وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جـــامعـــة ابن خـــلـــدون – تيـــارت–
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية
قسم العلوم الاجتماعية
مسار علم الاجتماع

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر
تخصص: علم الاجتماع الاتصال

الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر

دراسة ميدانية بقناة الشروق TV

إعـــداد الطالبة:
– ميشان فاطمـــة

إشـــراف الأستاذ:
– زهـــواني عمـــر

السنة الجامعية
2016م / 2017 م

شكـــر وعرفـــان

نتوجه بجزيل الشكر إلى أستاذي الكريم الذي كان لي خير ناصح ومعين وأفضل محفز على استكمال مراحل هذا العم " زهوا ني عمر"، على دعمه وسعة صبره وتوجيهاته التي كان لها الأثر الكبير في انجاز هذه الدراسة فجزاه الله عني كل خير.

كما أتقدم بالشكر والاحترام والتقدير إلى كل أساتذتي لكل الأطوار التعليمية وعلى الخصوص" ريان غانم، تشيكو بن عيسى، بوهطال".

وجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ المحترم الذي لم يبخل بتقديمه لي توجيهات سديدة لإثراء هذه الدراسة الأستاذ" ميمون سفيان".

وفي الأخير أقدم الشكر الجزيل إلى كل طاقم مجمع الشروق بما فيهم رئيس التحرير "فيصل، حنان خوجة، بلقاسم جير"، على تعاونهم معي وحسن استقبالهم.

والشكر موصول إلى الأستاذ سالم رئيس جريدة" liberti " دون أن أنسى كل الشكر والشكر إلى "ميشان سعاد، غلال سعاد، مولاي يسمينة، آيت معمر ريحاب".

إهـــداء

رائع أن تقطف ثمار جهد دام سنوات والأروع أن تهديها لمن ساعدك إلى بلوغها إلى أعز الناس...

إلى من هما صاحبا الفضل بعد الله عز وجل فيما وصلت إليه...

والدي الحبيب

أمي الحبيبة

إلى من تشاركنا حنان الأسرة...

إلى من عشنا معا أسعد اللحظات...

إخوتي الأفاضل: محمد وعائلته، الحاج وعائلته، كريم وعائلته، لخضر، فتحي، معمر، بدر الدين،

إلى زوجي سليمان حفظه الله، و"الأم، الأب، أمينة، سعيدة، سمير، عبد الرحمان".

الى من ذلل لنا كل الصعاب وكان له الفضل الأول والأخير في أن ترى فكرتنا النور ، الأستاذ" عمر زهوا ني".

إلى صديقاتي الرائعات: الحاجة، نجاة، صباح، سعاد، راضية، فاطمة، سمية، هاجر، صارة، مليكة، صبرينة، خيرة، نسيمة، صورية، نوال، ذهبية، فتيحة، زينب، نورة، بختة، ريحانة، وحشية، حنان، مباركة، ريمة، مخطارية، حورية، زليخة، عائشة،

إلى كل من أسقطه القلم سهوا وذكره القلب دون شك

إلى كل من يستفيد من قراءته لهذه المذكرة

أهدي هذا العمل المتواضع...

فاطمة

فهــرس المحتويــات

مقدمة .....أ–ب

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1/ أسباب اختيار الموضوع 3

2/ أهداف الدراسة 3

3/ أهمية الدراسة 4

4/ الإشكالية 5

5/ الفرضيات 8

6/ التحديد الاجرائي لمفاهيم الدراسة 8

7/ المنهج و التقنيات المتبعة 12

8/ المقاربة النظرية 20

9/ الدراسات السابقة 25

10/ صعوبات الدراسة 30

الفصل الثاني:الإطار النظري والتصوري للدراسة

تمهيد 31

المبحث الأول: الواقع السوسيو مهني للصحفي في الجزائر 32

1/ مفهوم العمل الصحفي 32

2/ العوامل المؤثرة على العمل الصحفي 33

3/ المسؤولية الاجتماعية للصحفي.....36

4/ أهم المبادئ التي يتحلى بها الصحفي.....39

5/ حقوق وواجبات الصحفي 41

المبحث الثاني: أخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر 44

1/ نشأة أخلاقيات المهنة ومفهومها 44

2/ مبادئ أخلاقيات المهنة.....45

3/ المسائل الأخلاقية في الإعلام 46

4/ مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية 48
5/ أهمية الأخلاقيات المهنية 50

الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

المبحث الأول: عرض خصائص أفراد العينة 54
1/ توزيع أفراد العينة حسب الجنس 54
2/ توزيع أفراد العينة حسب السن.....55
3/ توزيع أفراد العينة حسب الحالة العائلية 56
4/ توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية.....57
5/ توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية 58
6/ توزيع أفراد العينة حسب الدرجة المهنية 59
7/ توزيع أفراد العينة حسب ساعات العمل.....60
8/ توزيع أفراد العينة حسب الراتب الشهري.....61
9/ توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة 62
10/ توزيع أفراد العينة حسب نوع السكن.....63
11/ الانخراط في الأحزاب 64
المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى.....65
12/ دور الصحفي في معالجة المواضيع المقترحة من قبل المؤسسة.....65
13/عرض الأخبار التي تؤثر سلبا على قيم المجتمع.....65
14/الإطار الذي ينظم فيه العمل الصحفي 66
15/الالتزام بأخلاقيات المهنة.....67
16/ إطلاع على الصحفي على ميثاق أخلاقيات المهنة 67
17/ العلاقة بين الإطلاع على ميثاق أخلاقيات المهنة واحترامه 68
18/ كيفية تسليم المادة الإعلامية 69
19/العلاقة بين نشر الأخبار السلبية على المجتمع وكيفية تسليم المادة الإعلامية 69
20/ مساومة الواقع المهنية مساومة على أخلاقيات الصحفي.....71

21/ العلاقة بين الراتب الشهري ومساومة الواقع المهني على أخلاقيات الصحفي.....72
22/ مظاهر المساومة لدى الصحفي.....73
23/شعور الصحفي أثناء عرض المادة الإعلامية.....74
24/ توفير المؤسسة الحماية لصحفي أثناء تأدية عمله 75
25/ تحديد المسؤولية المهنية للصحفي من طرف المؤسسة 75
26/ في حال الإجابة بنعم.....76
27/ دور المؤسسة في إنجاح الصحفي 77
28/ ما حققه التفتح الإعلامي في المجتمع.....77
29/ ما حققه التفتح الإعلامي للصحفي في الجزائر.....78
- **نتائج الفرضية الأولى** 79
المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية 80
30- الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيين عند نشر الأخبار.....80
31- تعذر نشر المادة الإخبارية المهمة في المؤسسة التي يعمل بها الصحفي 80
32- تعرض المؤسسة إلى التضييق من قبل الممول.....81
33- مظاهر التضييق.....82
34- تعرض الصحفي إلى مضايقات أثناء تأدية عمله 83
35- العلاقة بين تضييق المؤسسة من طرف الممول على الصحفي 83
36- الأطراف المسؤولة عن المضايقات.....84
37- تأثير الإمكانيات المادية على نزاهة وموضوعية الأخبار 85
38- نمط ملكية المؤسسة التي تنتمي إليها (الايجابية) 86
39- العلاقة بين تأثير نمط ملكية المؤسسة على الموضوعية وايجابياتها.....87
40- في حالة الاجابة بنعم 88
41- الإمكانيات المادية كافية لتمويل احتياجات المؤسسة 89
42- العلاقة بين الإمكانيات المادية للمؤسسة في تمويل احتياجات المؤسسة والراتب الشهري 90

نتائج الفرضية الثانية 91
المبحث الرابع: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة.....92
43- الضغوط التي تؤثر على العمل الصحفي 92
44- وجود الرقابة المسبقة على المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي 93
45- في حالة الإجابة بنعم 93
46- تمارس المؤسسة ضغوطات عل الصحفي 94
47- رقابة المسؤول المباشرة على الصحفي 95
48- العلاقة بين الرتبة المهنية ورقابة المسؤول.....96
49- صعوبة الحصول على المعلومة ونقلها إلى الرأي العام 97
50- أسباب في وجود صعوبة في الحصول على مصادر المعلومات 97
51- أبعاد تأثير الضغوطات المهنية على العمل الصحفي 98
52- المشاكل التي تواجه الصحفي أثناء قيامه بالعمل الصحفي 99
53- الضغوط التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين 99
54- العلاقة بين ساعات العمل والضغوط التي يفرضها الرؤساء على الصحفيين...100
55- القضايا التي تمارس المؤسسة فيها أكثر الضغوطات على الصحفيين 101
56- ما ينقص من فاعلية الصحفي.....102
نتائج الفرضية الثالثة 103
الاستنتاج العام 105
خاتمة ..... ج
قائمة المصادر والمراجع
الملاحق

مقـــــــدمـــة

مقدمـــــة:

مع التطورات التي شاهدتها الساحة الإعلامية في ظل التعددية والتفتح الإعلامي، وإنشاء سلطة ضبط خاصة في القطاع السمعي والبصري، إضافة إلى إنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات المهنة، وتحت ما يسمى بالثنائية الإعلامية (قطاع عام، قطاع خاص) ظهر هنا ما يبدو للعيان بالقطاع الخاص، إلا أن ما هو مجسد على أرض الواقع فيدل على إعلام أحادي وهذا لتخطيط وإستراتيجية قامت بها السلطة السياسية لامتصاص غضب الشعب.

فأداء الصحفي المهني في الجزائر يخضع إلى جملة من الضغوطات والقيود الداخلية والخارجية التي تؤثر بشكل واضح على واقعه المهني والاجتماعي والتي تتحكم في ممارسته الإعلامية، رغم أن الحقيقة الثابتة تتمثل في أن تحكمها أخلاقيات ومبادئ تفرض عليها أن تلتزم الموضوعية والمصداقية في نقل مختلف الأحداث الجارية في السياق الاجتماعي، ومن هنا تبرز أهمية الصحفي ودوره في تحديد نتائج العملية الاتصالية من خلال، تأثيره على فاعلية المادة الإعلامية ومدى تقبل الجمهور لمحتواها.

