



ISSN : 2602 - 7356

المجلة الجزائرية

لبحوث الإعلام والرأي العام

مجلة دولية نصف سنوية محكمة تصدر عن :
قسم علوم الإعلام والاتصال بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة



المجلد (01) - العدد (02) / ديسمبر 2018

ترداد أهمية البحث العلمي في مجال علوم الإعلام والاتصال والرأي العام والعلاقات العامة يوما بعد يوم نظرا للدور الاستراتيجي التي تلعبه وسائل الاتصال في تشكيل الرأي العام وصناعته. ففي عصر شبكات التواصل الاجتماعي والإعلام الجديد والبيئة الرقمية تضاعف الدور الاستراتيجي والمحوري لوسائل الإعلام سواء في حياة الأفراد أو المنظمات أو المجتمعات، وأصبحت الكثير من الأفكار والصور والمعتقدات والإدراكات تحدها الرسائل التي تتلقاها يوميا من خلال الفضائيات وشبكة الانترنت والإعلانات والصحف والمجلات والإذاعات وأصبح المنتج الإعلامي والثقافي يحاصرنا في كل زاوية. والسؤال الذي يفرض نفسه في هذا المقام هو إلى أي مدى تتقيد المؤسسات التي تصنع المنتج الثقافي وفي نفس الوقت تصنع الرأي العام - بما فيها وسائل الإعلام المختلفة بأخلاقيات العمل الإعلامي؟ وهل هناك ضمير مهني يوجهه حسب مبادئ وأسس وقيم إنسانية ومهنية ما يقدم لعقل الإنسان وإدراكه حتى يكون صوره ومواقفه عما يحدث من حواليه، ابتداء من محيطه الأقرب إلى أقصى بقاع العالم؟ التجارب العديدة وتاريخ الحروب والنزاعات والصراعات بين الأفراد والمؤسسات والأمم والثقافات والأديان والأيديولوجيات... الخ، كلها أكدت أن الصناعات الثقافية والصناعات الإعلامية تحدها وتسيرها نزوات وشهوات وميول ومصالح وأيديولوجيات قد تتنافى جملة وتفصيلا مع المبادئ الأخلاقية للعمل الإعلامي وللصناعات الثقافية. وعملا بمبدأ الغاية تبرر الوسيلة نجد أن العديد من مخرجات وسائل الإعلام والثقافة تضرب عرض الحائط احترام المستقبل وتضع نصب أعينها ما يريده صاحب المؤسسة الإعلامية والقوى الخفية التي تسيّرّها وتديرها وتلتحم وقتها السياسة بالمال وتضع أخلاقيات العمل الإعلامي.

مهنة وممارسة الإعلام في مختلف المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى أخلاقيات وضوابط وأسس مبادئ وموانيق شرف وأعراف وآداب تسيّر عليها وتعمل وفقها حتى تبقى شريفة، نزيهة، ونبيلة تؤدي مهمتها على أحسن وجه بعيدا عن المزايدات والمساومات وكل ما يسيء إليها وإلى أخلاقياتها. وأي عمل إذا لم يلتزم بضوابط وأخلاق وبأسس وقوانين يصبح فوضى تتلاعب به القوى التي قد تكون مصالحها بعيدة عن الصالح العام وعن قيم المجتمع ومبادئه. الإعلام الجاد والهادف والملتزم هو ذلك الإعلام الذي يتعد عن الغرابة والإثارة والتقليد والسعي وراء تحقيق الأرباح بأية طريقة كانت. فالمهمة الاستراتيجية للعمل الإعلامي هي الكشف عن الحقيقة وإبلاغ الفرد وإدماجه في المجتمع وإشراكه في اتخاذ القرار. دور الإعلام هو جعل الفرد في المجتمع فردا واعيا مثقفا متعلما يعرف حقوقه وواجباته ومسؤولياته. الإعلام يهدف إلى التغيير والإصلاح والتوجيه والتوعية بدلا من إثارة الفتن والقذف والتجريح والتشويه والتضليل والدعاية المغرضة.

حرية الصحافة وحرية التعبير وحرية الرأي هي مبادئ وقيم وممارسات ومسؤولية اجتماعية وسلوك حضاري والمسؤولية هنا تأتي بالدرجة الأولى لخدمة الصالح العام والسوق الحرة للأفكار، وليس الإساءة للآخرين والنيل منهم

عن طريق الشتم والمساس بكرامتهم وسيادتهم وأصولهم. والمسؤولية في الممارسة الإعلامية لا تعني في أي حال من الأحوال الرقابة والرقابة الذاتية أو التسلط على المؤسسة الإعلامية أو الحذف أو الضغط بمختلف أشكاله بقدر ما تعني التحلي بأخلاقيات المهنة وبالمهنية والاحترافية.

