريمان، **أخلاقيات الصحافة**، ترجمة محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (مصر)، 2012، ص 46

(3) بخيت السيّد، **الانترنت وسيلة اتصال جديدة –الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية–**، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط2، 2010، ص 391

(4) محمد عبد الغني، **أخلاقيات المهنة**، مكتبة الرسالة الحديثة، عمان، 1986، ص 16

(5) محمد محمد البادي، **الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول 1997، ص 208.

(6) المرجع نفسه، ص 208-209.

(7) سليمان صالح، **أخلاقيات الإعلام**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2005، ص 76

3.2. الممارسة المهنية:

يقصد بالممارسة "مزاولة العمل الصحفي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات ومجال الحركة، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية"[1].

وتتّضح مجالات تطبيق السياسة الإعلامية في الوطن العربي من خلال وجود أنظمة إعلامية تنحو منحىً ليبرالياً بإطلاق حق ممارسة العمل الصحفي للمواطنين جميعاً، وأخرى ذات منحى اشتراكي(مركزي) والثالثة تأخذ بأسلوب القيد المسبق لدى الأجهزة الحكومية قبل مزاولة العمل الصحفي.

وتحدّد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية "حدود الممارسة المهنية الصحفية ما هو مسموح وما هو محظور حفاظاً على تماسك النظام وأيديولوجيته ومكوناته ذاتها"[2]

إذن نخلص إلى القول إن الممارسة المهنية في دراستنا هي مزاولة الصحفي للمهنة الصحفية في مختلف جوانبها، أي بالتعامل مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال وعلى رأسها شبكة الانترنت بكل ما تنطوي عليها من حقوق وواجبات وتحديثات، ويكتسب الصحفي خبرته، فضلاً عن تأهيله الأكاديمي عن طريقين، أولهما كسب المعرفة من خلال الممارسة وثانيهما المعرفة الدقيقة بالاختصاص الذي يمارسه والإلمام بالتطورات التكنولوجية في هذا المجال.

3.الإجراءات المنهجية للدراسة

1.3. نوع الدراسة ومنهجها

لكل دراسة علمية طريقة ومنهج خاص يستعمله الباحث من أجل الحصول على معلومات حول الظاهرة المدروسة والتحليل الموضوعي لها، فموضوع دراستنا يندرج ضمن **الدراسات أو البحوث الوصفية** التّي تسعى لوصف الظاهرة موضوع الدراسة والتعمق في دراستها وتحليلها بهدف الوصول إلى نتائج علمية دقيقة، وتعرّف الدراسات الوصفية بأنّها:" طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها علميا عن طريق جمع بيانات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسات الدقيقة"[3]

ونستخدم في دراستنا **المنهج المسحي** باعتباره من أنسب المناهج العلمية وأكثرها ملاءمة للدراسات الوصفية بصفة عامة، كونه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الاجراءات المنظمة التّي تحدّد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها [4]

2.3. أدوات جمع البيانات

---

[4] راسم محمد الجمال، **الاتصال والإعلام في الوطن العربي**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 1991، ص60

[5] المرجع نفسه، ص 38

[3] محمد شفيق، **الخطوات المنهجية لإعداد البحث الاجتماعي**، المطبعة المصرية، الاسكندرية،1985، ط1، ص55.

[4] محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الاعلام**، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1972، ص 183

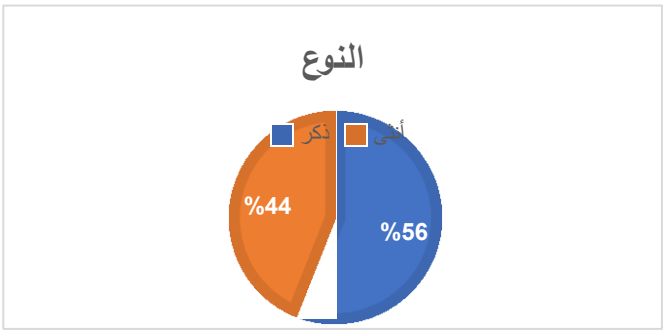
تعتمد دراستنا أساساً على **الاستبيان** الذي يُعرّف بأنه" عبارة عن نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة أو موقف، ويتم تنفيذ الاستمارة، إمّا عن طريق المقابلة الشخصية أو أن ترسل إلى المبحوثين عن طريق البريد"[1]

كما تُعرّف أيضا بأنها:" أداة أساسية من أدوات جمع البيانات التّي يتطلبها البحث الميداني في البحوث الاستكشافية لجمع أكبر قدر من المعلومات عن الظاهرة موضوع الدراسة، وهي تستخدم بكفاءة أكثر في البحوث الوصفية لتقرير ما توجد عليه الظاهرة في الواقع"[2].

وقد تمّ تقسيم استمارة الدراسة إلى ثلاثة محاور أساسية بالإضافة إلى البيانات الشخصية للمبحوثين، إذ تمّ تخصيص المحور الأول لـ "مدى الالتزام بأخلاقيات الصحافة" واحتوى على 06 أسئلة، وخُصّص المحور الثاني "الانتهاكات الأخلاقية للصحافة الجزائرية" واحتوى هو الآخر على 06 أسئلة، أما المحور الثالث فقد عُنِيَ بـ "تحسين الأداء المهني الأخلاقي للصحافة الجزائرية" واحتوى على 04 أسئلة، فيما خصصت 03 أسئلة للبيانات الشخصية للمبحوثين من أجل التعرف على الخصائص العامة لمفردات عينتنا.

3.3. مجتمع البحث والعينة

يُعرّف مجتمع البحث حسب "مادلين غرافيتس" على أنّه "مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميّزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يُجرى عليها البحث أو التقصّي"[3]، ولمَّا كانت دراستنا تهدف إلى بحث موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة من وجهة نظر الأكاديميين والمُمارِسين، فإن مجتمع بحثنا يتمثل في كلّ من الصحفيين والأكاديميين الجزائريين المتخصصين في ميدان علوم الإعلام والاتصال، ونظراً لاتساع مجتمع البحث واستحالة الحصر الشامل له، كان لزاماً علينا العمل وفق مبدأ العينة، والتي تُعرّف على أنّها "الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طُرق محدّدة، ليُمثّل مجتمع البحث تمثيلاً علميًّا سليماً"[4] ونظرا لطبيعة دراستنا ومتطلبات بحثنا، وقع اختيارنا على العينة القصدية، فبالنسبة للأكاديميين، خصصنا بالدراسة أساتذة من جامعات: الجزائر 3، قسنطينة 3، أم البواقي، بسكرة، المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام، باتنة 2، أما الصحفيون فقد كانوا من: (القنوات: دزاير نيوز، الشروق TV، Beur TV، الجزائرية وان)، (الصحف المكتوبة: النصر، الشروق، آخر ساعة، المشوار السياسي، الوطن)، (الإذاعة: إذاعة أم البواقي، إذاعة سيرتا بقسنطينة، إذاعة جيل أف أم)، (الصحف الإلكترونية: الشروق أون لاين، الوطن أون لاين).



– توصيف عينة الدراسة الميدانية

(1) رشيد زرواتي، **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، مطبعة دار هومة، المسيلة، الجزائر، ط1، 2002، ص103.

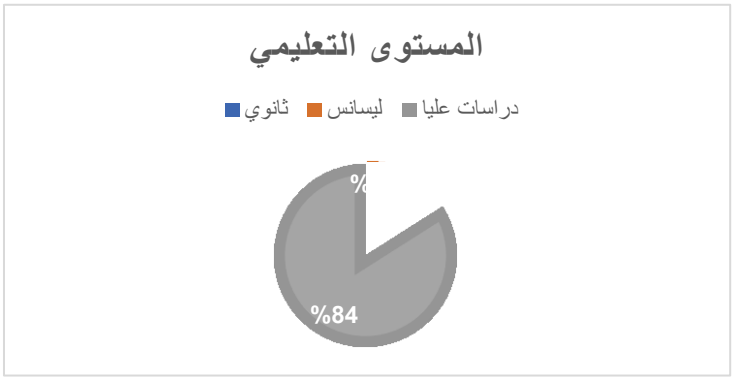
(2) عبد الله محمد عبد الرحمن ومحمد علي البدوي، **طريق البحث الاجتماعي**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر، 2002، ص371.

(3) موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة، ط1، الجزائر، 2006، ص62

(4) أحمد بن مرسلي، **الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال**، دار الورسم، للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2013، ص 170

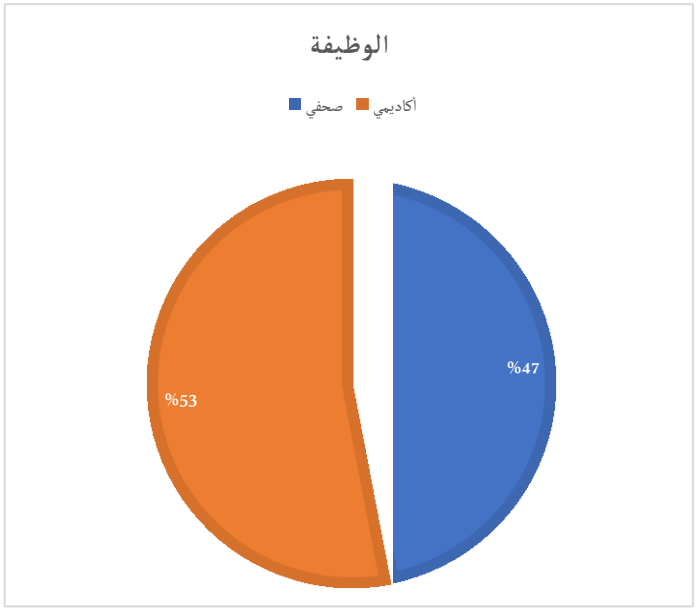
الشكل رقم (1) يوضح توزيع مفردات العينة حسب النوع

يوضح الشكل أنّ أفراد العينة قد تقاربت نسبهم من حيث النوع، إذ بلغت نسبة الذكور 56% ونسبة الإناث 44%، وذلك نظراً لأن كلاً من مجالي الصحافة والبحث العلمي لم يبقيا حكراً على الرجال وحدهم، وإنما باتت المرأة شريكاً فعالا فيهما.



الشكل رقم (2) يوضح توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

يتضح من خلال الشكل انعدام نسبة المفردات ذات المستوى التعليمي الثانوي، فيما شكّل الحاصلون على شهادة الليسانس نسبة لم تتعدّ 16%، لتحتلّ الفئة التي واصلت الدراسات العليا النسبة الأكبر والتي قُدِّرت بـ 84%، وهذه نتيجة طبيعية نظراً لكون العينة المقصودة بالدراسة تتمثل أساساً في الصحفيين والأكاديميين.



الشكل رقم (3) يوضح توزيع مفردات العينة حسب الوظيفة

يتضح من خلال الشكل التفاوت الطفيف في مفردات العينة من حيث الوظيفة بين الصحفيين، الذين مثلوا نسبة 47% والأكاديميين بنسبة 53%، هذا التفاوت جاء بعد مراجعة الاستمارات المحصّل عليها، إذ تمّ إلغاء بعض استمارات الصحفيين، نظراً لعدم الإجابة على عدد كبير من الأسئلة، أو لتضارب بعض الإجابات.