من الملاحظ في المؤسسات الإعلامية الخاصة أنها لا تستطيع الاستغناء عن التمويل باعتباره، وإلى حد كبير من العوامل المؤثر على إنتاج المادة الإعلامية وتدفق المعلومات، لأنه يضع في أيدي أصحابه سلطة التحكم حتى في مضمون الرسالة الإعلامية، أين يفقد الصحفي التأثير على المادة الإعلامية وخفض مستوى الفاعلية لديه، باعتبار أن جودة الأداء المهني ونجاعة المضمون الذي يقدمه الصحفي نابع من أخلاقه المهنية" بالصدق، النزاهة، الدقة والموضوعية وغيرها من القيم الإعلامية هي في الأساس قيم أخلاقية إنسانية مرهونة بما يقدمه الصحفي للمجتمع من حقائق ووقائع كل هذا يبين لنا الواقع الاجتماعي والمهني للصحفي في الجزائر".

وانطلاقا من أهمية موضوع الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر خاصة داخل القناة الخاصة (الشروق TV) ارتأينا دراسة هذا الموضوع بالتطرق إلى مختلف الجوانب المحيطة به حيث احتوى: الجانب النظري على فصلين تناول الفصل الأول: أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، والإشكالية التي انتهت بتساؤلات الدراسة التي انبثقت منها فرضيات، المفاهيم الأساسية، المقاربة النظرية، المنهج والتقنيات المتبعة كما تطرقنا إلى الدراسات السابقة، انتهى الفصل بصعوبات الدراسة.

أما الفصل الثاني استعرضنا الأدبيات النظرية الخاصة بمتغيرات الدراسة والذي يتضمن في المبحث الأول مفهوم العمل الصحفي، العوامل المؤثرة على الأداء الصحفي، المسؤولية الاجتماعية للصحفي، أهم المبادئ التي يتحلى بها الصحفي، حقوق وواجبات الصحفي. أما المبحث الثاني فتناولنا فيه العناصر التالية: نشأة أخلاقيات المهنة ومفهومها، مبادئ أخلاقيات المهنة، المسائل الأخلاقية في الإعلام، مصادر أخلاقيات المهنة، أهمية أخلاقيات المهنة.

أما في الجانب التطبيقي يضم الفصل الثالث من الدراسة وتناول أربعة مباحث: – المبحث الأول: عرض خصائص أفراد العينة.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الفرضية الأولى.

المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية.

المبحث الرابع: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة.

ليأتي الاستنتاج العام الذي كان ملما بنتائج فرضيات الدراسة.

وفي الأخير كانت لنا خاتمة كحوصلة حول موضوع الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر.

وللإثراء العلمي في دراسة الموضوع قد استعنا بمجموعة من المراجع التي كان لها أثرا على مصداقية الموضوع الذي بين أيدينا، معتمدين في ذلك أيضا على عدد من الملاحق.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

أولا : أسباب اختيار الموضوع

ـ إن اختيارنا لهذا الموضوع كان نتيجة لعدد من الأسباب نلخصها في النقاط التالية:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في معرفة المزيد عن الأداء الصحفي مع الانتشار الهائل للمؤسسات الإعلامية الخاصة.

- الميل الشديد إلى البحث في المواضيع التي تمثل الصحفي بشكل عام.

- الأوضاع السائدة في بعض المؤسسات الإعلامية وأخلاقيات العمل الصحفي.

- التعمق أكثر في موضوع مذكرة التخرج لنيل شهادة ليسانس تحت عنوان "الاغتراب الإعلامي لدى الصحفي الجزائري" بعنوان مختلف "الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي".

الأسباب الموضوعية:

- يعتبر من البحوث العلمية التي تعنى بدراسة وضعية الصحفي المهنية والاجتماعية وأخلاقية العمل داخل المؤسسة الإعلامية.

- قيمة وأهمية الموضوع في ظل التحولات الإعلامية بتقدم وسائل الإعلام والاتصال.

- التعرف على أهم المبادئ والمعايير التي يلتزم بها الصحفي في إطار أخلاقيات المهنة الإعلامية.

ثانيا: أهداف الدراسة

- التعرف على الواقع السوسيولوجي للصحفي وعلاقته بالضغوط المهنية والإدارية.

- معرفة مدى تمتع الصحفي الجزائري بالحرية في أداء عمله في ظل وجود الانفتاح الإعلامي.

– محاولة التعرف على مدى مساهمة الجهات الممولة للمؤسسة الإعلامية وعلاقتها بمصداقية المادة الإعلامية.

– التعرف على الأسباب التي كانت وراء تفشي ظاهرة الأخلاق المهنية للصحفي داخل المؤسسة الإعلامية.

– محاولة فهم العلاقة بين العمل الإعلامي والمسؤولية الاجتماعية للصحفي.

– معرفة أهم الصعوبات التي تواجه الصحفيين في أثناء تأدية عملهم اليومي وأثرها في مستوى أدائهم المهني ولاسيما فيما يتعلق بممارسة أخلاقيات المهنة.

– أثر الإخلال بأخلاقيات المهنة على الالتزام بالمسؤولية الإعلامية التي ينبغي أن يتحلى بها الصحفي في نقل الرسالة الإعلامية.

ثالثا: أهمية الدراسة

تتوقف أهمية أي موضوع على دراسة الظاهرة، وعلى قيمتها العلمية والعملية ومدى إسهامها في إثراء المعرفة النظرية من جهة والميدانية من جهة أخرى، وتكمن أهمية الدراسة التي بين أيدينا في تسليط الضوء على الواقع السوسيو مهني للصحفي، ويمكن إيجاز هذه الأهمية في النقاط التالية:

– نظرا لكون الموضوع موضوع الساعة، كما يتسم بالجدة والحداثة، خصوصا في المؤسسات الإعلامية الخاصة.

– تسليط الضوء على الظروف والممارسات المهنية وواقع العمل الصحفي في الجزائر، ومدى تأثيره على أخلاقيات المهنة في القطاع الخاص التي تمارس عملها في إطار تعددية إعلامية انعكست في ارتفاع عدد المؤسسات الإعلامية الخاصة في السنوات الأخيرة.

– الواقع السوسيو مهني للإعلامي لما لذلك من تأثير وتأثر قائم، وبث روح المسؤولية الاجتماعية للصحفي.

رابعا: الإشكالية:

يواجه الصحفي الكثير من الصعوبات والتحديات ليتمكن من إيصال الرسالة المطلوبة منه وبالتالي تحقيق الهدف الإعلامي في المجتمع مهما اختلفت الظروف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية خاصة، وأما الصحفي الجزائري الذي خاض مشوارا نضاليا طويلا واجه فيه العديد من التحديات، فمنذ الاستقلال والى يومنا هذا صنف الصحفي في العديد من الوظائف إلا مهنة الإعلام، فاعتبر موظفا في ظل الفراغ الإعلامي، ثم مناضلا في عهد الرئيس بومدين إلى غاية 1982 لم يكتسب الصفة المهنية لتأتي أحداث أكتوبر 1988 وما نتج عنها ثاني قانون إعلامي، غير أن إعلان حالة الطوارئ 1992 كانت لها الأثر الأكبر على وضع الصحفي نظرا للتجاوزات الأمنية في البلاد، في حين أن سنة 1999 كانت بادرة أمل للصحفيين على مختلف أشكالهم، حيث منحهم صفة المهنية ومع تطور الإعلام وفتح المؤسسات الإعلامية الخاصة والمحددات الإعلامية التي يعمل ضمنها الإعلام والقائم بالإعلام[1].

لذلك تعد بيئة العمل المحيطة بالصحفي داخل المؤسسة الإعلامية وخارجها أحد الأسباب المؤثرة على مستوى أدائه الوظيفي، إذ أن الصحفي له تأثير على فاعلية الرسالة التي يعمل على أدائها وبالنسبة لأي مؤسسة إعلامية فان متطلبات العمل الصحفي الناجح تعمل على جانبين مهمين: مضمون الرسالة الإعلامية، والجانب المادي للمؤسسة ومن هذا المنطلق فان المؤسسات الإعلامية تلعب دورا كبيرا في توجيه الصحفي ورقابته، وعلى هذا الأساس فان الصحفي بدوره مطالب بتأدية واجبه المهني مراعيا بذلك خصائص مجتمعه، أين ينبغي للصحفي تحمل تبعات ونتائج ما ينشره في هذا السياق ليس من جانب قانوني فقط، ولكن من جانب أخلاقي أيضا لذلك فانه إذا كانت النزاهة والمصداقية أهم ناتج ورصيد يتحصل عليه الصحفي، فان الدقة في نقل المعلومات هي أفضل طريقة لحماية ذلك الناتج أو الرصيد، يرى "جونستون" بأن أخذ المؤشرات الواضحة التي تبين اندماج الصحفي مع مهنته هو حجم الروابط الاجتماعية الرسمية داخل المجتمع.[2]وهذا باعتبار النظام الإعلامي جزء لا يتجزأ من البناء الاجتماعي.

---

[1] – حسينة بوشيخ، **بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة**، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014،ص91.

[2] – محمد معوض إبراهيم، **الإعلام ومراكز المعلومات الصحفية**، الكويت: دار الكتاب الحديث، 2010، ص 232.

وأخلاقيات مهنة الإعلام تكتسي أهمية خاصة بالمقارنة مع أي مهنة أخرى لأهمية رسالتها في مخاطبة المجتمع ودورها الكبير في تشكيل قيمه واتجاهاته فالصحفي له وظيفة اجتماعية لا يمكن الإغفال عنها وإهمالها وهو يلعب دورا كبيرا في توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات " وهنا ينبغي للصحفي تحمل تبعات ونتائج ما يقدمه للرأي العام، ليس على الجانب القانوني فقط، ولكن من الجانب الأخلاقي أيضا"[1]، فالنظام المعياري الموجود داخل المؤسسة الإعلامية يمكن الصحفيون من الاستجابة للممارسات الأخلاقية، بأن هناك نموذجا للسلوك الأخلاقي[2]، المتوقع بناءا على المعايير التي تطبق عند عملية اتخاذ القرارات داخل أقسام المؤسسة كافة.(فالوظيفة تنسجم مع الطبيعة) والعمل الصحفي يعتبر صناعة هدفها الأول العمل على رقي المجتمع فخدمة المجتمع تنطوي على تفان في العمل ووعي بأهمية قضاياه بعيدا عن المصالح الشخصية، وتحمل المسؤولية الاجتماعية والمهنية، وأن أخلاقياته تحدد له ما يجب المحافظة عليه وفق القانون فلكل مهنة أخلاقياتها.