في أخلاقيات العمل الإعلامي يجب على القائم بالاتصال الرجوع دائما إلى المنطق وأن يسأل السؤال التالي دائما " ما هو دوره في المجتمع وما هي مسؤوليته أمام قرائه ومستمعيه ومشاهديه، وما هو هدف العملية الإعلامية؟ أهو التشهير أم القذف؟ أم خدمة المصلحة العامة أم إلحاق الضرر بالآخرين، أم التضليل والتزييف والتشويه؟" أم أن رسالته في المجتمع هي رسالة نبيلة تتمثل في الكشف عن الحقيقة بكل موضوعية ونزاهة والتزام؟ فالتحلي بالأخلاق والامتثال للقانون وللصالح العام ولمواثيق الشرف من المميزات الرئيسية للعمل الإعلامي الناجح والمسؤول والمهادف والملتزم.

ما يؤسفنا قوله عن واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوطن العربي هو غياب الكثير من مستلزمات الممارسة المسؤولة والنزيهة والملتزمة، حيث نلاحظ غياب مواثيق الشرف في الكثير من المؤسسات الإعلامية وكذلك غياب الجمعيات والنقابات والاتحادات الإعلامية وإن وجدت فتكون شكلية فارغة من محتواها الحقيقي. بالإضافة إلى أن الضغوط المختلفة على المؤسسة الإعلامية وعلى الصحافي نفسه وكذلك غياب حرية الصحافة في الكثير من الأحيان وضعف القوانين والتشريعات الإعلامية - سواء ما يتعلق بالنص أو ما يتعلق بالتطبيق والممارسة - كلها عوامل تؤثر سلبا على البعد الأخلاقي في معادلة الممارسة الإعلامية. الخاسر في كل هذا هو كلمة الحق، هو الرأي العام المستنير، هو السوق الحرة للأفكار. بدون حرية رأي وحرية تعبير وحرية صحافة لا وجود للقرار الرشيد ولا للإبداع والابتكار ولا للحوار والنقاش والرأي والرأي الآخر.

وانطلاقا مما تقدم نتمنى من الأساتذة والباحثين الأفاضل في ربوع الوطن العربي وفي الجزائر المساهمة بمقالات علمية في المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام لاستقصاء واقع الصناعات الإعلامية في الوطن العربي وعلاقتها بالسلطة وبتشكيل الرأي العام وصناعة الواقع الذي قد يختلف اختلافا كبيرا مع حقيقة واقع الشعوب والأمم. فهل الخطاب الإعلامي العربي يساهم في نشر الديمقراطية ومشاركة المواطن العربي في صناعة القرار؟ أم أن المنظومة الإعلامية العربية تعمل على تكريس الأمر الواقع status Quo و"شرعة" الأنظمة القائمة؟ أين هي الصحافة الاستقصائية وأين هي التحقيقات التي تكشف المستور وتعري واقع الفساد والاستيلاء على المال العام واستغلال النفوذ التي تمارسه حفنة من القوى السياسية والمالية ؟

أ.د/ محمد قيراط: جامعة قطر

محتويات العدد الثاني

الصفحة	عنوان البحث	إعداد
15-14	كلمة العدد	أ.د / محمد قيراط - جامعة قطر
39-16	الصورة وحرب الصورة أثناء الثورة التحريرية الجزائرية (1956 - 1962)	01 د.فايزة بكار: (المدرسة الوطنية العليا للصحافة: الجزائر)
56-40	خصوصية المشهد التلفزيوني العربي في ظل الحتمية الرقمية وهيمنة منطق السوق.	02 د.آيت قاسي ذهبية: (جامعة الأغواط)
81-58	أشكال التفاعل مع القضايا الاجتماعية لدى مُستخدمي برامج صحافة الفيديو عبر شبكات التواصل الاجتماعي "دراسة ميدانية"	03 أ.محمود محمد أحمد محمد (جامعة المنيا- مصر)
99-82	حوكمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال: مدخل استراتيجي لمسيرة العولمة في المجال الرياضي	04 د. عطاء الله طريف (جامعة الأغواط-الجزائر)
116-100	دور الإعلام في توجيه الرأي العام نحو مكافحة الجريمة: جرائم الفساد نموذجا	05 أ. خيرة بوطالب (جامعة الجزائر 01)
129-118	العلاقات الأسرية في ظل وسائل الإعلام الجديدة	06 أ. فريدة فلاك (جامعة بسكرة- الجزائر)
150-130	الفيسبوك وتأثيره على الاتصال الأسري في الجزائر دراسة ميدانية على عينة من الأسر لمدينة أم البواقي	07 أ. آسيا بوطهرة (جامعة الجزائر 03)
171-152	مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك السياحي لدى الشباب: دراسة تقييمية	08 د.سعد بلمداني (جامعة سعيدة- الجزائر)
206-172	دور الفيسبوك في دعم التربية الإعلامية عبر الصفحات الدينية	09 أ.د جمال بن الزروق أ. سعاد قراندي (جامعة سكيكدة-الجزائر)
222-208	مصادقية صحافة المواطن عبر مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر الشباب الجامعي الجزائري -دراسة ميدانية بجامعة تبسة-	10 أ.غنية صوالحية (جامعة تبسة)