4.المدخل النظري للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية

المسؤولية الاجتماعية هو مفهوم غربي انتقل للإعلام من مجالي الاقتصاد والعلاقات الدولية، حيث دعت التطورات الاقتصادية إلى التزام المنشآت الصناعية الأمريكية بمسؤوليتها الاجتماعية [1]، فبعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الملاحظات كان لا بد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبدأت المراجعات النقدية للنظرية الليبرالية للصحافة ابتداء من العقد الثاني من القرن العشرين [2].

ويؤرخ هذا المفهوم في الإعلام والصحافة بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية (لجنة هيتشنز) الصادر عام 1947، والذي نبّه إلى أنّ التجاوزات التي تحدث من قبل الإعلام والصحافة لها أكبر الضرر على المجتمع، وهو التقرير الذي يعد أساس نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة، التي جاءت كمراجعة للنظرية الليبرالية التي سادت الإعلام والصحافة الغربيين حتى أربعينيات القرن الماضي.

وقد أكمل التأسيس النظري لنظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة الرواد: إدوارد جيرالد، تيودور بترسون، ويليام رفرز، جون ميرل، وغيرهم ...، وصولاً لِمُنَظِّرها المُحدثين أمثال: ديني اليوت، كليفورد كريستيانز [3]، وغيرهما. وتأسيساً على إعلان لجنة هيتشنز، أشار دينيس ماكويل (D. Mquail) إلى مجموعة من الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية:

- على وسائل الإعلام التزامات تجاه المجتمع يجب أن تقوم بها لتحصل على ثقة الجمهور
- ضرورة أن تنشر وسائل الإعلام ما يتميز بالحقيقة والعدالة والدقة والمصداقية والتوازن
- يجب أن تكون وسائل الإعلام حرة، وأن تعمل على تنظيم نفسها ذاتياً
- يجب أن تلتزم وسائل الإعلام بمجموعة من القوانين ومواثيق الشّرف الصحفي والمعايير المهنية، بحيث تتجنّب ما يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى
- ينبغي على الصحافة أن تكون متعدّدة الآراء، وتلتزم بحقّ الردّ.

والمسؤوليات الإعلامية أو الصحفية يتم إدراكيا من خلال ثلاثة مستويات وهي [4]:

أولاً: القيام بالوظائف الممكنة أو الأدوار الاجتماعية الملائمة للصحافة، وتشمل الوظائف السياسية، والتعليمية، ووظائف الخدمات، والوظيفة الثقافية.

ثانياً: معرفة المبادئ التي ترشد وسائل الإعلام –ومن بينها الصحافة– إلى تحقيق الوظائف السابقة بطريقة إيجابية أو مسؤولة.

ثالثاً: معرفة أنواع السلوك الذي يجب مراعاته من جانب الإعلاميين والصحفيين لتحقيق هذه المبادئ الإرشادية.

III. نتائج الدراسة الميدانية

01 – مؤشرات الالتزام بأخلاقيات الصحافة لدي الصّحفيين

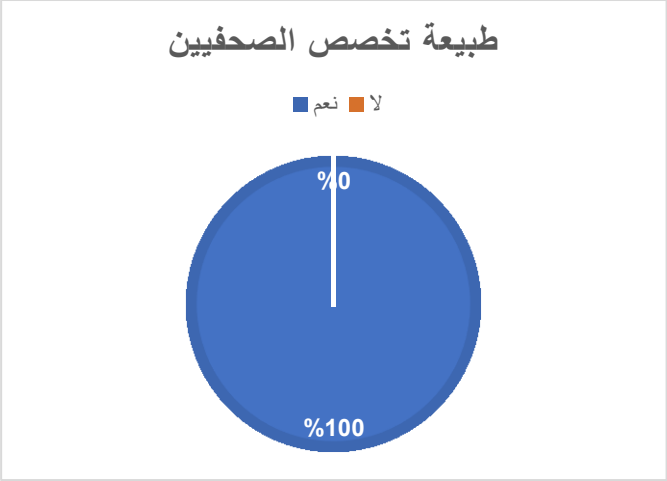
---

(1) محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2003، ص 17

(2) خلدون عبد الله، **الإعلام وعلم النفس**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010، ص 100

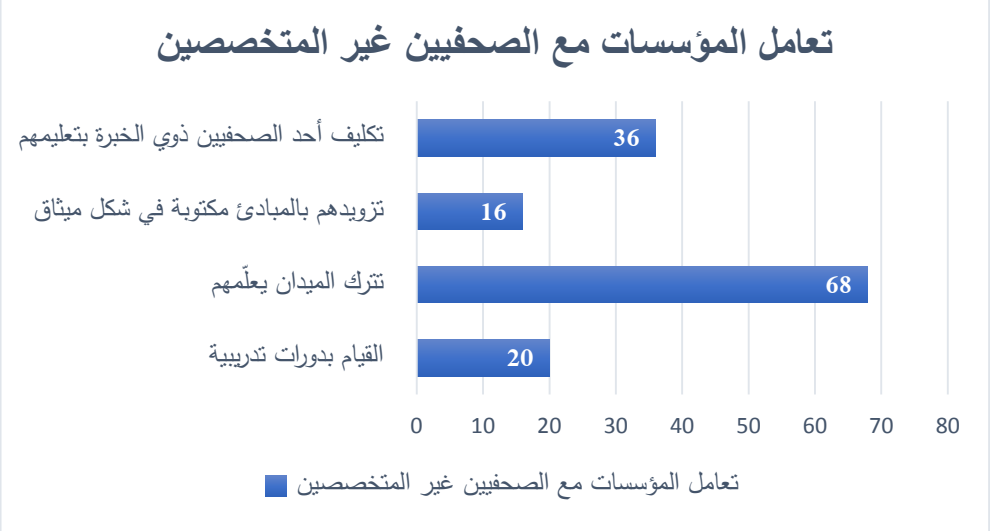
(3) محمد حسام الدين، **مرجع سابق**، ص 17

(4) المرجع نفسه، ص 18



الشكل رقم (4) يوضح طبيعة تخصص الصحفيين الذين توظفهم المؤسسات الإعلامية في الجزائر

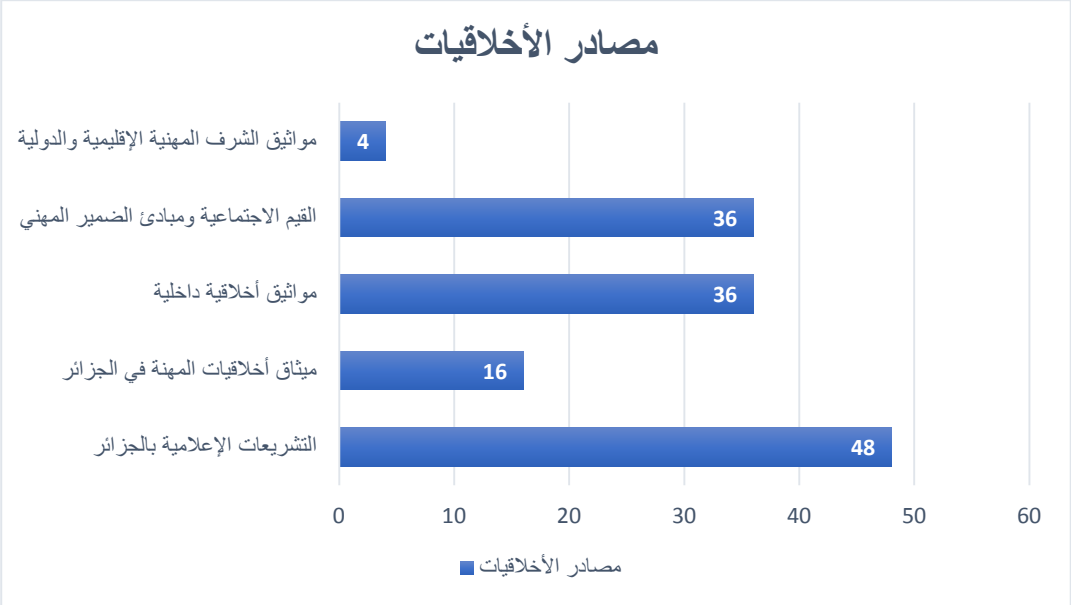
يتضح من خلال الشكل أعلاه، أنّ جميع أفراد العينة بنسبة 100% قد اتفقوا على أنّ المؤسسات الإعلامية الجزائرية توظف برتبة صحفيين، عاملين لم يدرسوا تخصص الإعلام، بالتالي نجد أنّ عامل التخصص ليس شرطاً أساسياً بالنسبة للمؤسسات في التوظيف، وهذا ما يمكن أن نعتبره إيجابياً من جهة، إذ أنّ مهنة الصحافة تلتقي مع جميع التخصصات وتستفيد منها، وسلبياً من جهة أخرى، إذ أنّ هذا الملتحق الجديد بمهنة الصحافة، لا يملك أدنى فكرة عن خصوصيات هذه المهنة وأخلاقياتها والتزاماتها، ما يفرض على المؤسسة ضريبة تكوين هذا الصحفي وتدريبه حتى يتمكن من ممارسة مهنته وتجنب الوقوع في انزلاقاتها ومخالفاتها.



الشكل رقم (5) يوضح تعامل المؤسسات الإعلامية في الجزائر مع الصحفيين غير المتخصصين

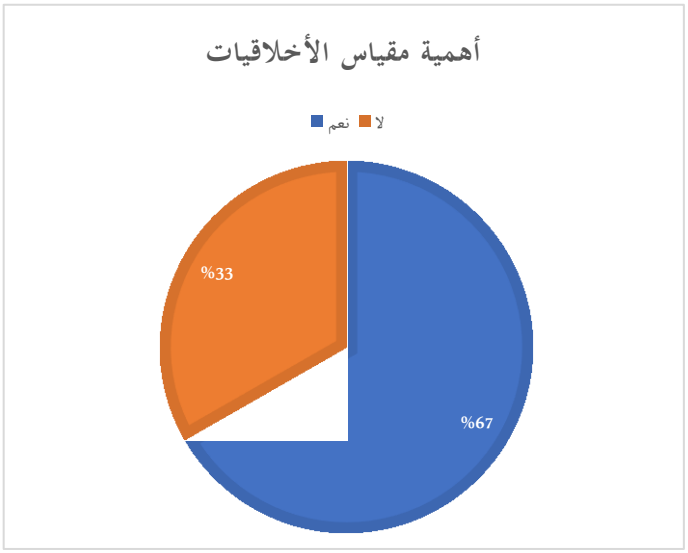
يتضح من خلال الشكل أعلاه أنّ 68% من المؤسسات الإعلامية عند توظيفها لصحفيين غير متخرجين من كليات الإعلام، تترك الميدان يعلّمهم، أي تفسح لهم المجال للعمل مباشرة للتعلم من أخطائهم، وإن كان هذا المبدأ في ظاهره يبدو مفيدا، فإنّه يتسبب في رفع نسب المخالفات والخروقات والانتهاكات التي تشهدها أخلاقيات مهنة الصحافة، وهنا لا يكون الملام هو الصحفي كونه عديم الخبرة، وإنما يُلقى اللوم على المؤسسة التي وظفته وسمحت له بالعمل دون خبرة أو تكوين مسبق. من جهة أخرى نجد أنّ 36% من المؤسسات تُخضع الصحفيين لفترة تدريب على مستوى المؤسسة بتكليف أحد الصحفيين ذوي الخبرة

بتكوينهم فيما يتعلق بمختلف جوانب المهنة قبل السماح لهم بمزاولة العمل على أرض الميدان، هذا ما يقدّم صورة تدلّ على تحلّي هذه المؤسسات بروح المسؤولية وحرصها على التكوين الجيد للصحفيين حتى تقلّل من الانتهاكات، لتليها نسبة 20% للمؤسسات التي تخصص لهؤلاء الصحفيين دورات تدريبية، بالتالي يظهر جلياً أنّ تخصيص ميزانية لتدريب الصحفيين وتكوينهم في مجال أخلاقيات مهنة الصحافة ليس من أولويات المؤسسات الصحفية مما سيؤدي بالضرورة إلى رفع نسب الخروقات والانتهاكات الأخلاقية، وأخيراً 16% من المؤسسات الجزائرية تزود هذه الفئة من الصحفيين بمبادئ المهنة مكتوبة في شكل مواثيق.