بالنسبة إلى مضمون الرسالة الإعلامية فان المحيط الخارجي للصحفي يؤثر بشكل كبير عليها سواء كانت هذه القوى من داخل المؤسسة أو خارجها مثل المالك أو الممول لها الذي يعتبر في غالبية الأحيان بمثابة المسير أو القائم على نجاح أو فشل المؤسسة، حيث تمتلك من طرف رجال الأعمال والساسة وأصحاب الشركات الاقتصادية الكبرى،التي تقوم بتجميع مبالغ مالية تحت تصرف المؤسسة بصفة دائمة ومستمرة وهذا ما يعرف بتكوين رأس المال وتجسيد هذا الأخير في ميزانية المؤسسة، فأصبح الصحفي هنا في كثير من الأحيان محل متابعة في أدائه المهني وفي أداء رسالته الإعلامية بسبب مختلف الضغوطات التي قد تمارس عليه من مختلف الأطراف الباحثة عن الربح، وهذا الأمر اوجد فراغا بين الصحفي والجمهور الذي يشعر بان هدفه ليس التوجه إليه بشكل مباشر ولا التعبير عن قضاياه واهتماماته، يتأثر تبعا لنمط الملكية والمساومة على واقعه المهني خاصة وأن اغلب المساومات والضغوطات التي يتعرض لها الصحفي تكون بعلم القائمين على المؤسسة وهذا على أساس أن الصحفي لا يملك ادني سلطة داخل المؤسسة الإعلامية التي يعمل في إطارها إذ يقوم بتنفيذ الأوامر الموكل إليه فحسب دون

[1]– بسام عبد الرحمان المشاقبة، **أخلاقيات العمل الإعلامي**، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 95.

[2]–Hemyschult et mareel du fresne, **"pratique de journalisme"**, Paris: nouveaux horizons, 2007, p341.

زيادة أو نقصان، وهذا ما قد يؤثر على فاعلية الصحفي في أدائه لمهنته داخل أو خارج المؤسسة الإعلامية.

واقع الصحفي الاجتماعي والمهني تلازمه مساومات كالمسؤولية الاجتماعية التي تقوم على أساس فهم الفرد لدوره في تحقيق أهدافه والمجتمع، في حين أن المسؤولية لا تنفصل عن حرية الإعلام في المجتمع من حيث حق الوصول إلى المعلومات والحصول عليها وتداولها وتبادلها والحق في نشرها، وتضييق نطاق المحظورات إلى أدنى درجة ممكنة في إطار بعض التحفظات الأخلاقية والتكفل بالظروف الملائمة لحماية الصحفيين من كافة الضغوطات الداخلية والخارجية التي قد يتعرضون لها أثناء ممارستهم لمهمتهم إلى جانب ضرورة دراسة التشريعات الإعلامية وتأثيراتها الايجابية والسلبية على الممارسة الإعلامية في إطار مسؤولية الإعلام والوعي بدوره وسمو رسالته فلا حرية بلا مسؤولية حيث أطلق مؤسس صحيفة لوموند Merie شعارا ملفتا تعليقا على مقولة هارولد لازويل" فاعتبره انه لا يمكننا أن نقول أي شيء، لأي كان، في أي وقت وبآي طريقة[1]، لأن ذلك يتوجب عليه انعكاسات فالمسؤولية عند الصحفي تسبق الحرية".

انطلاقا مما سبق ونظرا للمستجدات الإعلامية والتشريعية، وبناءا على الدور الذي يقوم به الصحفي في ظل مجموعة من الضغوطات والقيود التي تؤثر بشكل واضح على واقعه المهني والاجتماعي، نظرا لاحتكاكه المباشر أو غير المباشر مع مجتمعه، واحترام أخلاقيات المهنة، فالصدق والدقة والموضوعية وغيرها من القيم الإعلامية هي في الأساس أخلاقية إنسانية.

_ كيف يؤثر الواقع المهني والاجتماعي على أخلاقيات العمل الصحفي؟

واستنادا إلى التساؤل الرئيسي نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

1_ هل يفرض الواقع المهني والاجتماعي المساومة على أخلاقيات الصحفي؟

2_ هل هناك علاقة بين مصلحة الجهات الممولة للمؤسسة الإعلامية وأخلاقيات مهنة الصحفي في الجزائر؟

3_ كيف تؤثر الضغوط المهنية على فاعلية الصحفي؟

[1] – جورج صدقه، **الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع**، بيروت: مؤسسة مهارات، 2008،ص 13.

خامسا: الفرضيات

الفرضية الأولى:

1_ يفرض الواقع المهني والاجتماعي مساومة على أخلاقيات الصحفي ما يؤثر على أدائه لمسؤوليته المهنية والاجتماعية.

الفرضية الثانية:

2_المصلحة الجماعية للجهات الممولة للمؤسسات الإعلامية تؤثر على مصداقية المادة الإعلامية.

الفرضية الثالثة:

3_ الضغوط المهنية تساهم في تنامي اللافعالية لدور الصحفي داخل وخارج المؤسسة الإعلامية.

سادسا: المفاهيم الأساسية:

إن استخدام أي مفهوم في أي موضوع له أهمية كبيرة، لان ذلك يزيل الغموض الذي يتعلق ببعض المصطلحات، حيث تتميز أغلب المفاهيم في البحوث الاجتماعية بالمرونة النسبية والموضوعية النوعية، وعليه كانت مهمة تحديد المفاهيم أمرا هاما ومن أهم المفاهيم التي سيتم تناولها في هذه الدراسة ما يلي:

1_الواقع الاجتماعي:

يأتي للإشارة إلى ما هو موجود كحقيقة أو قائمة من مكونات وجوانب دون التقيد بنموذج تصوري أو تحليلي معين، فهو غالبا ما يستخدم للإشارة إلى ما هو اجتماعي أو العوامل أو التغيرات الاجتماعية المتعلقة بفئة أو شريحة أو مجتمع معين[1].

[1] – عبد الرحمان ابن خلدون، **المقدمة**،ط4، بيروت: دار القلم، 1981، ص 34.

التعريف الإجرائي:

الواقع الاجتماعي والمهني الذي يعيشه الصحفي داخل وخارج المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها، خاصة من خلال الظروف التي استجدت على الساحة الإعلامية.

2_ أخلاقيات المهنة:

هي عبارة عن تعليمات وممارسات تتجمع في تشريعات أو قواعد تضعها المهنة نفسها، وهي ملزمة أخلاقيا ولكن ليس لها جهاز إداري أو قانوني، ونادرا ما تكون مصحوبة بعقوبات[1].

ويعرفها **كوهين وإليوت** بأنها أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين والمحررين والمصورين وجميع من يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها[2].

وانطلاقا مما سبق فان المقصود بأخلاقيات المهنة هو مجموعة السلوكيات والقواعد الأخلاقية التي ينبغي للصحفي التحلي بها، مراعاة لمبادئهم الإنسانية والمهنية لمصلحة المجتمع بما يتناسب مع وظيفتهم ضمن المؤسسة الإعلامية التي ينشطون فيها[3].

التعريف الإجرائي:

مجموعة من المبادئ التي ينبغي أن يلتزم بها الصحفي أثناء تأدية عمله الإعلامي، اتجاه كل من (المجتمع، المؤسسة الإعلامية...الخ)

3_المسؤولية الاجتماعية:

هي مجموعة من الحقوق التي ينبغي للصحفي العمل عليها لصالح المجتمع، ورغم الاتفاق على أهميتها و ضرورتها إلا أن درجة الالتزام بها تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن ميثاق أخلاقي إلى أخر.[4]

---

[1] – محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، القاهرة: دار الفجر، 2004، ص 33.

[2] – بسام عبد الرحمان المشاقبة، مرجع سبق ذكره، ص 95.

[3] –كامل خورشيد مراد، **الاتصال الجماهيري والإعلام التطور– الخصائص– النظريات**، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2014، ص264،265.

[4] – نفس المرجع، ص223.

التعريف الإجرائي:

الالتزام الاجتماعي في جو يسوده الموضوعية في إطار المحافظة على قيم المجتمع، عند معالجة المواضيع المقترحة والمصداقية في الانتقاء من بين الأخبار والأحداث في ظل القوانين الإعلامية.

4_الجهات الممولة:

الأطراف المساهمين أو المالكين لمؤسسة ما، الذين يقومون بعملية تجميع لمبالغ مالية ووضعها تحت تصرف المؤسسة بصفة دائمة ومستمرة، وهذا ما يعرف بتكوين رأس المال الجماعي، ويجسد هذا الأخير في الميزانية التي تحتوي على جانبين: جانب الخصوم: يظهر في الموارد، جانب الأصول: يظهر في استخدامها[1].

التعريف الإجرائي:

هم الأفراد الذين يقومون بوضع مبالغ مالية تحت تصرف المؤسسة الخاصة، أو المساهمين في رأس مال المؤسسة مع الأخذ بعين الاعتبار مصلحتهم الذاتية، كما يكون لهم الدخل في بعض المواضيع المقترحة التي يمكن أن تمس بمصلحتهم.

5_المؤسسة الإعلامية:

يقصد بالمؤسسة الإعلامية تلك الهيئة أو التشكيل الذي يتولى إنتاج مقروء أو مرئي أو مسموع، والذي يكون له شكل قانوني وإطار إداري منظم يتلاءم وطبيعة عمله، كي يقوم على تحقيق مجموعة من الوظائف ذات التميز الإبداعي شكلا ومضمونا ومن ثم ترويج وتسويق من اجل تقديم خدمة إعلامية تمتلك مقومات الديمومة والاستمرار والتواصل مع الجمهور المتلقي على اختلاف أنماطه المعرفية والمعلوماتية والبيئية[2].

---

[1] – محمد شحات، **العلاقة بين التمويل الاشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الجزائرية**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2010–2011، ص73.

[2] – احمد بدر، **الاتصال الجماهيري بين الإعلام و التطويع و التنمية**، القاهرة: دار تباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998، ص17.

التعريف الإجرائي:

فضاء رسمي يهتم بإنتاج وعرض الحقائق والمعلومات على الجمهور، بموضوعية وبما يخدم قيم المجتمع، إذ تعتبر همزة وصل بينها وبين أفراد المجتمع، حيث توفر قنوات تربط كل فرد بمجتمعه على المجال العام، لأن القضايا التي تعالجها هي قضايا عمومية، يلتف حولها الرأي العام.

6- الفاعلية:

شعور الفرد بمدى قدرته على التأثير في مجريات العمل الذي يمتهنه، سواء على مستوى القرار الوظيفي، أو على مستوى الأحداث الناتجة عنه في المجتمع الذي يعيش فيه وعلى هذا الأساس اعتبر الفرد الذي يشعر بضآلة الفرص أمامه للتأثير على هذه العملية في المجتمع[1].

التعريف الإجرائي:

كيفية أداء الصحفي لأعماه داخل المؤسسة الإعلامية على ضوابط ذات العلاقة التي يمكن تحديدها والنتائج التنظيمية التي يمكن تقديرها وما تقوم على عدد من المعايير، تحقيقي أهداف الصحفيين، رضا الصحفيين والمسؤلين، بينه وبين بيئته.

7- الخط الافتتاحي:

" المعايير والقيم والمبادئ والحدود التي عبرها تقوم الوسيلة الإعلامية بأداء مهامها ووظائفها، كوسيلة اتصال بالجمهور وماهية القضايا والموضوعات التي تعالج فيها الأسلوب الأمثل لمعالجتها"[2].

التعريف الإجرائي:

الخط الافتتاحي مجموعة المبادئ والقواعد والخطوط العريضة التي تتحكم في الأسلوب أو الطريقة التي يقدم بها المضمون الصحفي، وتكون غير مكتوبة بل مفهومة ضمنيا من جانب الصحفيين.

---

[1] - محمد شحات، مرجع سبق ذكره، ص20.

[2] - اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، **معجم مصطلحات عصر العولمة: مصطلحات سياسية، اقتصادية، اجتماعية، نفسية وإعلامية**، القاهرة: كتب عربية، 2003، ص 258.

سابعا: المنهج والتقنيات المتبعة

1_ منهج الدراسة:

يعتمد الباحث في دراساته لأي ظاهرة معينة أو معالجة لموضوع ما على المعرفة العلمية اليقينية والتي لا يمكن تحقيقها إلا بواسطة استعمال المنهج العلمي وعند القيام بأي دراسة علمية وقبل تحديد منهج الدراسة لابد أن نعرف ما هو المنهج:

وبذلك فقد عرف المنهج بأنه: الطريقة التي تعتمد على التفكير الاستقرائي ولاستنتاجي وتستخدم أساليب الملاحظة العلمية وفرض الفروض والتجربة لحل مشكلة معينة والوصول إلى نتيجة معينة.[1]

وهو أيضا" الطريقة التي تحتوي على مجموعة من القواعد العلمية الموصلة إلى هدف البحث وعبارة عن مجموعة العمليات، والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه "ومن خلال هذه التعريف يتضح لنا أن المنهج هو مرشد يقود الباحث قصد الوصول إلى نتائج موضوعية[2].

تتعدد مناهج البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية بتعدد الظواهر المدروسة والإشكاليات المطروحة للبحث، حيث يعتمد الباحثون في علم الاجتماع ومختلف العلوم على مجموعة من المناهج، كالمنهج التاريخي، دراسة الحالة، تحليل المضمون، المنهج الوصفي، ومادامت هذه الدراسة تهدف وتتمحور حول وصف "الواقع الاجتماعي والمهني وأخلاقيات العمل الصحفي"، واعتمادا على إتباع منهج معين أو مجموعة مناهج من أجل الكشف عن حقائق المدروسة التي تقوم على تفسير الظاهرة أو المشكلة، من خلال تحديد أسبابها وأبعادها بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق، كالتعرف على المسؤولية المهنية والاجتماعية للصحفي في ظل تواجد قوانين مخلة من طرف المؤسسة الإعلامية، وكيف تساهم الجهات الممولة للمؤسسة الإعلامية في تأثيرها على مصداقية المادة الإعلامية. ويمكن تعريف المنهج الوصفي بأنه:" منهج علمي يقوم أساسا على وصف ظاهرة أو موضوع محل الدراسة والبحث، على أن تكون عملية الوصف تعني بالضرورة

[1] –خالد أحمد فرحان المشهداني، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي، **مناهج البحث العلمي**، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013، ص 19.

[2] – رشيد زرواتي، **تدريبات على منهجية البحث العلمي للعلوم الاجتماعية**،ط3، قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008، ص 176.

تتبع هذا الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفاصيله، والتعبير عنها إما كيفيا أو كميا"[1].

ويعرف على أنه" تلك الطريقة العلمية المنظمة التي يعتمدها الباحث في دراسته لظاهرة اجتماعية أو سياسية معينة وفق خطوات بحث معينة يتم بواسطتها تجميع البيانات المعلومات الضرورية بنشأة الظاهرة وتنظيمها وتحليلها من أجل استخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلا[2].

2- تقنيات الدراسة:

نجاح أي بحث يقوم أساسا على دقة البيانات المتحصل عليها والموظفة فيه ولعل هذا يتطلب من الباحث التحكم أكثر في الأدوات المسخرة لجمع المعلومات والبيانات باختيار أدقها وأنسبها للمنهج المستخدم في الدراسة، وتعتبر الأداة الوسيلة التي تشكل نقطة الاتصال بين الباحث والمبحوث التي تمكنه من جمع المعلومات من المبحوثين...[3]"

أ/ الاستمارة:

وقد اعتمدنا على أسلوب الاستبيان لكونه" يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد، مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى أن عدم تدخل الباحث في التحرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، يوفر درجة كبيرة من الموضوعية والصدق... بالإضافة إلى تقنين إجراءاته ويوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع من درجة ثبات ودقة النتائج[4].

---

[1] – نفس المرجع، ص 276.

[2] – عبد الناصر جندلي، **تقنيات ومناهج البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص 200–201.

[3] - إحسان محمد الحسن، **الأسس العلمية للبحث الاجتماعي**، بيروت: دار الطليعة، 1996، ص 57.

[4] – أحلام باي، **معوقات حرية الصحافة في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة 2006– 2007، ص23.

تصمم من طرف الباحث من أجل الحصول على معلومات أو آراء أو اتجاهات تمكنه من التحقق من صحة أو خطأ فروضه التي وضعها كحلول مؤقتة، وهي عبارة عن مجموعة من المفردات أو الأسئلة تصمم وفقا لأهداف الدراسة[1].

وقد اخترنا استمارة الاستبيان من أجل ضمان تحكم أفضل في طرح الأسئلة إضافة إلى ضمان الحصول على إجابات منظمة توفر علينا الوقت والجهد، وتضمن عدم خروج المبحوثين بنا بعيدا عن أهداف الدراسة.

تتضمن استمارة البحث مجموعة من الأسئلة، تنتظم في محاور هي:

1_المحور الأول: البيانات الشخصية

2_ المحور الثاني: تفرض المؤسسة الإعلامية مساومة في أخلاقيات مهنة الصحفي ما يؤثر على أدائه لمسؤوليته الاجتماعية والمهنية.

3_ المحور الثالث: المصلحة الجماعية للجهات الممولة للمؤسسة الإعلامية تؤثر على مصداقية المادة الإعلامية.

3_ المحور الرابع: الضغوط المهنية تساهم في تنامي اللافعالية لدور الصحفي في أدائه المهني.

وفي الأخير نشير إلى أننا قد بدأنا في تصميم الاستمارة التي تم الاعتماد عليها في الدراسة انطلاقا من استمارة أولية، تم تحكيمها من طرف كل من:

اسم المحكم	تاريخ التحكيم	مؤسسة الانتماء	الدرجة العلمية	التخصص
بن مفتاح خيرة	2017_03_14	جامعة ابن خلدون	ماجستير	علم اجتماع الاتصال
لطروش بلقاسم	05-04-2017	جامعة ابن خلدون	ماجستير	علم الاجتماع الاتصال
ميمون سفيان	05-04-2017	جامعة ابن خلدون	ماجستير	علم الاجتماع الثقافي

[1] – العربي بلقاسم فرحاتي، **البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات**، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012 ، ص 281.

ب/ الملاحظـــة:

تعتبر الملاحظة من أقدم وأوسع الأدوات المنهجية استخداما لجمع بيانات البحث العلمي في جميع مجالاته المختلفة المتعلقة بالظواهر الطبيعية والاجتماعية والسياسية، كما تعني التتبع المباشر لبعد أو أكثر من أبعاد الظاهرة التي يسعى الباحث لدراستها، والهدف من الملاحظة هو تسجيل الأبعاد المختلفة للظاهرة، من أجل فهمها فهما تفصيليا وأكثر دقة. تمت الاستعانة بها كأداة تدعيمية للاستمارة للتعرف على معلومات جديدة عن طريق الملاحظة دون المشاركة ويقصد بها ملاحظة الظاهرة محل الدراسة دون المشاركة في أحداثها، ولا يتعدى دور الباحث فيها حد المشاهدة وتدوين الملاحظات ليرجع إليها عند كتابة البحث[1].

الاستمارة بالمقابلة:

وكأداة تدعيمية للدراسة التي بين أيدينا قمنا بتطبيق تقنية "**الاستمارة بالمقابلة**" والتي تعرف" وهذا **للوصول** إلى معلومات أكثر وأعم على واقع الصحفي والتي تعرف بأنها[2]"تتم عن طريق الطرح الشفوي للأسئلة وتسجيل الإجابات" وهذا من خلال توزيع الاستمارات على الصحفيين بالمقابلة للتعرف على طبيعة الأعمال التي يكلفون بها داخل المؤسسة الإعلامية للاستفادة من بعض الأجوبة الهامشية التي قدموها الصحفيين بما يخص علاقاتهم مع الرؤساء والمالك والممول.

3- مجتمع البحث واختيار العينة:

أ/ مجتمع البحث:

تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث، من أهم المراحل المنهجية في العلوم الاجتماعية، التي تتطلب منا الدقة البالغة ولهذا يعرف مجتمع البحث:" في أول خطوة نحو تطبيق الدراسة الميدانية، يتعين على الباحث تحديد وتعيين مجتمع الدراسة بدقة، ويقصد به كل المفردات والوحدات أو الظواهر ذات الخصائص والمميزات المشتركة والمقصودة بالبحث، بحيث تفصله عن المجتمعات أو

[1] – إبراهيم البيومي غانم، **مناهج البحث وأصول التحليل في العلوم الاجتماعية**، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2008، ص 89.

[2] - موريس أنجرس، **منهجية البحث في العلوم الإنسانية**، ت: صحراوي بوزيدي وآخرون، ط2، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006، ص 206.