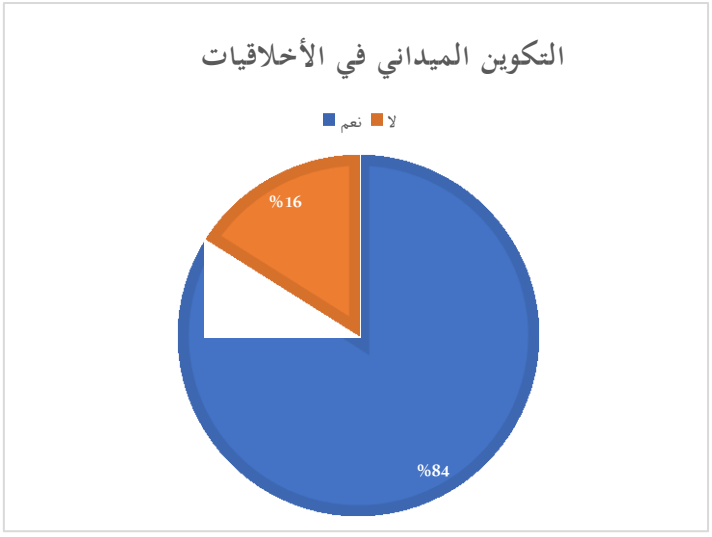
الشكل رقم (6) يوضح مصادر الأخلاقيات التي تعتمدها المؤسسات الصحفية الجزائرية

يتّضح من خلال الشكل أعلاه أنّ المؤسسات الصحفية الجزائرية تعتمد التشريعات الإعلامية الجزائرية بالدرجة الأولى كمصادر لأخلاقيات المهنة، وهذا حسب أفراد العينة بنسبة 48% وهذا أمر طبيعي، كون المؤسسات في أيّ دولة تتّبع تشريعاتها الوطنية بالدرجة الأولى، تليها، بالتساوي وبنسبة 36%، كلّ من المواثيق الأخلاقية الداخلية التي تسنّها كلّ مؤسسة حسب شخصيتها المعنوية وخطّها الافتتاحي ما يميّز تغطيتها الإعلامية عن بقية المؤسسات الأخرى، وكذا القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني، ويجب الإشارة هنا إلى أنّ كلاّ منهما غير مُلزِمتين للصحفي، وإنّما الالتزام بها هو ذاتي معنوي، وهذا ما يحيلنا إلى فكرة مفادها أنّ الالتزام المهني والأخلاقي لا يتأتّى بالضرورة الرّدعية والعقابية، وإنّما هو نابع من الضمير الفردي وليس بحاجة إلى قوانين أو دساتير لحمايته.



الشكل رقم (7) يوضح مدى إيلاء أخلاقيات مهنة الصحافة أهمية في المقرّرات الجامعية لطلبة الإعلام

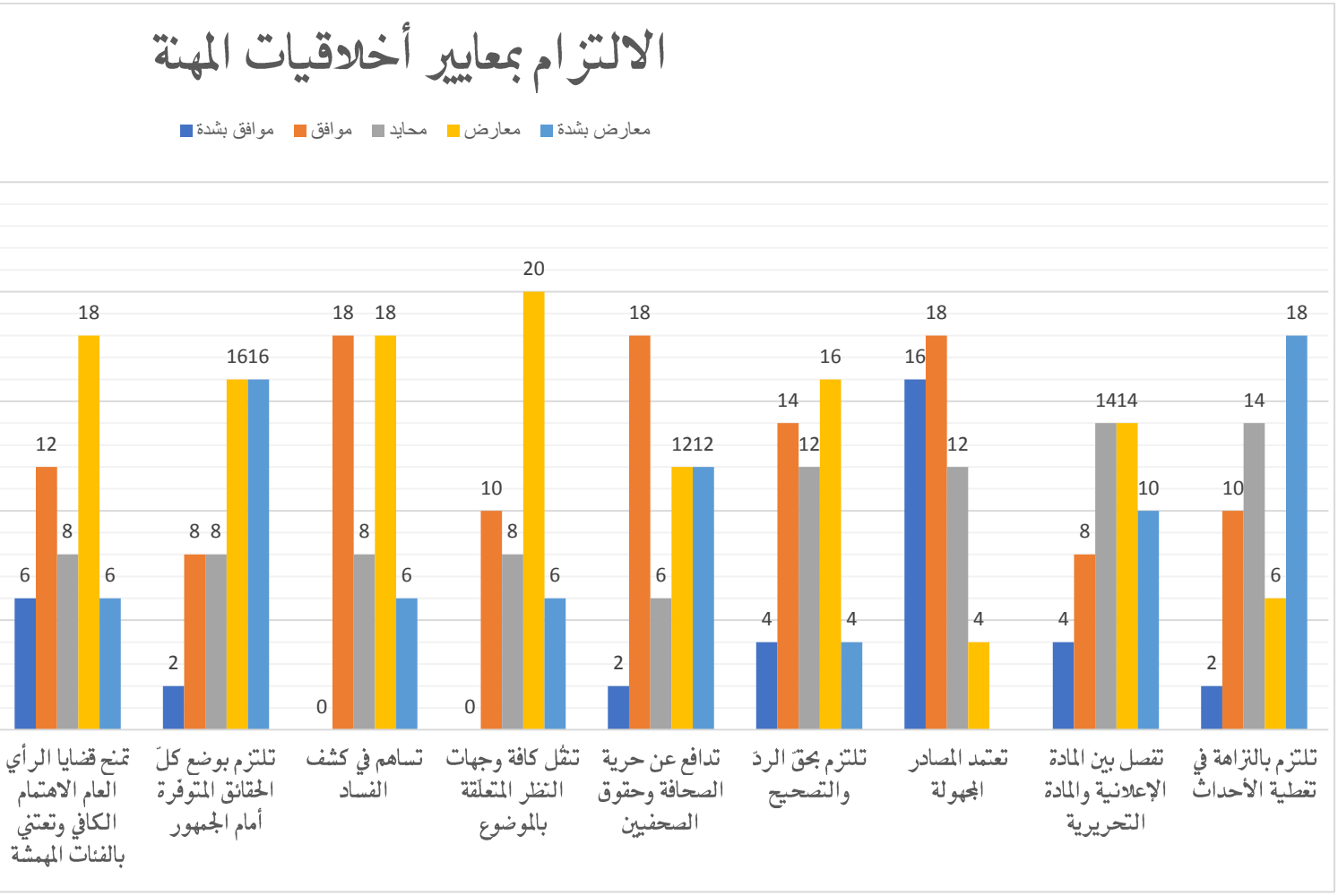
يتّضح من خلال الشكل أعلاه أنّ المقاييس المتعلّقة بأخلاقيات مهنة الصحافة تولى أهميّة في المقررات الجامعية لطلبة الإعلام، وذلك حسب غالبية أفراد العينة بنسبة 67%، ونعزو ذلك إلى وعي المؤسسة الجامعية والقائمين على وضع المقرّرات والبرامج بأهمية هذا الجانب في الممارسة المهنية، وحاجة صحفيي المستقبل إلى تكوين من هذ النوع يحميهم من الوقوع في المساومات التي باتت تصطبغ بها مهنة الصحافة.



الشكل رقم (8) يوضح مدى استفادة الطلبة من تكوين ميداني في أخلاقيات الممارسة الإعلامية

يتّضح من خلال الشكل أعلاه حرص الجامعة الجزائرية على تكوين الطلبة ميدانياً في مجال أخلاقيات مهنة الصحافة حسب 84% من مفردات العينة، وذلك من خلال التركيز على التربصات الميدانية التي تتمحور حول الأخلاقيات، أو التي تخصص جانباً

منها لإحاطة الطلبة علماً –ميدانياً– بهذا المجال، الذي يكتسي أهمية بالغة ويساهم بدرجة كبيرة في دعم مصداقية الصحف ووسائل الإعلام بشكل عام لدى الجمهور.



الشكل رقم (9) يوضح مدى التزام الصحافة الجزائرية بمعايير أخلاقيات المهنة

تمّ تخصيص الجدول أعلاه لبعض المعايير الأخلاقية للصحافة من أجل تسليط الضوء على اتجاهات المبحوثين حول مدى التزام الصحافة الجزائرية بها، وقد جاءت على النحو الآتي:

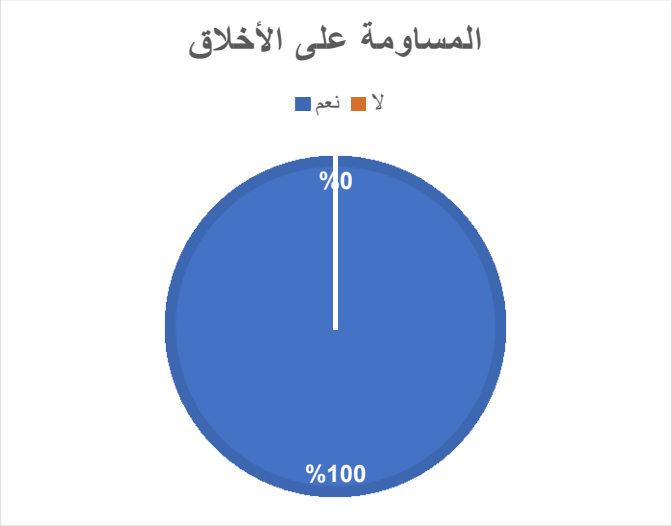
– اتجاه مؤيد نحو امتناع الصحافة الجزائرية عن نشر الأخبار والصور المنافية للآداب العامة.

– اتجاه مؤيد نحو مراعاة الصحافة الجزائرية لحقّ الجمهور في المعرفة، أي تزويده بالأخبار والمعلومات عن كلّ ما يستجد، وطنياً، إقليمياً ودولياً

– اتجاه معارض نحو تغطية الأحداث بشمولية وتفسيرها وتحليلها، أي أنّ الصحافة الجزائرية، تقتصر في تغطيتها للأحداث على تقديم أخبار ومعلومات أولية وسطحية فقط، دون التعمّق في التفسير والتحليل لجعل الصورة أكثر جلاءً للجمهور، ممّا يمكنه من تشكيل رأي عام واعي حول القضية، بالتالي يمكن الحكم على الصحافة الجزائرية حسب هذه المعطيات بأنها صحافة أخبار وتقارير لا صحافة ربورتاجات وتحقيقات.

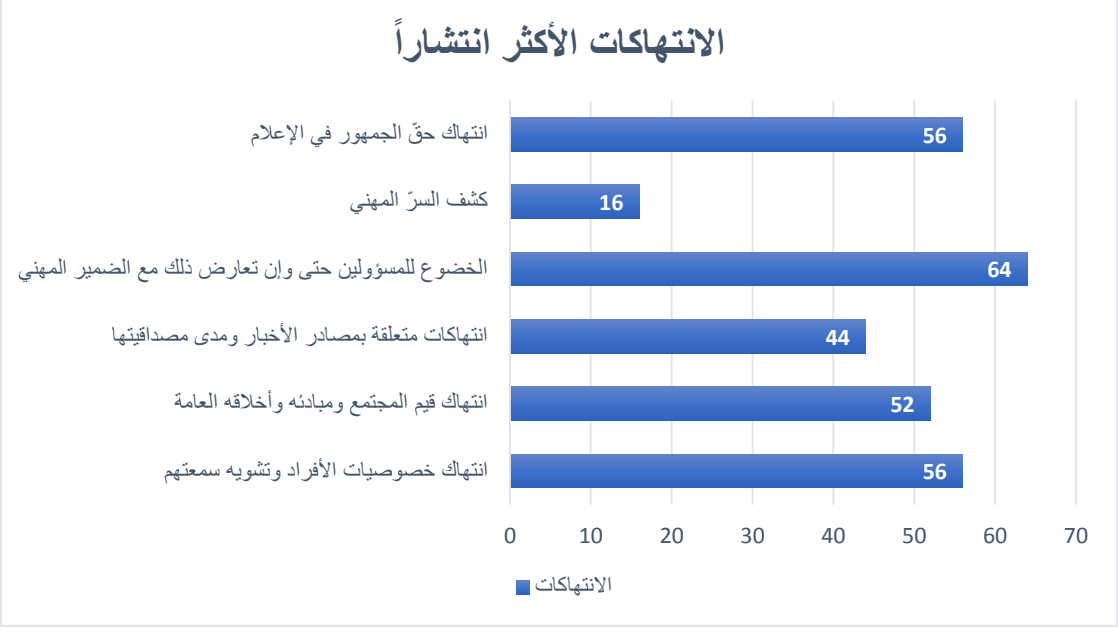
- اتجاه معارض نحو منح قضايا الرأي العام الاهتمام الكافي، والاعتناء بالفئات المهمّشة، فأغلبية مفردات العينة يرون أنّ الصحافة الجزائرية مازالت تنتهج التوجه القديم بالتركيز على إنجازات الحكومة، وكذا القضايا الكبرى ذات الطابع الوطني، أما معاناة الأقليات والقضايا المهمّشة فلا تجد لها صدى إلاّ في مواقع التواصل الاجتماعي والإعلام البديل.
- اتجاه معارض ومعارض بشدة على حدّ سواء نحو التزام الصحافة الجزائرية بوضع كلّ الحقائق المتوفّرة أمام الجمهور، إذ أنّ أفراد العينة لا يزالون يرون أنّ الصحافة الجزائرية لا تقدّم للجمهور كلّ الحقائق التي يرغب بمعرفتها، وإنّما تقتصر على تلك المسموح بها، والتي لا تؤدي معرفتها إلى أي ارتدادات غير مرغوب فيها لدى الجمهور، وبالتالي رغم ادعاء الجزائر انتهاج حرية التعبير، إلاّ أنّ الواقع عكس ذلك، فمازالت إلى حدّ الآن رهينة الأوامر والتعليمات العليا.
- تباينت الآراء بين مؤيد ومعارض حول مساهمة الصحافة الجزائرية في كشف الفساد، إذ أنّ الأحداث والقضايا تختلف هنا، بين تلك التي تمنع الدولة تدخّل الصحافة فيها، ولا نسمع عنها إلاّ في القنوات الخاصة أو تلك الأجنبية، وبين تلك التي تسمح الدولة للصحافة الكشف عنها، بل وتقدّم لها في بعض الأحيان المعلومات التي ترغب هي في الكشف عنها للجمهور.
- اتجاه معارض نحو عمل الصحافة الجزائرية على نقل كافة وجهات النظر في المواضيع التي تتمّ معالجتها وخاصة الحساسة منها، إذ أنّ الصحافة الجزائرية مازالت لحدّ الآن تعمد إلى إبراز أصوات وإخماد أخرى، حسب توجهاتها وسياستها وما يخدم مصالحها، وهذا ما يضرّ بموضوعيتها ومصداقيتها لدى جمهورها.
- اتجاه مؤيد نحو دفاع الصحافة الجزائرية عن حرية الصحافة وحقوق الصحفيين.
- اتجاه معارض نحو التزام الصحافة الجزائرية بحق الرد والتصحيح، إذ أنّ الاتجاه الغالب على الصحافة الجزائرية هو تجاهل نشر التصحيحات والردود الواردة حول بعض الأخطاء المرتكبة فيما تعلّق بالأخبار والمعلومات، وحتى عند التزامها في بعض الأحيان، فإنّ ذلك لا يخضع للمعايير المنصوص عليها في القانون، من حجم ومساحة، ومكان لوضع الرد أو التصحيح وغيرها، ما يؤثر سلباً على مصداقية الصحافة الجزائرية ويجعل الجمهور يعيد النظر في ذلك.
- اتجاه مؤيد لاعتماد الصحافة الجزائرية على مصادر مجهولة، وهذا ما يؤثر سلباً على مصداقيتها لدى الجمهور.
- اتجاه معارض نحو فصل الصحافة الجزائرية بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية، إذ أنّ الصحافة لم تعد تحترم ذلك الفاصل بين هذين النوعين اللذين يتكاملان من جهة لتشكيل محتويات الصحيفة، لكنهما يختلفان في أهدافهما وأغراضهما المحقّقة للجمهور، بالتالي هذا ما يحيلنا إلى الاعتقاد بأنّ الهدف لم يعد توفير ما يحتاجه الجمهور من أخبار ومعلومات، وإنّما إرضاء من يدفع أكثر بتضمين إعلانه بين الأخبار والتقارير.
- اتجاه معارض بشدّة لالتزام الصحافة الجزائرية بالنزاهة في تغطية الأحداث، إذ تخضع هذه التغطيات للعديد من عوامل الضغط والتأثير كالتوجه السياسي للمؤسسة الصحفية، الدعم المادي، ضغط الحكومة، الضمير المهني.. وغيرها من العوامل التي تجعل التغطية أبعد ما يكون عن النزاهة، وإنّما إرضاءً لأطراف خفية تمثّل عصب الحياة لهذه المؤسسات، فلا يسعها إلاّ الرضوخ لأوامرها، وتحوير الأحداث حسب ما يتناسب مع مصالحها.

02 – مؤشرات الانتهاكات الأخلاقية للصحافة الجزائرية



الشكل رقم (10) يوضح رأي العينة في فرض الواقع المهني للصحافة الجزائرية مساومات على أخلاق المهنة

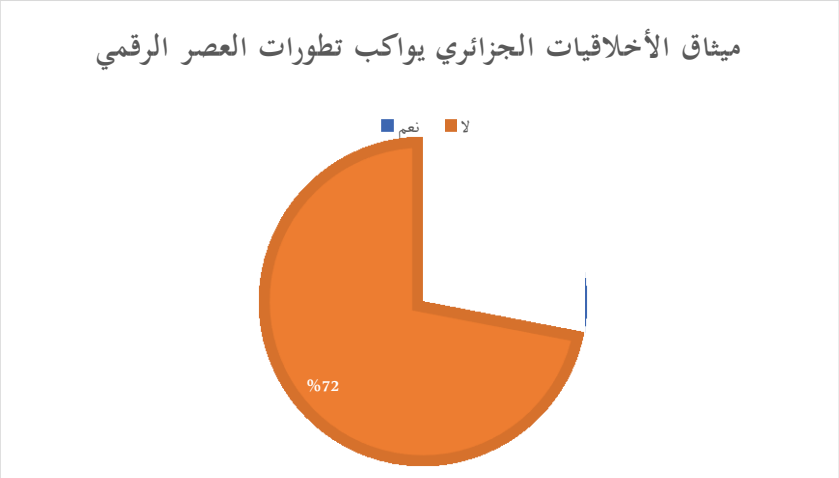
يتّضح من خلال الشكل أعلاه إجماع مفردات العينة بنسبة 100% على الفكرة التي مفادها أنّ الواقع المهني للصحافة الجزائرية يفرض مساومات على أخلاقيات المهنة، إذ يجد الصحفي نفسه عالقاً بين مطرقة الالتزام الأخلاقي والضمير المهني، وسندان المغريات المادية والاجتماعية التي يسعى لتحصيلها، لكنّ تدنّي أجره، وعدم تمتّعه بأيّ امتياز من خلال وظيفته، يجعل منه فريسة سهلة لهذه المساومات، أين يرى فيها حقاً مُكتسباً أو نوعاً من الانتقام أو الثورة على الأوضاع المتردية التي يعاني منها الصحفي في بلادنا.