الجماعات الأخرى، وهو مجال لجمع المعلومات ومحل تعميم النتائج التي يتوصل إليها الباحث"[1].

كما يعرفها" عالم الاجتماع والاقتصاد الجزائري المقيم بكندا عمر أكتوف omar aktouf بأنه مجموعة غير متمايزة من الأفراد أو العناصر التي سيتم الاختيار من بينها أولئك الذين سوف تطبق عليهم الملاحظة، وهذا ما يسمى أيضا بالمجتمع الأم، على الباحث في هذه الفئة استخراج عدد محدد من الأفراد الذين يمتلكون خصائص معينة ومحددة من أجل تشكيل مجموعة ممثلة تسمى العينة التي تتوافق مع العناصر المحددة"[2].

وبناءا على ما تقدم فان البحث يعالج موضوع "الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر" وعلى هذا تم تحديد مجتمع البحث في المؤسسة الإعلامية الشروق tv الخاصة وهذا لتحقيق الأهداف التي تتبني عليها الدراسة التي بين أيدينا.

ب/ اختيار العينة:

بما أن مجتمع البحث هو مجموعة من المفردات تشترك في بعض الخصائص، لذلك فالعينة هي جزء من المجتمع يجب أن تكون ممثلة يتم اختيارها من الكل بهدف دراسته أو قياسه، لهذا تعرف العينة على أنها:" مجموعة جزئية من مجتمع البحث وممثلة لعناصر مجتمع أفضل تمثيل بحيث يمكن تعميم نتائج تلك العينة على المجتمع بأكمله، لذا فان عينة البحث يجب أن تحتفظ بجميع خصائص المجتمع الأصلي حتى تكون ممثلة لذلك المجتمع[3].

_ " هو عدد محدود من مفردات مجتمع البحث المراد دراسته، وهي جزء يتم اختياره بمواصفات خاصة، لنخضعه للدراسة، لكي نحكم به على الكل الذي أخذ منه"[4].

---

[1] –العربي بلقاسم فرحاتي، مرجع سبق ذكره، ص 266،267.

[2]– Omar Aktouf, **Méthodologie des Sciences Social et approche qualitative des organisation**, Montréal: les presses de l'université du Québec, 1 édition 1987.P30.31.

[3] – وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل، **البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية**، عمان: دار الحامد، 2007، ص44.

[4] – إبراهيم البيومي غانم، مرجع سبق ذكره، ص 125.

_ العينة هي عدد من الظواهر التي لها خواص مشتركة تكون جزء من المجتمع يجب أن تكون في هذه الحالة العينة ممثلة المجتمع الأصلي تمثيلا صادقا[1].

أما عن تحديد حجم العينة فيجب أن يكون مناسبا، لا هو كبير جدا بحيث يكون باهظ التكاليف، ولا هو صغير جدا حتى لا تقل قيمة النتائج المستخلصة من الدراسة، فكبر حجم العينة في حد ذاته ليس ضمانا كافيا لدقة النتائج، لأن النجاح في التوصل إلى نتائج دقيقة يعتمد على كثير من العوامل[2].

وعلى هذا الخصوص سميت عينتنا بالعينة القصدية والتي يتم استخدامها تبعا لمواصفات محددة يتم اختيارها مسبقا من قبل الباحث، بحيث لا يترك له مجال البحث وحرية الاختيار أو لملائمتها لطبيعة الدراسة، بحيث لا يلجأ الباحثون إلى اختيار عينة من المبحوثين على أساس أن تتوفر لديهم معلومات كثيرة عن موضوع الدراسة، التي من شأنها المساعدة على التحليل وفهم حقيقة الظاهرة المدروسة ووصفها وتفسيرها[3].

حدد مجتمع بحثنا هذا بعينة عددها "45" مفردة وهم الصحفيين إضافة إلى رؤساء التحرير ورؤساء الأقسام منها " الأخبار، التحقيقات" الذين استوجب إجراء البحث معهم، وهذا بسبب التعرف على واقع الصحفيين على أساس الرؤساء وكيفية التعامل مع الصحفيين.

4- مجالات الدراسة:

تنصب الدراسة الميدانية على تحليل واقع الميدان الذي يجري فيه البحث، وبما أن أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها، فان دراستنا تقسم إلى ثلاث مجالات رئيسية:

أ/ المجال المكاني:

أجريت هذه الدراسة بقناة الشروق الجزائرية الخاصة، الذي كان مقرها في حيدرة سابقا، والآن مقرها في القبة (الجزائر العاصمة) والتي تأسست في: 19

[1] – محمد أزهر سعيد سماك، **طرق البحث العلمي**، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2011، ص139.

[2] – إبراهيم البيومي غانم، مرجع سبق ذكره، ص 129.

[3] – عاطف عدلي العبد، **الأسس النظرية للاستطلاعات وبحوث الرأي العام**، القاهرة: دار الفكر العربي، 2003،103.

مارس 2012، تم تحويل مقرها بتاريخ 11/ 04/ 2017 يوم تواجدنا في البحث الميداني.

بطاقة تقنية عن مؤسسة الشروق:

طبيعة نشاط المؤسسة:

قناة عامة تزخر ببرامج متنوعة: رياضية، اجتماعية، ثقافية، ترفيهية فنية، مسلسلات ... ويزخر مجمع الشروق بقناتين أخرى متخصصة في الأخبار والبرامج السياسية، وقناة خاصة بالمرأة.

بنية المؤسسة:

في حيدرة تتكون من: 08 أقسام، فريق تقني متكون من" مختصين في الهندسة الصوتية والإضاءة، مشرفين على الاستوديوهات التي يبلغ عددها 04 استوديوهات ذات مقاييس عالمية، عدد من المخرجين بالإضافة إلى المتخصصين في التركيب والسكريبت والتصوير، وطاقم من رؤساء التحرير، ترسانة من المراسلين موزعين على ربوع الوطن، إضافة إلى المراسلين خارج البلاد، رؤساء التحرير، مدير الإنتاج، مدير الأخبار.

لكن تعذر منا الوصول إلى العدد الإجمالي لمجتمع البحث في فترة الدراسة وهذا راجع إلى الانتقال إلى المقر الجديد، إلا أنه حدد مجتمع البحث بدون وثائق، من طرف رئيس التحرير بـــ ما بين {70 إلى 80} صحفي داخل المؤسسة، ولظروف الانتقال هذه تم التطرق إلى 45 صحفي.

مبادئ مؤسسة الشروق:

1/ التحلي بالمصداقية والموضوعية في الطرح.

2/ العمل على كسب مكانة في الساحة الإعلامية وذلك من خلال إنشاء ثلاث قنوات في ظرف 03 سنوات من تأسيسها.

3/ منح الفرصة للشباب وذلك من خلال الاعتماد على طاقم صحفي وتحريري شاب.

4/ توسيع من خلال فتح أقسام وإنتاج برامج جديدة من أجل إرضاء كل الأذواق والفئات الاجتماعية.

5/ فتح موقع جديد للقناة بمقاييس عالمية في القبة.

وقد اختيرت هذه المؤسسة الإعلامية بالذات كمجال للدراسة لأنها:

- تعتبر من أولى القنوات الخاصة التي أنشأت في الجزائر وهذا ما يجعلها تمتلك خبرة في هذا الميدان وأقدمية مقارنة بباقي القنوات الخاصة الجزائرية.

- احتوائها على شبكة برنامجية متنوعة ومتجددة.

- اشتمالها على صحفيين ذو خبرة وصحفيين جدد في مهنة الإعلام.

- معرفتنا للمكان وسهولة الوصول إليه وبالتالي إلغاء عاملي الزمن وبعد المسافة ولو نسبيا.

- العمل مع صحفي المؤسسة في الثالثة ليسانس، هذا ما جعل الالتحاق بها يتم بسهولة.

ب- المجال البشري:

يتمثل في عدد الصحفيين بجميع الأقسام المتواجدة داخل المؤسسة من (أخبار، تحقيقات، الإنتاج... الخ) أجرينا عليها دراستنا اعتبرت هذه العينة ممثلة لمجتمع البحث.

ج- المجال الزمني:

تم الشروع في انجاز هذه الدراسة مع نهاية سنة 2016، وخلال فترة الانجاز انقسمت هذه الأخيرة إلى جانبين:

جانب نظري:

استمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من شهر أكتوبر2016 إلى نهاية شهر ماي 2017، أين استهلت بجمع التراث الوثائقي أو التراث النظري الذي يؤسس للجانب النظري لدراستنا ثم تحديد المشكلة البحثية بدقة وما يتبعها من

إجراءات منهجية وضبط مسار خطة البحث والشروع في استكمال عناصرها مباشرة.

جانب ميدانـــــي:

شرعنا فيه ابتداء من

مرحلة الدراسة الاستطلاعية:

انطلقت الدراسة ابتداء من2017/02/03 إلى غاية 2017/02/05

وقد تم في هذه الفترة تجميع بعض المعلومات الأولية حول موضوع الدراسة، وخاصة حول المؤسسة بما أن موضوعنا يتمحور حول الواقع الاجتماعي والمهني للصحفي، في حين المعلومات الأخرى فهي معلومة من خلال الموضوع الأول "الاغتراب الإعلامي لدى الصحفي الجزائري"، وهذا ما سهل من عملية إجراء أسئلة الاستمارة، للتعرف على معلومات أكثر وواقع أعمق وأحق.

مرحلة جمع المعلومات:

وامتدت الدراسة من 2017/04/11 إلى غاية 2017/04/13 وتم فيها توزيع الاستمارة بالمقابلة على 50 صحفي، إلا أنه تم تجميع 45 منهم وهذا راجع لصعوبة التوصل إليهم من خلال الوقت، وانتقال أغلبية الصحفيين إلى الموقع الجديد في القبة.

ثامنا: النظريات المعتمدة

1_ نظرية حارس البوابة:

يرجع الفضل في نظرية حارس البوابة الإعلامية إلى العالم النمساوي **كيرت لوين kurt lewin** الذي استخدم هذا المصطلح لأول مرة للدلالة على الأشخاص أو الجماعات الذين يتحكمون في سير المواد الإخبارية.

حيث يرى أنه على طول الرحلة التي تقطعها المادة الإعلامية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد نقاط (بوابات) يتم فيها اتخاذ قرارات بما يدخل وما يخرج، وكلما طالت المراحل التي تقطعها الأخبار حتى تظهر في الوسيلة الإعلامية تزداد المواقع التي يصبح فيها من سلطة فرد أو عدة أفراد تقرير ما إذا

كانت الرسالة ستنتقل بنفس الشكل أو بعد إدخال تعديلات عليها، ويصبح نفوذ من يديرون هذه البوابات له أهمية كبيرة في انتقال المعلومات[1].