الشكل رقم (11) يوضح الانتهاكات الأكثر انتشاراً في الصحافة الجزائرية

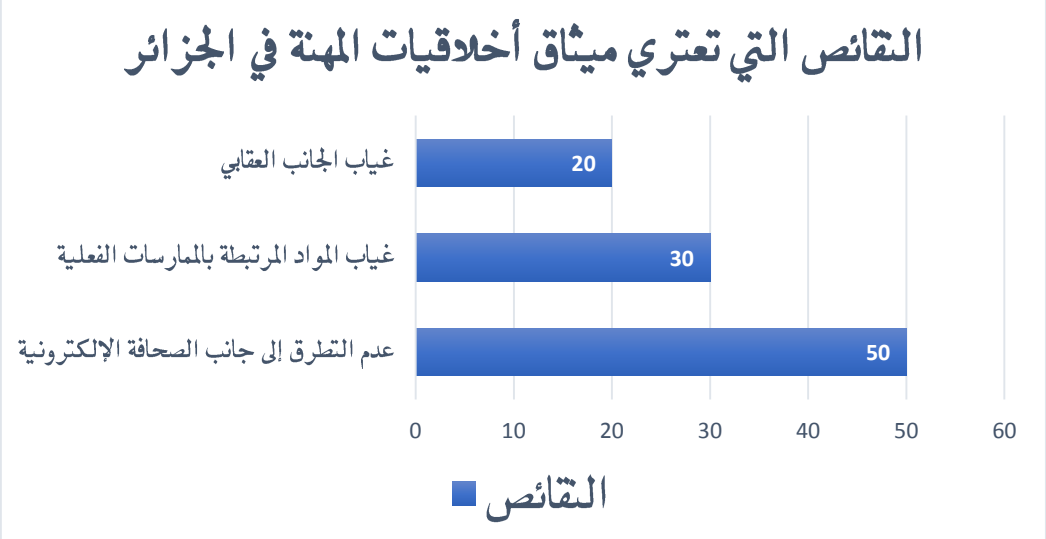
يتضح من خلال الشكل أعلاه أكثر الانتهاكات انتشاراً في الصحافة الجزائرية، والتي يتصدّرها "الخضوع للمسؤولين حتى وإن تعارض ذلك مع الضمير المهني" بنسبة 64% إذ تحولت الظروف المزرية للصحفي إلى نقطة ضغط يستغلها المسؤولون لفرض توجهاتهم عليه، ورفضه للامتثال لهذه الأوامر يعني خصومات في الرواتب، ومنع العلاوات، أو حتى تكليفه بأعمال شاقة لم تكن

توكل إليه من قبل، يليها على حدّ سواء وبنسبة 56% "انتهاك حق الجمهور في الإعلام" و"انتهاك خصوصية الأفراد وتشويه سمعتهم" إذ تحوّل الإعلام إلى مطيّة لتسوية الخلافات الشخصية وتصفية الحسابات سواء مع الأفراد أو حتى المؤسسات، وأكثر من ذلك بات وسيلة للضغط والتهديد في حال عدم الامتثال للمطالب، سيكون الردّ من خلال نشر أخبار ومعلومات كاذبة ومغلوطة تؤدي إلى تشويه السمعة، ومجتمعنا بطبعه لا يبحث عن المصادر أو يتأكّد من مصداقية الأخبار، وإنّما يصدّق كلّ ما يسمع ويرى، وحتى إنّ تمّ تصحيح الخبر فلا أحد سيعلم بذلك فالفتيل قد اشتعل والنار قد انتشرت.



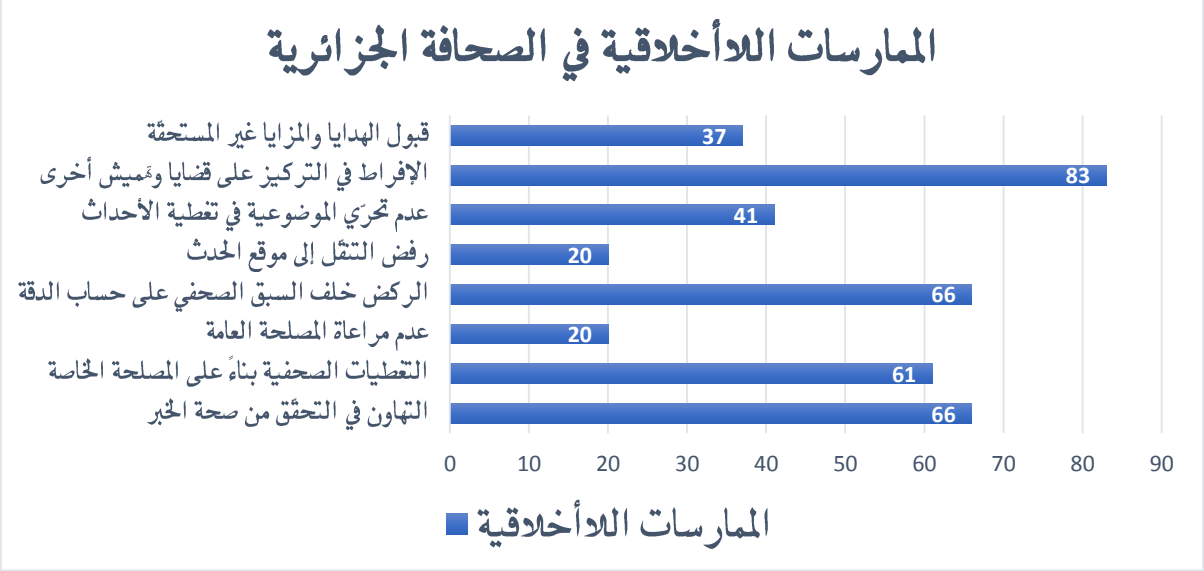
الشكل رقم (12) يوضح مدى مواكبة ميثاق الأخلاقيات لتطورات العصر الرقمي

يتضح من خلال الشكل أعلاه اتفاق أغلبية مفردات العينة بنسبة 72% على عدم مواكبة ميثاق أخلاقيات المهنة لتطورات العصر الرقمي، أولاً لكونه صادراً سنة 2000 أي مضت 18 سنة على صدوره، وقد كانت هذه الفترة غنية بالتطورات التقنية التي تحتاج إلى مواكبة من خلال استحداث مواثيق أو على الأقل مواد تُعنى بالجديد الذي جاءت به هذه التطورات، من جهة أخرى يعدّ هذا الميثاق ميثاقاً عاماً أي يتحدّث عن أخلاقيات الصحافة بشكل عام، ولم يخصص مواداً منه للجانب المكتوب أو السمعي البصري أو حتى الإلكتروني كلٌّ على حدى، وإنّما جاء بمواد فضفاضة حاولت تغطية جميع الجوانب لكنّها كانت بعيدة كلّ البعد عن تحقيق ذلك.



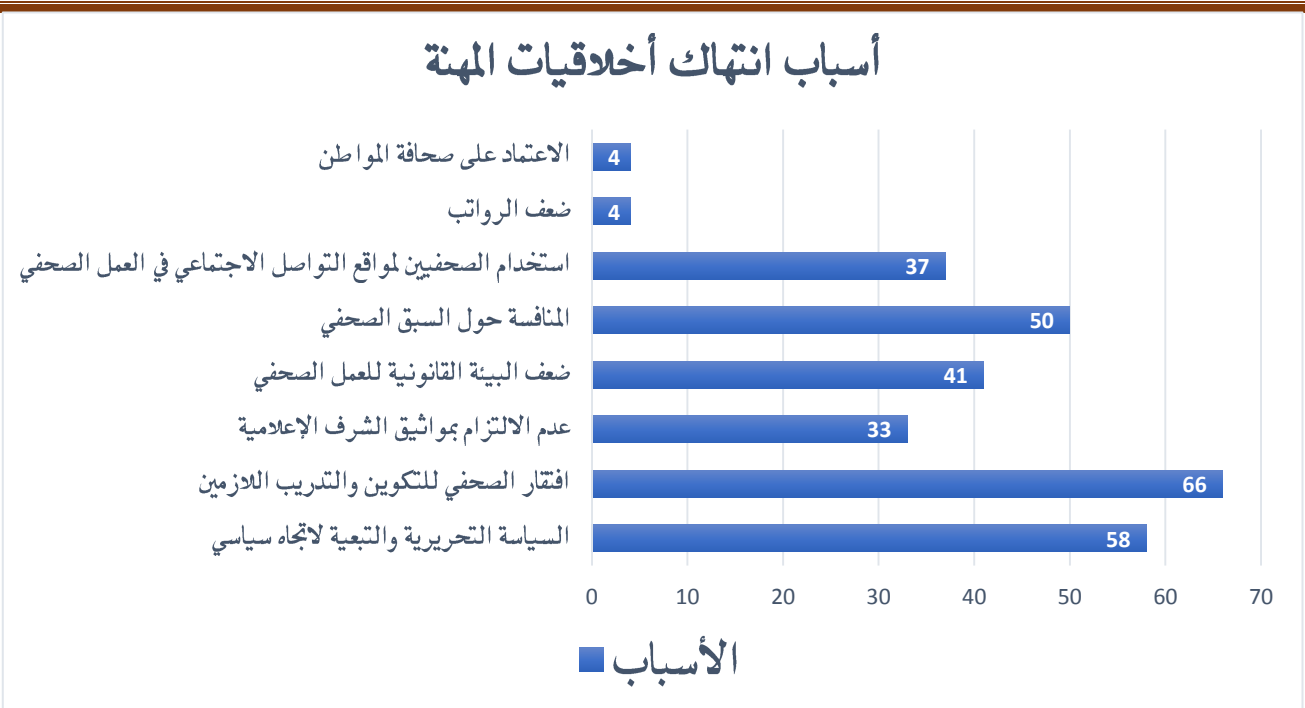
الشكل رقم (13) يوضح أهم النقائص التي تعتري ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر

يتضح من خلال الشكل أعلاه أهمّ النقائص التي تعتري ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر، والتي جاء على رأسها "عدم التطرّق إلى جانب الصحافة الإلكترونية" بنسبة 50% نظراً لقدم الميثاق وعم إجراء أي تعديل أو تحديث على مواده، يليها "غياب المواد المرتبطة بالممارسات الفعلية" بنسبة 30% إذ امتازت المواد بالطابع الفضفاض والنظري البعيد كلّ البعد عن واقع الممارسات الفعلية، وأخيراً "غياب الجانب العقابي" عن مواد هذا الميثاق ممّا يغيّب السلطة العقابية الرادعة في حالة مخالفة ما جاء به هذا الميثاق، ما جعله منذ صدوره وإلى غاية الساعة مجرّد حبر على ورق.



الشكل رقم (14) يوضح الممارسات اللاأخلاقية في الصحافة الجزائرية

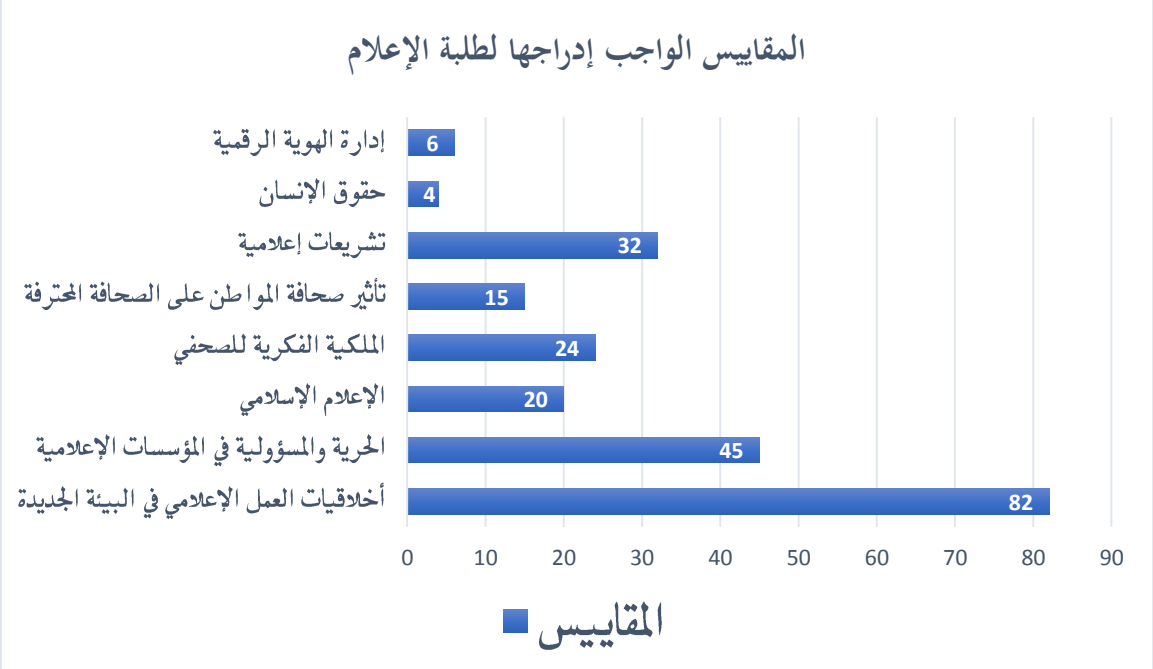
يتضح من خلال الشكل أعلاه أهم الممارسات اللاأخلاقية في الصحافة الجزائرية، والتي جاء على رأسها الجانب المتعلّق بالتوازن في تغطية الأحداث، إذ ترى الأغلبية الساحقة بنسبة 83% أنّ الصحافة الجزائرية تُفرط في التركيز على قضايا معينة وتُهمّش أخرى، أمّا 66% من المستجوبين فيرون أنّ الصحافة الجزائرية تقع في منزلقين خطيرين أوّلهما "الرّكض خلف السّبق الصحفي على حساب الدقّة" وثانيهما "التهاون في التحقّق من صحة الخبر" ما يضرب أهم معايير أخلاقيات المهنة عرض الحائط. في حين يؤكّد 61% منهم على غياب معيار الموضوعية، جرّاء الانتشار الكبير للتغطيات الصحفية المبنيّة على المصلحة الخاصة وليس على ما يريد الجمهور معرفته، ممّا يبخس حقّ هذا الأخير في الإعلام والمعرفة.