ومن المعلومات الأساسية التي أشار إليها **كيرت لوين** أن هناك في كي حلقة بطول السلسلة فردا يتمتع بالحق في لأن يقدر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيزيد عليها أو يحذف منها أو يلغيها تماما[2].

ومفهوم حراسة البوابة يعني السيطرة على مكان استراتيجي في سلسلة الاتصال بحيث يصبح لحارس البوابة سلطة اتخاذ القرار فيما سيمر من خلال بوابته وكيف سيمر، حتى يصل في النهاية إلى الجمهور المستهدفــ وقد أشار **لوين** إلى أن فهم وظيفة البوابة يعني فهم المؤثرات أو العوامل التي تتحكم في القرارات التي يصدرها حارس البوابة.

ويمكن تحديد هذه العوامل على النحو التالي:

_ خصائص القائم بالاتصال كالنوع والدخل والطبقة الاجتماعية والتعليم والخصائص الفكرية والعقائدية.

_ الضغوط المهنية وعلاقات العمل.

_ تأثير السياسات الداخلية و الخارجية.

_ التوقعات الخاصة بالجمهور[3].

فرضيات النظرية:

1/ إن حركة التدفق للمعلومات والأخبار تمر في سلسلة متصلة، يقف في تلك الحلقات أو مراكز يتمتعون بالقدرة على حجب التدفق أو تعديله نقصا أو زيادة.

[1] – محمد جاسمي فلحي الموسي، **نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري**، مرحلة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ص24. .Mfolhy YAHOO. COM

[2] – كامل خورشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ص 270.

[3] –محمد عبد الغني سعيود، **تأثير الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار ،باتنة، 2011–2012، ص 47.

2/ إن الأشخاص الذين يتمتعون بالقدرة على التحكم في تدفق المعلومات، يمثلون حراسا انظم معينة، سياسية، اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، وهم جزء أصيل من تلك النظم، بحكم انتمائهم إليها (إيديولوجيا أو بنائيا). أو بمحك الضغوطات التي تمارس عليهم من قبل اذرع السلطة السائدة أو المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، وفي بعض الأحوال بسبب العوامل التكنولوجية التي لا يمكن لها أن تظهر جوانب الظاهرة كافة.

3/ إن حراس البوابات يسيطرون على المعلومات المتاحة لهم بحكم مناصبهم فهم يسيطرون على ما نسمع و نشاهد داخل البلاد ويحددون وجهة نظرنا عن هذا العالم.

4/ حراس البوابات يلعبون دورا مهما في الاتصال الاجتماعي.

5/ القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية أحد العناصر الفعالة في نظم العمل[1].

نقد النظريـــــة:

ـــــ أهم نقد وجه لهذه النظرية أن مفاهيم ومرتكزات نظرية حارس البوابة لم تعد كافية وقادرة على تفسير الاتصال والإعلام في عصر الإعلام الالكتروني الجديد.

ـــــ ولقد إستعنا بهذه النظرية لارتباطها بموضوع الدراسة إذ أن حراس البوابات الذين في الغالب ما يكونون مديرو التحرير أو رؤساء التحرير هم من يشكلون بدرجة أو بأخرى نوعا من الضغط على القائمين بالاتصال داخل مؤسساتهم الإعلامية ويتحكمون في المضمون، فهم الذين يقررون ما ينشر وما لا ينشر وما يحذف وما يضاف إلى المادة التحريرية، وهو الأمر الذي يفيدنا في دراستنا حول الواقع المهني والاجتماعي وأخلاقية العمل الصحفي في الجزائر في ظل العلاقة التي تبين دور القائم بالاتصال داخل المؤسسة الإعلامية ومدى خضوعه للنظام المتبع داخل المؤسسة التي يعمل في إطارها[2].

[1] – شهيناز طلعت، **وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية**، القاهرة: مكتبة أنجلو المصرية، 2003، ص63.
[2] – سليمان صالح، **ثورة الاتصال وحرية الإعلام**، الكويت: مكتبة الفلاح، 2007، ص 71.

2_نظرية المسؤولية الاجتماعية:

يرجع نشوء نظرية المسؤولية الاجتماعية إلى عام 1947 حيث صدرت دراسة أمريكية بتمويل من مجلة "تايم" ودائرة المعارف البريطانية تحت عنوان" صحافة حرة مسؤولة" إذ أقرت لجنة هوتشنز أنه من غير المعقول أن تبقى حرية الصحافة سائبة على غرار الصحافة الصفراء لابد من مسؤولية محددة من قبل المجتمع، فالصحفي له مجموعة من المثل والقيم والأخلاق ولا يستغل حريته المطلقة في الإساءة للمجتمع، كما يرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن يتقبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة.

عوامل نشوء هذه النظرية:

1. إرساء قواعد مهنة الصحافة وتبلور تقاليدها المهنية والأخلاقية والحاجة إلى أخلاقيات إعلامية تحمي قيم المجتمع.

2. الجو الفكري الجديد الذي وضح حرية الصحافة والصحفيين تحت المجهر وراجع آثار هذه الحرية وخطورة انفلاتها.

3. النقد المرير الموجه للصحافة الغربية ووسائل الإعلام المختلفة التي تحولت إلى عنصر ضغط على الحكومات بعد تنامي احتكاراتها وتوسع حجمها وازدياد أهميتها[1].

مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية:

– هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها المؤسسة الإعلامية.

– إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة، الدقة، الموضوعية والتوازن

– قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.

[1] – كامل خورشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ص ص 249– 251.

– يجب أن تتجنب المؤسسات بأي حال ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى ويثير الأقليات في المجتمع.

– إن الالتزامات بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع انجازا راقيا، وبالتالي فان تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.

– يجب ألا تقل مسؤولية الصحفيين أو المهنيين أمام المجتمع عن مسؤوليتهم أمام مالكي المؤسسات الإعلامية أو مموليها[1].

الانتقادات الموجهة إلى نظرية المسؤولية الاجتماعية:

– انطلقت كل هذه النظريات من نظرة متحيزة للنموذج الغربي الليبرالي، القائم على افتراض أن هناك إعلاما حرا، وعلى الجانب الأخر يوجد إعلام تسيطر عليه الحكومة.

– تصنيفها على أساس حرية التعبير والملكية والتدفق الحر للمعلومات في تلك النظريات الأخرى.

– مهما ادعت الاختلافات في الطرح والأسس التي قامت عليها، إلا أنها قد ركزت في تصنيفها على أساس ثنائية السلطة والحرية التي تعيق واقع الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية لذلك إما أن نقول أن تكون:" نظاما حرا مع اختلاف درجة الحرية، نظاما سلطويا مع اختلاف في درجة التسلط"[2].

تاسعا: الدراسات السابقة:

تعد مرحلة الاطلاع على الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية من المراحل الهامة، لأنها تلقي الضوء على أهم الأفكار التي كتبت و أهم النتائج التي توصل إليها الباحثون من قبل، ولأن الدراسات تعد منطلقا هاما لما يليها من أبحاث مستقبلية ونظرا لصعوبة الحصول على الدراسات تناولت الموضوع بعدد من الجوانب، فارتأيت الإحاطة بالدراسات التي اهتمت بدراسة الواقع الاجتماعي والمهني وأخلاقيات العمل الصحفي في الجزائر، وعلى قد قسمت الدراسات الأخيرة إلى محلية عربية، وأخرى أجنبية عربية كانت كالتالي:

[1] – أحلام باي، مرجع سبق ذكره، ص 42،43.
[2] – نفس المرجع، ص 47.

الدراسات المحلية:

الدراسة الأولى:

دراسة لأحلام باي بعنوان: معوقات حرية الصحافة في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف: فضيل دليو في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة منتوري بقسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2006_ 2007، المنهج، الأداة المستعملة، استمارة الاستبيان، عينة الدراسة، عينة غير احتمالية مقصودة، متمثلة في 43 صحفي موزعين على المؤسسات والمكاتب الصحفية بمدينة قسنطينة.

تتلخص إشكالية هذه الدراسة حول الوضعية الحالية لحرية الصحافة في الجزائر، ومحاولة كسف المعوقات التي تعترض هذه الأخيرة من خلال معرفة واقع الممارسة الصحفية في الجزائر بعدة مشاكلها تجعلها واقعة تحت ضغوط مختلفة ولأطراف متعددة، وبصفة أدق جاءت مشكلة البحث حول الدور الذي تلعبه الأنظمة الاجتماعية في الجزائر في الحد من الحرية الإعلامية وتقييدها، ويمكن تلخيصها في التساؤل التالي: ما هي المعوقات التي تعترض حرية الصحافي في الجزائر أثناء ممارسته لمهنته؟

وللإجابة عن هذا التساؤل جاءت فرضيات هذه الدراسة كما يلي:

_ يتعرض الصحفي في الجزائر أثناء ممارسته لمهنته لمعوقات سياسية، قانونية تحد من حريته.

_ يتعرض الصحفي الجزائري أثناء ممارسته لمهنته لمعوقات اقتصادية تحد من حريته.

_ يتعرض الصحافي الجزائري أثناء ممارسته لمهنته لمعوقات مهنية تحد من حريته.

_ يتعرض الصحافي في الجزائر أثناء ممارسته لمهنته لمعوقات اجتماعية تحد من حريته.

ولقد خلصت الدراسة بعد الاختبار الميداني لفروض الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

_ أن الصحفي في الجزائر يتعرض أثناء ممارسته لمهنته لمعوقات سياسية، قانونية تحد من حريته أهمها: ضغوط السلطة الحاكمة الممارسة على الصحفي والمتمثلة في عدم تقبلها وتضييقها الخناق على حرية الصحافة من خلال عدة وسائل كالتعسف في الحكم وسجن الصحافيين وسلبية قانون الإعلام

_ أن الصحفي في الجزائر يتعرض أيضا لمعوقات اقتصادية كالضغط الناتج عن التمويل العمومي و الخاص.

_ كما يتعرض الصحافي لمعوقات مهنية تتمثل في صعوبة الوصول إلى المعوقات ورقابة رئيس التحرير، بالإضافة إلى مصالح مالكي المؤسسة الصحفية[1].