الشكل رقم (15) يوضح أسباب انتهاك أخلاقيات المهنة في الصحافة الجزائرية

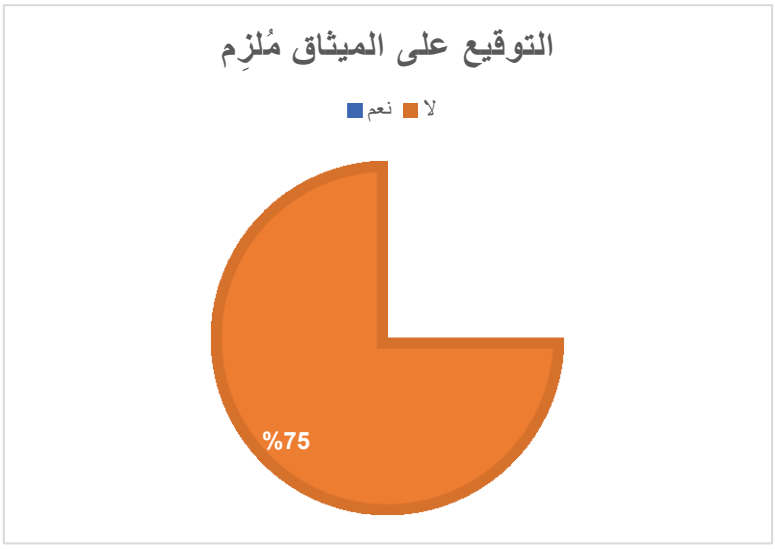
يعزو 66% من مفردات العينة انتهاك الصحفيين لأخلاقيات المهنة إلى افتقار هؤلاء للتكوين والتدريب اللازمين، مع أنّ الجهل بالشيء ليس عذراً، في زمن كلّ الإمكانيات فيه مُتاحة، في حين يُرجع 58% من المستَجوَبين ذلك إلى السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية وتبعيتها لاتجاه سياسي معين، وهو الأمر الذي لا يُسمح للصحفي بمخالفته، أمّا 50% منهم فيرون أنّ أحد أهمّ أسباب انتهاك أخلاقيات المهنة هو المنافسة الشرسة حول تحقيق السبق الصحفي والانفراد به، ما يجعل الصحفيين يتغاضون عن الكثير من الأخلاقيات والالتزامات المهنية في سبيل الوصول إليه. أما النسبة الأقل من المبحوثين والمقدّرة بـ 4% فقد أعادت ذلك إلى سببين أوّلهما ضعف الرواتب، أيّ ضغط الجانب المادي على الأخلاقي، ومن جهة أخرى التوجه الغالب جرّاء انتشار التكنولوجيات الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية ألا وهو "الاعتماد بشكل كبير على صحافة المواطن" وما ينجرّ عنه من انتهاكات ومخالفات سواء كانت مقصودة أم غير المقصودة.

03 – مؤشرات تحسين الأداء المهني الأخلاقي للصحافة الجزائرية



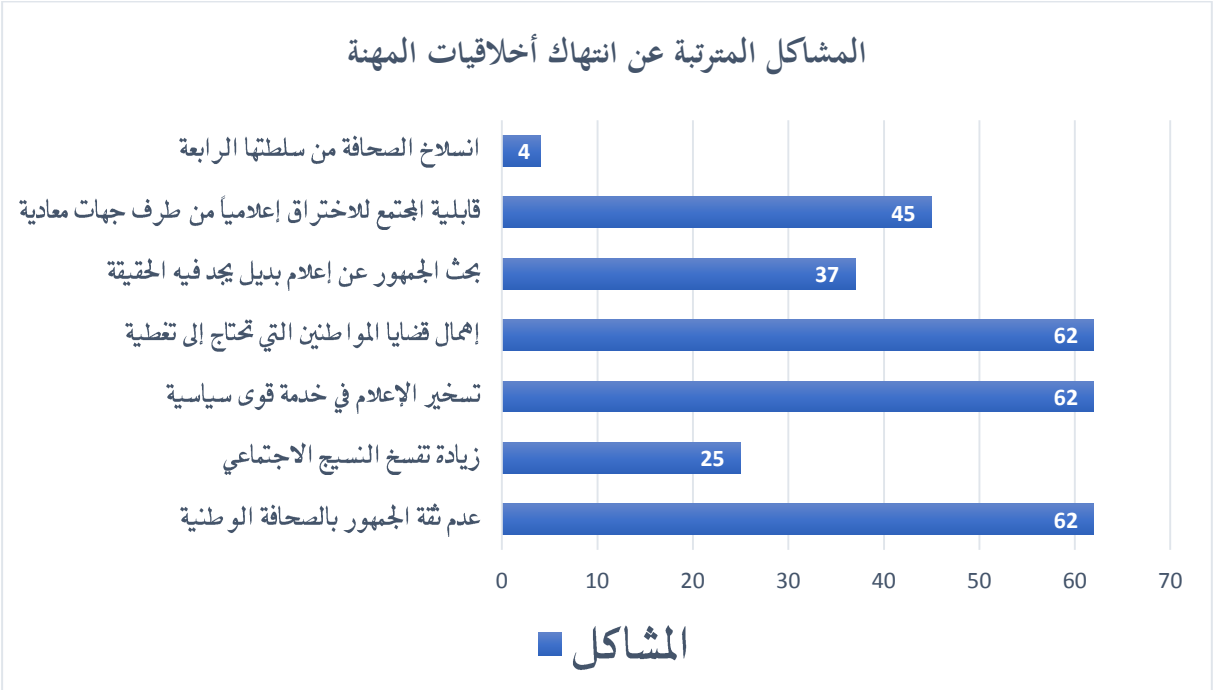
الشكل رقم (16) يوضح المقاييس الواجب إدراجها لطلبة الإعلام لتقريبهم من أخلاقيات الممارسة الميدانية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ مقياس "**أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الجديدة**" قد لقي إجماعاً من طرف مفردات عينة الدراسة بنسبة 82%، على أنّه الأكثر أهمية لإدراجه في مقرّرات طلبة الإعلام بهدف تقريبهم من أخلاقيات الممارسة الميدانية وخاصة في ظلّ التطورات التكنولوجية المتسارعة، مع التركيز على الجانب الميداني للممارسة وعدم الاقتصار على حشو معلومات نظرية فقط، يليه مقياس "**الحرية والمسؤولية في المؤسسات الإعلامية**" بنسبة 45% على اعتبار كون الصحفي جزءاً من مؤسسة إعلامية، لذلك عليه باحترام توجهها السياسي، ومعرفة ما له وما عليه حتى لا يقع في المحظور، ولا يسبب لمؤسسته الحرج أو يوقعها في مُساءلات مهما كان نوعها، أمّا بنسبة 24% فقد حاز مقياس "الملكية الفكرية للصحفي" على اهتمام شريحة معتبرة من مفردات العينة، إذ أنّ إنتاج الصحفي هو الآخر يجب صونه وحمايته من الانتحال والسرقة خاصة مع الانتشار الكبير للمواقع الالكترونية، وسهولة عمليتي النسخ واللصق، ما يسمح لأي فرد بنسخ أي خبر أو مقال ونسبه لنفسه، بالتالي يضيع حق الصحفي في الحفاظ على جهده وتعبه، ومن هنا جاء هذا المقياس بهدف حماية حق الصحفي في إنتاجه الفكري، فأخلاقيات الصحافة ليست واجبات فقط، وإنما تحتوي على قدر كبير من الحقوق لابد على الصحفي من الإحاطة بها.



الشكل رقم (17) يوضح مدى إلزامية ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفي بعد التوقيع عليه

تعتبر فكرة إلزامية ميثاق أخلاقيات المهنة من أكثر الأفكار الخاضعة للجدل، فحسب 25% من المستجوبين، هذا الميثاق مُلزِم من حين التوقيع عليه، كون التوقيع يعني الموافقة والالتزام وبالتالي تحمّل المسؤولية، أما 75% من مفردات العينة، فيرون أنّ التوقيع على ميثاق الشرف لا يجعل من الصحفي ملزماً بتطبيق ما جاء فيه، ويستندون في رأيهم هذا على عدة أفكار وحجج لعلّ أهمها: غياب المواد القانونية العقابية في حال المخالفة، ميثاق الأخلاقيات الجزائري مستورد ولا يُعبّر عن واقع الصحفي، وجود عوامل أخرى تتحكّم في الصحفي، من بينها السياسة الإعلامية للمؤسسة وكذا تبعيّتها لاتجاهات سياسية واقتصادية، بالتالي هذه العوامل أقوى تأثيراً على الصحفي من الميثاق.



الشكل رقم (18) يوضح المشكلات المترتّبة عن عدم التزام الصحف الجزائرية بأخلاقيات المهنة

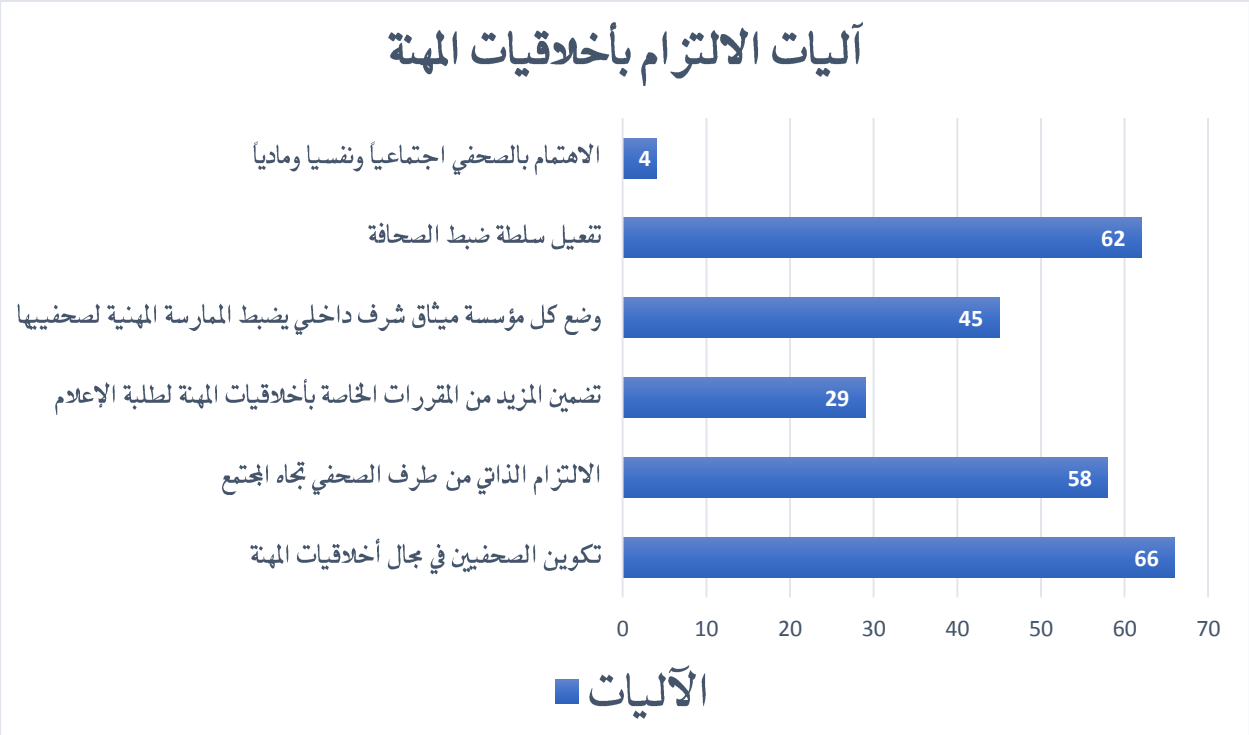
يترتّب عن انتهاك أخلاقيات المهنة والتمادي في ذلك العديد من المشاكل، والشكل أعلاه يوضح أنّ أهم ثلاث مشاكل حسب أفراد العينة بنسبة 62% هي:

3. عدم ثقة الجمهور بالصحافة الوطنية، إذ أنّ توالي الانتهاكات، وتعدّد المصادر الإعلامية التي باتت تسمح حتى للمواطن البسيط اليوم بمعرفة ما يجري في أقصى نقطة من الأرض، يجعله أكثر وعياً وأكثر قدرة على الانتقاد والتمييز بين الحقائق والادعاءات، بالتالي فالمؤسسة الإعلامية التي تحاول تضليل جمهورها أو خداعه، لن تجني إلاّ فقدانه.

4. تسخير الإعلام في خدمة قوى سياسية، فوسائل الإعلام اليوم باتت تفكّر في خدمة مصالحها بالدرجة الأولى، فمن يدفع أكثر أو يقدّم تسهيلات وإعانات أكبر، يحظى بحصّة الأسد في الدعم الإعلامي والإشهارات، سواء من خلال المساحات المخصصة للإعلانات أو حتى التغطيات الإخبارية التي انسلخت من قالبها الأصلي في تقديم المعلومات ونحت هي الأخرى منحى إشهارياً.

5. إهمال قضايا المواطنين التي تحتاج إلى تغطية، فملأ الحجم الساعي أو المساحات في الصحف بالأخبار والمواضيع التي تخدم مصالح المؤسسة ومصالح جهات سياسية واقتصادية بعينها، لا يترك إلا مساحة ضئيلة للقضايا المجتمعية الحقيقية التي يتلهّف الجمهور لمعرفة الجديد فيها، لتتحوّل إلى قضايا مهمّشة يُمرُّ عليها مرور الكرام، فلا يجد الجمهور بذلك بُدّاً من البحث عن بديل أجنبي أو إلكتروني يرضي فضوله ويروي عطشه للمعلومات التي تهمّه فعلاً وتشكّل الفرق في حياته.

هذا الشغور الذي خلّفته الصحافة الوطنية، يفسح المجال أمام مشكل خطير آخر أشارت له 45% من العينة المستجوبة، وهو "قابليّة المجتمع للاختراق إعلامياً من طرف جهات معادية" فغياب الإنتاج المحلّي يدفع بالجمهور للبحث عن بديل، ويفتح الباب أمام مختلف البدائل التي قد تستغل هذا الأمر لتمرير الرسائل التي تخدم أجندات أجنبية معادية هدفها زرع أفكار وتوجّهات غريبة عن المجتمع والتوغّل فيه شيئاً فشيئاً، وتحقيق ما لم تتمكّن قوة السّلاح من تحقيقه باستغلال هذه القوة الناعمة.



الشكل رقم (19) يوضح الآليات التي من شأنها مساعدة الصحافة الجزائرية على أن تكون أكثر التزاماً بأخلاقيات المهنة

وفي محاولة للحدّ من هذه الانتهاكات، فتح السؤال الأخير المجال أمام المبحوثين لاقتراح الآليات التي يرون أنّ من شأنها التقليل أو الحدّ حتى ولو على المدى الطويل من هذه التجاوزات، ومنحنا صحافة أخلاقية، وفي هذا الصّدد:

اتفق 66% من المبحوثين على أنّ أهمّ الآليات الواجب العمل على تطبيقها على أرض الواقع "تكوين الصحفيين في مجل أخلاقيات المهنة" إذ أنّ التكوين في الجانب التقني والتحريري ليس كافياً لجعل الصحفي كُفؤًا لتحمّل مسؤولية كلمته وقلمه.

في حين يطالب 62% من المستجوبين بتفعيل سلطة ضبط الصحافة، إذ أنّها الهيئة الوحيدة الكفيلة بتصحيح المسار، وفرض الإجراءات والعقوبات اللازمة على الصحفيين والمؤسسات للعودة بالصحافة إلى المسار الأخلاقي.

أمّا 58% من مفردات العينة فيرون أنّ الحلّ يكمن لدى الصحفي في حدّ ذاته، والحدّ من الانتهاكات لا يتأتّى إلاّ عن طريق "الالتزام الذاتي من طرف الصحفي تجاه المجتمع أخلاقياً".

وتأسيساً على ذلك تجدر الإشارة إلى أنّ العمل الصحفي ليس عملاً فردياً أو شخصياً، وإنّما هو عمل جماعي يتدخّل فيه العديد من الفاعلين، من أفراد ومؤسسات وتشريعات ومواثيق، الهدف منها خدمة الرسالة النبيلة للصحافة وإبلاغ المعلومة للجمهور بكل صدق وموضوعية، ومتى ما حاد أحد هؤلاء الفاعلين عن جادة الصواب، تأثّر البقية بذلك، ومتى ما صَلُحَ الجُزءُ صَلُحَ الكلُّ.

IV. الاستنتاجات العامة

لقد سعت دراستنا إلى التقرّب من حقل الأخلاقيات الفضفاض، ومحاولة الإحاطة به من جميع الجوانب، حتى نتمكّن من تقديم رؤيا أقرب إلى الواقع، وقد جاء ذلك في ثلاثة محاور أساسية، جاءت نتائجها كما يلي:

1 -مدى التزام الصّحف الجزائرية بأخلاقيات المهنة من وجهة نظر كلّ من الصحفيين والأكاديميين:

فيما يتعلّق بالنتائج الخاصة بإجابات الصحفيين، توصّلت الدراسة إلى أنّ المؤسسات الصحفية الجزائرية توظف برتبة صحفيين، عاملين لم يدرسوا تخصص الإعلام، ما يُعدّ أمراً سلبياً فيما يتعلّق بأخلاقيات المهنة، إذ أنّ هذا الملتحق الجديد بمهنة الصحافة، لا يملك أدنى فكرة عن خصوصيات هذه المهنة وأخلاقياتها والتزاماتها، ما يفرض على المؤسسة ضريبة تكوين هذا الصحفي وتدريبه حتى يتمكن من ممارسة مهنته وتجنب الوقوع في انزلاقاتها ومخالفاتها، إذ تعمَدُ المؤسسات الصحفية على ترك الميدان ليعلّمهم، وإن كان هذا المبدأ في ظاهره يبدو مفيدا، فإنّه يتسبب في رفع نسب المخالفات والخروقات والانتهاكات التي تشهدها أخلاقيات مهنة الصحافة، وهنا لا يكون المُلام هو الصحفي كونه عديم الخبرة، وإنما يُلقى اللوم على المؤسسة التي وظفته وسمحت له بالعمل دون خبرة أو تكوين مسبق.

هذا الصحفي الذي يكون في غالب الأمر خِرِّيجَ كُلّيات الإعلام الجزائرية، توصّلت نتائج دراستنا الخاصة بإجابات الأكاديميين إلى كون المقاييس المتعلّقة بأخلاقيات مهنة الصحافة تولى أهميّة في المقررات الجامعية لطلبة الإعلام، هذا مردُّهُ إلى وعي المؤسسة الجامعية والقائمين على وضع المقرّرات والبرامج بأهمية هذا الجانب في الممارسة المهنية، وحاجة صحفيي المستقبل إلى تكوين من هذ النوع يحميهم من الوقوع في المساومات التي باتت تصطبغ بها مهنة الصحافة. كما ظهر جلياً من خلال النتائج حرص الجامعة الجزائرية على تكوين الطلبة ميدانياً في مجال أخلاقيات مهنة الصحافة، وذلك من خلال التركيز على التربصات الميدانية التي تتمحور

حول الأخلاقيات، أو التي تخصص جانباً منها لإحاطة الطلبة علماً –ميدانياً– بهذا المجال، الذي يكتسي أهمية بالغة ويساهم بدرجة كبيرة في دعم مصداقية الصحف ووسائل الإعلام بشكل عام لدى الجمهور.

وخلاصة نتائج التزام الصحف الجزائرية ببعض المعايير الأخلاقية لمهنة الصحافة على أرض الميدان جاءت سلبية بدرجة كبيرة، إذ أنّها لا تزال بعيدة عن مصاف الصحافة العالمية في الالتزام خاصة ما تعلّق بـ: تغطية الأحداث بشمولية وتفسيرها وتحليلها، منح قضايا الرأي العام الاهتمام الكافي، والاعتناء بالفئات المهمّشة، وضع كلّ الحقائق المتوفّرة أمام الجمهور، المساهمة في كشف الفساد، العمل على نقل كافة وجهات النظر في المواضيع التي تتمّ معالجتها وخاصة الحساسة منها، الالتزام بحق التصحيح والردّ، الفصل بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية والنزاهة في تغطية الأحداث... كل هذه المعايير غير المحترمة تقدّم صورة سوداء عن الصحافة الجزائرية في جانبها الأخلاقي، وتدعونا إلى التفكير والبحث عن الخلل للوصول إلى الحلّ.