تتلخص العلاقة هنا بين دراستنا وهذه الدراسة في الضغوط المهنية والمعوقات الاجتماعية التي تواجه الصحفي الجزائري داخل أو خارج المؤسسة الإعلامية، وواقعه المهني والاجتماعي في ظل الانفتاح الإعلامي، والحرية الإعلامية التي صنفت من خلالها الجزائر في المرتبة الخامسة عربيا، "إعلام فريدوم هاوس Press 2016 Freedom House نظرة إيجابية لواقع المؤسسة الإعلامية بالجزائر.

الدراسة الثانيـــة:

دراسة لحسينة بوشيخ بعنوان: " بعنوان بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة " جامعة باجي مختار عنابة، 2014، المنهج: المسح، الأداة: استمارة استبيان، العينة قصدية تتكون من 40 فردا من الطاقم الصحفي لجريدة الشروق اليومي.

تلخصت الإشكالية في: معرفة التأثير الذي بيئته العمل الصحفي في ممارسة أخلاقية مهنة الصحافة لدى القطاع الخاص في الجزائر، ومحاولة الكشف عن صعوبات العمل الصحفي وخصوصياته، من خلال معرفة كيفية تعامل الصحفيين مع الضغوط المهنية والعادية في عملهم اليومي، لاسيما فيما يتعلق بالجانب الأخلاقي الذي يعتبر دعامة مهمة في عمل الصحافة وأداة من أدوات نجاحها، إلى أي مدى تؤثر بيئة العمل الصحفي في الالتزام بأخلاقيات المهنة لدى الصحفيين الجزائريين؟

[1] – أحلام باي، **معوقات حرية الصحافة في الجزائر**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة 2006– 2007.

جاءت نتائج الدراسة في:

_ يواجه الصحفي جملة من الصعوبات المهنية كتقلص هامش الحرية في التعبير، تدني الأجور ومن بين أهم الصعوبات المعنوية: طريق تعامل المسئولين غير المرضية وعدم الحصول على التقدير المعنوي المستحق.

_ إن بيئة العمل الصحفي تفرض نوعا من المساومة على أخلاق مهنة الصحافة.

_ وجود تجاوزات مهنية وأخلاقية منها: التهاون في التحقق من صحة الخبر واهتمام بالسبق الصحفي على حساب الدقة وعدم التأكد من مصداقية المصادر.

لقد تم الحصول على المعلومات المتعلقة بهذه الدراسة من خلال نشرها في مجلة الرؤى الإستراتيجية الجزائرية والتي لم تورد فرضيات الدراسة باعتبار أن الدراسة اعتمدت على أهداف الدراسة المتمثلة في:

أ_ معرفة أهم الصعوبات التي تواجه الصحفيين في أثناء تأدية عملهم اليومي.

ب_ معرفة واقع أخلاقيات المهنة في الصحافة الجزائرية حسب رأي الصحفيين فيما يعايشون يوميا.

ج_ إدراك أثر الإخلال بأخلاقيات المهنة في الالتزام بالمسؤولية الإعلامية التي ينبغي أن يتحلى بها الصحفي ليقدم رسالة إعلامية هادفة والمس بجوهر المواضيع مع إبقاء التوقيع عليها، إجبار الصحفي على كتابة مواضيع معينة.

ونقطة الالتقاء هنا تتمثل بان حرية الصحفي تتحدد بموجب معوقات تنتج عن علاقة النظام الإعلامي مع الأنظمة الأخرى، وهذا ما يدفعه إلى التعرف على كيفية تعامله مع الضغوط المهنية والعادية ولاسيما فيما يتعلق بالجانب الأخلاقي الذي يعتبر دعامة في العمل الصحفي، أما العمل الناجح فيستوجب العمل على جانبين مهمين، مضمون الرسالة الإعلامية والتخطيط المادي[1].

الدراسة الثالثة:

دراسة لمحمد عبد الغني سعيود بعنوان تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تحت إشراف فتيحة

[1] – حسينة بوشيخ، **بيئة العمل الصحفي في ممارسة أخلاقيات المهنة**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014.

أوهايبية ، تخصص الاتصال الاشهاري، جامعة باجي مختار، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال 2011-2012، المنهج المسح الإعلامي والمنهج المقارن، بتقنية استمارة الاستبيان، العينة قصدية على جميع الصحفيين في الصحافة الجزائرية في مختلف الصحف الجزائرية.

إشكالية معرفة: مصير حرية الصحافة والممارسة المهنية في ظل الظروف الاستثنائية التي وجد الصحفي نفسه فيها بين مطرقة السلطة وسندان الإرهاب، حيث انعكست سلبا على واقع الممارسة المهنية في ظل ما تشهده من قيود سياسية واجتماعية واقتصادية ومهنية. – ما أبرز القيود التشريعية والمهنية والاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي يرى القائمون بالاتصال بأنها تحد من حرية الصحافة؟

– ما طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال وتؤثر في ممارستهم لمهنة الصحافة؟

– ما هو تقييم الصحفيين الجزائريين لوضع حرية الصحافة في الجزائر بصفة عامة وحرية الممارسة داخل مؤسساتهم الصحفية بصفة خاصة؟

– ما هي مقترحات الصحفيين الجزائريين لتحقيق أكبر قدر ممكن من حرية الممارسة وتطوير مهنة الصحافة؟

فرضيات الدراسة:

/ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين العاملين في الصحف الحكومية والخاصة فيما يتعلق برؤيتهم لحالة الحريات الصحفية في الجزائر.

2/ توجد فروق كيفية بين الصحفيين العاملين في الصحف الحكومية والخاصة فيما يتعلق برؤيتهم للضغوط المفروضة عليهم.

تمثلت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

– أن غالبية الصحفيين يجدون صعوبة في الحصول على المعلومات، ويتعرضون لضغوطات تضطرهم إلى ممارسة رقابة ذاتية، ومن أهم هذه الضغوط هو قانون العقوبات، بالإضافة إلى الضغوط الاقتصادية التي تمارس على الصحف من طرف المؤسسات الخاصة التي تمنحها الاشهارات، ولهذا فان غالبية الصحفيين من الصحف الخاصة ترى أن هامش الحرية بعد صدور قانون العقوبات لسنة 2001 تراجع. وأن غالبية عينة الدراسة ترى أن التشريعات الصحفية تمثل قيدا

على حرية الصحافة كما أن حالة الحريات الصحفية في الجزائر أثناء فترة الدراسة الميدانية.

– جاءت القيود المهنية في المرتبة الأولى لصالح الصحف الحكومية، كما أن أكثر القيود التي تتعرض لها الصحف، هي القيود القانونية والقيود السياسية والقيود الاقتصادية[1].

تتوافق دراسة محمد عبد الغني سعيود في كون أن هذه الدراسة تتناسب مع طبيعة الضغوط التي يتعرض لها القائمون بالاتصال وتؤثر في ممارستهم للمهنة داخل المؤسسة الإعلامية وهذا ما هو من أهدافنا في الوصول إلى معرفته من خلال الفرضيات التي قدمت كاحتمالات لواقع الصحفي المهني والاجتماعي داخل المؤسسة.

الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى:

دراسة لعمر سليمان ملكاوي بعنوان: أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة في منهج الإعلام الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة اليرموك الأردنية، المنهج: الوصفي والاستقرائي، العينة: غير الاحتمالية مقصودة. تمثل مجتمع البحث في كافة الأخلاقيات الإعلامية الواجب تطبيقها من قبل الصحفيين.

تمثلت المشكلة البحثية في: التعرف على ابرز أخلاقيات العمل الإعلامي وذلك وفق منهج الإعلام الإسلامي من خلال تحديد القواعد والضوابط والأخلاقيات العامة التي ينبغي أن تقوم عليه العملية الإعلامية، وعمل المراسل والمندوب الصحفي.

نتائج الدراسة:

1_ هماك تشابه كبير في الأخلاقيات والمبادئ العامة والتي تتبع في معظمها من مواثيق الشرف الصحفي على اختلافها وتنوعها، ونستطيع أن نطبق كافة تلك الأخلاقيات على كل من يمارس المهنة الصحفية والإعلامية.

[1] - محمد عبد الغاني سعيود، **تأثير حرية الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال الاشهاري، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة باجي مختار عنابة، 2011،2012.

2_ ركزت معظم الأخلاقيات الإعلامية من منطلق فلسفة، ومواثيق الشرف على قضايا وقواعد هامة من مثل، الصدق، الموضوعية، التيقن من صدق الخبر ومصادر المعلومات والبعد عن الرشوة[1].

نلاحظ من خلال هذه الدراسة التي بين أيدينا أنها تتوافق مع دراسة الواقع السوسيو مهني للصحفي وأخلاقيات العمل الصحفي وفي حين هذه الدراسة جاءت على أخلاقيات العمل الإعلامي وذلك وفق منهج الإعلام الإسلامي من خلال تحديد القواعد والضوابط والأخلاقيات العامة التي ينبغي أن تقوم عليه العملية الإعلامية، وعمل الصحفي.

عاشرا: صعوبات الدراسة

خلال انجازنا لهذه الدراسة واجهتنا جملة من الصعوبات التي حاولنا التغلب عليها من بينها:

- النقص الببليوغرافي المتعلق بهذه الدراسة، مما استدعى الاستعانة بمكتبات لجامعات أخرى "يوسف ابن خدة" الجزائر العاصمة.

- ضيق فترة البحث الميداني ومواجهة صعوبة انتقال مركز المؤسسة " شروق TV"

- التأخر في اختيار الموضوع والأستاذ المؤطر.

- تزامن فترة توزيع الاستمارات على الصحفيين مع الحملة الانتخابية وانتقال مجمع " الشروق " إلى القبة.

[1] -عمر سليمان ملكاوي، **أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة في منهج الإعلام الإسلامي**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة اليرموك الأودنية، د س.

الفصل الثاني

الإطار النظري والتصوري للدراسة

تمهيد:

إن تسارع المعلومة التي ترافق التطور السريع والتحولات العميقة بالنسبة للفرد وفي إطار التفتح الإعلامي في السنوات الأخيرة وفتح مؤسسات إعلامية خاصة تسهر على توفير المعلومات والحقائق إلى المجتمع مع الحفاظ على قيمه، وعرض الرسالة الإعلامية بمواثيق الشرف وقانون الإعلام الجديد.