2 –الانتهاكات التي تقع فيها الصحف الجزائرية من وجهة نظر كلّ من الصحفيين والأكاديميين:

توصلت الدراسة من خلال نتائجها الخاصة بإجابات الصحفيين إلى الانتهاكات الأخلاقية الأكثر انتشاراً في الصحافة الجزائرية، والتي تصدّرها "الخضوع للمسؤولين حتى وإن تعارض ذلك مع الضمير المهني" إذ تحولت الظروف المزرية للصحفي إلى نقطة ضغط يستغلها المسؤولون لفرض توجهاتهم عليه، ورفضه للامتثال لهذه الأوامر يعني خصومات في الرواتب، ومنع العلاوات، أو حتى تكليفه بأعمال شاقة لم تكن توكل إليه من قبل. بالإضافة إلى "انتهاك حق الجمهور في الإعلام" و"انتهاك خصوصية الأفراد وتشويه سمعتهم" إذ تحوّل الإعلام إلى مطيّة لتسوية الخلافات الشخصية وتصفية الحسابات سواء مع الأفراد أو حتى المؤسسات، وأكثر من ذلك بات وسيلة للضغط والتهديد في حال عدم الامتثال للمطالب، سيكون الردّ من خلال نشر أخبار ومعلومات كاذبة ومغلوطة تؤدي إلى تشويه السمعة، ومجتمعنا بطبعه لا يبحث عن المصادر أو يتأكّد من مصداقية الأخبار، وإنّما يصدّق كلّ ما يسمع ويرى، وحتى إنّ تمّ تصحيح الخبر فلا أحد سيعلم بذلك فالفتيل قد اشتعل والنار قد انتشرت. أما الجانب المتعلّق بالممارسات اللاّأخلاقية في الصحافة الجزائرية، فقد بينت النتائج أنّها تمسّ بالتوازن في تغطية الأحداث بالدرجة الأولى، إذ أنّ الصحافة الجزائرية تُفرط في التركيز على قضايا معينة وتُهمّش أخرى، كما أنّها تقع في منزلقين خطيرين أوّلهما "الرّكض خلف السّبق الصحفي على حساب الدقّة" وثانيهما "التهاون في التحقّق من صحة الخبر" ما يضرب أهم معايير أخلاقيات المهنة عرض الحائط.

وعن أسباب الوقوع في هذه الانتهاكات والممارسات اللاأخلاقية، والتي حاولت دراستنا إحصاءها، وجدنا أنّها تعود بالدرجة الأولى إلى افتقار الصحفيين للتكوين والتدريب اللازمين في مجال الأخلاقيات، مع أنّ الجهل بالشيء ليس عذراً، في زمن كلّ الإمكانيات فيه مُتاحة. من جهة أخرى تعود إلى السياسة التحريرية للمؤسسات الإعلامية وتبعيتها لاتجاه سياسي معين، وهو الأمر الذي لا يُسمح للصحفي بمخالفته، ومن أهمّ أسباب انتهاك أخلاقيات المهنة أيضاً المنافسة الشرسة حول تحقيق السبق الصحفي والانفراد به، ما يجعل الصحفيين يتغاضون عن الكثير من الأخلاقيات والالتزامات المهنية في سبيل الوصول إليه. ومن جهة أخرى التوجه الغالب جرّاء انتشار التكنولوجيات الحديثة ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف الذكية ألا وهو "الاعتماد بشكل كبير على صحافة المواطن" وما ينجرّ عنه من انتهاكات ومخالفات سواء كانت مقصودة أم غير المقصودة.

وباعتبار ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر، أحد الوثائق الرسمية المُلزِمة للصحفيين، خاصة ما تعلّق بالجانب الأخلاقي، والذي يُفترض أنه قد وُضِع لردع هذه التجاوزات والحدّ منها، إلاّ أنّه هو الآخر كان محلّ انتقاد كبير، فمن خلال النتائج الخاصة

بالأكاديميين، أجمع المبحوثون على عدم مواكبة هذا الميثاق لتطوّرات العصر الرقمي أولاً لكونه صادراً سنة 2000 أي مضت 18 سنة على صدوره، وقد شهدت هذه الفترة العديد من التطورات التقنية التي تحتاج إلى مواكبة من خلال استحداث مواثيق أو على الأقل مواد تُعنى بالجديد الذي جاءت به، من جهة أخرى يعدّ هذا الميثاق ميثاقاً عاماً أي يتحدّث عن أخلاقيات الصحافة بشكل عام، ولم يخصص مواداً منه للجانب المكتوب أو السمعي البصري أو حتى الإلكتروني كلٌّ على حدى، وإنّما جاء بمواد فضفاضة حاولت تغطية جميع الجوانب لكنّها كانت بعيدة كلّ البعد عن تحقيق ذلك. أمّا عن أهم النقائص التي تعتريه، فقد بيّنت النتائج أنّ "عدم التطرّق إلى جانب الصحافة الإلكترونية" كان أهمّ هذه النقائص، علاوة على "غياب المواد المرتبطة بالممارسات الفعلية" وأخيراً "غياب الجانب العقابي" عن مواد هذا الميثاق ممّا يغيّب السلطة العقابية الرادعة في حالة مخالفة ما جاء به هذا الميثاق، ما جعله منذ صدوره وإلى غاية الساعة مجرّد حبر على ورق.

3 -مقترحات كل من الأكاديميين والصحفيين الممارسين لتحسين جودة الأداء المهني فيما يتعلّق بالالتزام بأخلاقيات الصحافة:

وفي محاولة للحدّ من هذه الانتهاكات، توصلت الدراسة إلى بعض الآليات التي من شأنها العودة بالصحافة الجزائرية إلى جادة الصواب، ومن أهمها:

- "تكوين الصحفيين في مجل أخلاقيات المهنة" إذ أنّ التكوين في الجانب التقني والتحريري ليس كافياً لجعل الصحفي كُفؤًا لتحمّل مسؤولية كلمته وقلمه.
- تفعيل سلطة ضبط الصحافة، إذ أنّها الهيئة الوحيدة الكفيلة بتصحيح المسار، وفرض الإجراءات والعقوبات اللازمة على الصحفيين والمؤسسات للعودة بالصحافة إلى المسار الأخلاقي.
- الحلّ يكمن لدى الصحفي في حدّ ذاته، والحدّ من الانتهاكات لا يتأتّى إلاّ عن طريق "الالتزام الذاتي من طرف الصحفي تجاه المجتمع أخلاقياً".

V. خـاتـمـة

كانت الأخلاق ولازالت العصب المُحرّك في حياة الإنسان، والركيزة الأساس مهما كان التخصص أو المجال، ومهنة الصحافة ليست بشاذة عن هذه القاعدة، على اعتبار أنّ رأسمالها هو مصداقيتها لدى جمهورها وثقتهم فيها، وهذا لا يتأتى إلاّ من خلال عملها الدائم على احترام أخلاقيات المهنة، وحرصها الشديد حتى لا تقع في أيٍّ من الانتهاكات والمحظورات التي من شأنها أن تهوي بسمعتها إلى الحضيض.

وقد عملت هذه الدراسة على تسليط الضوء على أخلاقيات مهنة الصحافة ورصد وجهة نظر كلّ من الأكاديميين والصحفيين الممارسين من خلال ثلاث محاور أساسية شملت التزام الصّحافة الجزائرية بأخلاقيات المهنة، الانتهاكات التي تقع فيها الصحافة الجزائرية، وكذا مقترحات كل من الأكاديميين والصحفيين الممارسين لتحسين جودة الأداء المهني فيما يتعلّق بالالتزام بأخلاقيات الصحافة.

وتأسيساً على النتائج التي توصلت إليها الدراسة –والتي تمّ التفصيل فيها سابقاً– نقف على أنّ العمل الصحفي ليس عملاً فردياً أو شخصياً، وإنّما هو عمل جماعي يتدخّل فيه العديد من الفاعلين، من أفراد ومؤسسات وتشريعات ومواثيق، الهدف منها خدمة الرسالة النبيلة للصحافة وإبلاغ المعلومة للجمهور بكل صدق وموضوعية، ومتى ما حاد أحد هؤلاء الفاعلين عن جادة الصواب، تأثّر البقية بذلك، ومتى ما صَلُحَ الجُزءُ صَلُحَ الكلُّ.

VI. قـــــــــائـــــمـــــة المـــــراجع

المراجع العربية

القرآن الكريم

المعاجم والقواميس

1. ابن منظور، **لسان العرب**، نسخة جديدة مُصحّحة اعتنى بها أمين محمد عبد الوهاب ومحمد الصادق العبيدي، الجزء السابع، ط3، دار إحياء التراث العربي للطباعة والنشر والتوزيع، مؤسسة التاريخ العربي، بيروت، 1999.

الكتب

2. أبو حامِد الغزالي، بعناية بسام عبد الوهاب الجابي، **المقصد الألسُني في شرح معاني أسماء الله الحُسنى**، دار ابن حزم، بيروت، 2003.
3. أحمد بن مرسلي، **الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال**، دار الورسم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013.
4. بخيت السيّد، **الانترنت وسيلة اتصال جديدة –الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية–**، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط2، 2010.
5. جين فوريمان، **أخلاقيات الصحافة**، ترجمة محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2012.
6. خلدون عبد الله، **الإعلام وعلم النفس**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2010.
7. رشيد زرواتي، **تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، مطبعة دار هومة، المسيلة، الجزائر، د ط، 2002.
8. سليمان صالح، **أخلاقيات الإعلام**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة، 2005.
9. عبد الله محمد عبد الرحمن ومحمد علي البدوي، **طريق البحث الاجتماعي**، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، مصر،2002.
10. عبد الرحمان عزّي، **قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي –قراءة معرفية في النظام الأخلاقي–**، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2014.
11. عبد الرحمان عزّي، **نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية**، الدار المتوسطية للنشر والتوزيع، ط1، 2016، تونس.
12. محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، الدار المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2003.
13. محمد شفيق، **الخطوات المنهجية لإعداد البحث الاجتماعي**، المطبعة المصرية، الاسكندرية، ط1، 1985.

14. محمد عبد الحميد، **دراسات الجمهور في بحوث الاعلام**، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 1972.
15. محمد عبد الغني، **أخلاقيات المهنة**، مكتبة الرسالة الحديثة، عمان، 1986.
16. موريس أنجرس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبة، ط1، الجزائر، 2006.

المجلات والدوريات

17. زياد الدّماغين، **'مظاهِر تكريم الإنسان في البيان القُرآني: قِراءة في فِكر النّورسي'**، مجلّة دِراسات، العدد 29، 2002.
18. عبد الرحمان عزّي، **دراسات في نظرية الاتصال –نحو فكر إعلامي مُتميّز–**، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 28، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت، 2003.
19. محمد محمد البادي، **الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية**، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول 1997.

المراجع الأجنبية

20. Albarelo Luc, **Apprendre à rechercher ; l'acteur social et la recherche scientifique**, de Boeck Université, Belgique, 1999.
21. Andrew Belsey & Rut Chadwick, **Ethical Issues in Journalism and the Media**, Routledge, New York, 1998.
22. Boudon Raymond, **les méthodes en sociologie**, PUF, 5 eme édition, France, 1980