وانطلاقا من ذلك حاولنا من خلال هذا الفصل تبيان ماهية الواقع السوسيو مهني لدى الصحفي الجزائري وأهم أبعاده وتحليله وظيفيا مع ذكر وربط العلاقة بين الواقع الذي يتطلبه المجتمع وممارسة الصحفي لمهنته في إطار أخلاقيات المهنة والقوانين الإعلامية، مع التطرق إلى المفهوم العام للعمل الصحفي كما أحطنا به من خلال التعرف على المسؤولية الاجتماعية، والعوامل المؤثرة على أدائه، المبادئ التي يعمل على أساسها الصحفي، حقوق وواجبات الصحفي وهذا ما أقرت به أخلاقيات المهنة، حاولنا التعرف على هذا الميثاق والمسائل الأخلاقية التي يقوم بها الصحفي وأهم المبادئ وأهمية هذا الميثاق خاصة مع التفتح الإعلامي.

المبحث الأول: الواقع السوسيو مهني للصحفي

أولا: مفهوم العمل الصحفي:

يشير مفهوم العمل الصحفي إلى الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة إلى حد كبير، وكذلك التي تقتضي توافر مهارات معينة تكتسب جزئيا من خلال الدورات التدريبية التي تستند إلى أسس نظرية وليس من خلال الممارسة فقط، ويشير المفهوم إلى الوظائف أو المهن ذات المكانة العليا التي تشتمل على خبراء مدربين تدريبا فنيا متخصصا، ويقوم بدور متخصص جدا في المجتمع وتحتاج إلى المهن الفنية العليا إلى معارف وخبرات ومهارات متعددة يتطلبها المجتمع ومن الجدير بالذكر أن أصحاب الأعمال العليا يميلون إلى الإحساس بأن مهنتهم قادرة بذاتها على تكوين أخلاقياتها وصياغتها وعلى ضبط جودة عملهم والتحكم فيه، وذلك على أساس من احتكارها لضرب معين من ضروب المعرفة والعمل الصحفي ومسؤوليته عن شرف المهنة واستمرارها[1]

فاتجهت بعض الدراسات إلى تعريف الصحفي من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، تشمل من لديهم القدرة على التأثير بشكل أو بآخر في الأفكار والآراء[2].

يعرف بأنه أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية، ويتسع مفهومه ليشمل أعضاء الجهاز التحريري الصحفي من محررين، مراسلين، مختصين بالإخراج، وحيث يتخذون الصحافة مهنة يمارسونها على سبيل الاحتراف[3].وقد تمثلت أهم خصائص الصحفي في:

_ أنه قد يكون فردا أو فريقا منظما أو مؤسسة، وبذلك لابد ألا نغفل العلاقات القائمة بينه وبين المؤسسة التي يمثلها، أو المحيط الاجتماعي الذي يتحرك داخله ويمارس فيه عمله.

_ الصحفي يرتبط مباشرة بإنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها وصنعها.

---

[1]– محمد شحات، **العلاقة بين التمويل الاشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الجزائرية**، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، فرع تسيير المؤسسات الإعلامية، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، 2010–2011، ص 109–111.

[2] – أشرف فهمي خوجة، **الرقابة في المؤسسة الصحفية**، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004، ص 24.

[3]– فوزية عكاك، **القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة**، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011– 2012، ص183.

_ الصحفي يعد مسؤولا مسؤولية مباشرة، ومؤسسية عن إسهامه في صياغة الرسالة الإعلامية وإنتاجها حتى تصل إلى المتلقي[1].

ثانيا: العوامل المؤثرة على أداء الصحفي:

2-1_ تأثير معايير المجتمع:

يعد النظام الاجتماعي الذي يعمل في إطاره وسائل الإعلام، من القوى الأساسية التي تؤثر على الصحفي، فأي نظام ينطوي تحت قيم ومبادئ يسعى لإقرارها، ويعمل على نقل المواطنين لها، كما يرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية.

تعكس وسائل الإعلام هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة ويرى **وارين بريد** أنه في بعض الأحوال قد لا يقدم الصحفي تغطية كاملة[2]للأحداث التي تقع من حوله كما يرى أن الإغفال لا يكون نتيجة لتقصير منه أو أنه نقطة سلبية، ولكن يتغاضى أحيانا على تقديم بعض الأحداث إحساس منه بالمسؤولية الاجتماعية و للحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية.

2-2_ تأثير المعايير الذاتية:

تؤثر الخصائص والسمات الشخصية للصحفي على عمله، والمواد الإعلامية التي يقدمها، وتتمثل هذه العوامل أساسا في الطبقة الاجتماعية، الانتماءات الفكرية والعقائدية، والإحساس بالذات كما يعد الانتماء عنصرا محددا من محددات الشخصية المهمة، لأنه يؤثر في طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط بالصحفي[3].

اهتم الخبراء بالإطار الدلالي والخبرات المختزنة للصحفي التي تؤثر في أفكاره ومعتقداته والتي تحدد ما يجب ومالا يجب.

2-2-1_الموضوعية:

تعني النزاهة في القصد والتجرد من العواطف الذاتية، كما أنه تطلق على أي نظرية أخلاقية، والموضوعية الإعلامية هي حالة ذهنية للتحرير الصحفي، تتضمن جهدا

[1] – أشرف فهمي خوجة، **المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة**، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2008، ص 50.

[2] – عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، الكويت: دار المعرفة، 1984،ص 100.

[3] – محمد الدروبي، **الصحفي والصحافة المعاصرة**، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2006، ص 78.

واعيا بعدم الحكم على ما يرى، وعدم التأثر بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته القبلية ودائما ثمة افتراض أن هناك جانبا آخر للتغطية الخبرية وبذل الجهد لإعطاء الفرصة في الظهور، فالأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث والوقائع ولابد أن تقدم كما وقعت[1].

الصدق:

يعتبر من أهم معايير وقيم الممارسة الصحفية، وهو الأساس الذي ينبني عليه منتوج المادة الإعلامية، ولا يقتصر صدق الصحفي مع الآخرين من مصادر وجمهور بل يمتد ليشمل صدق الصحفي مع نفسه، وعلى هذا ينبغي أن تتوافر فيه مستويات الصدق الثلاث " صدق الأفعال، صدق الأقوال، الصدق الذاتي".

2-3_تأثير المعايير المهنية:

يتعرض الصحفي إلى مجموعة من الضغوطات المهنية التي تؤثر في عمله وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي ينتهجها المؤسسة الإعلامية التي تنتمي إليها: وتتضمن ما يلي:

2-3-1_ تأثير سياسة المؤسسة الإعلامية:

فالخط الافتتاحي الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية، قد يمثل ضغوط على الصحفي ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين وتتمثل هذه الضغوط في عوامل خارجية وداخلية ونعني بالعوامل الخارجية: موقع الوسيلة من النظام الاجتماعي القائم، ومدى ارتباط المؤسسة بمصالح معينة، أما العوامل الداخلية: فتشمل نظام الملكية، وأساليب السيطرة والنظم الإدارية وضغوط الإنتاج، وتلعب هذه العوامل دورا مهما في شكل المضمون المقدم للجمهور، وتنتهي بالصحفي إلى أن يصبح جزءا من الكيان العام للمؤسسة لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه.[2]

2-3-2_ مصادر الخبر:

أشارت أغلب الدراسات أن الصحفي يمكنه الاستغناء عن جمهوره، ولكن لا يمكنه الاستغناء عن مصادره، وأثبتت أن قوة تأثير المصادر الصحفية على الصحفي إلى حد

[1]- محمد شحات، مرجع سبق ذكره، ص 120-123.

[2]- سعيداني سلامي، **1000 سؤال في الإعلام والاتصال**، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2013، ص 280.

احتواءه وتمثل التأثيرات في" تقوم المؤسسات الإعلامية بتوجيه الانتباه إلى أخبار معينة دون الأخرى بطرق عديدة " " تؤثر المؤسسة الإعلامية عن طريقة تقييم رؤساء التحرير لأداء الصحفيين" ، ومن هنا يتبين لنا أنه لا يمكن للصحفي أن ينجح في عمله دون مصادر للخبر تدعم المعلومات التي يقدمها الصحفي في إطار ما تتضمنه المؤسسة الإعلامية من خطها الافتتاحي الذي يلزم على الصحفي عدد من القوانين المنتهجة [1].

2-3-3_ علاقات العمل وضغوطه:

إن علاقات العمل تضع بصمتها على الصحفي، حيث يرتبط مع زملائه في علاقات تفاعل تخلق بعدا اجتماعيا، وترسم هذه العلاقات جماعة أولية بالنسبة للصحفي، وهذا ما يجعل منه الاعتماد بدرجة كبيرة على هذه الجماعة ودعمها المعنوي، وهذا يدفع إلى المنافسة المشروعة داخل المؤسسة الإعلامية، سعيا منه الوصول إلى السبق الصحفي.

لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء، فهم لا يعبرون عن أفكارهم، بل يقومون بالتعبير عن أفكار صاحب المؤسسة الإعلامية وينتهجون نهجه[2].

2-3-4_ الرقابة الذاتية:

هي الرقابة التي يفرضها الصحفيين على أنفسهم بالسكوت عما يغضب السلطة أو من بيده السيطرة والتمويل، والرقابة الذاتية تتسع بقدر ما تتسع المخاوف وهذا ينتج عن تعدد الرئاسة داخل المؤسسات الإعلامية وخارجها حتى أصبحت الجرأة شذوذ وخروج عن الخط المرسوم انتحار وهذه الرقابة هي التي تعرف الصحفيين بالمواضيع التي ينبغي أن يتحدثوا فيها وتلك التي لا يصح لهم أن يقربوها، وكذا نوعية المصادر التي يمكن أن يلجؤوا إليها طلبا لمادة إعلامية، وتلك التي ينبغي الابتعاد عنها وعدم الارتباط بها، ومن أبرز النتائج السلبية لهذا النوع من الرقابة تدهور مكانة المعايير المهنية، التي ينبغي أن توجه العمل الصحفي، حيث تكون المادة الصحفية في خدمة السلطة ومصلحة الممول، هل المعيار الأساسي في اختيار المواضيع وليس مهما أن تتوفر فيها معايير مهنية تتصل بدقتها أو موضوعيتها أو صدقها في التعبير عن الواقع أو علاقتها بالرأي العام، لهذا"

[1] – منال هلال المزاهرة، **نظريات الاتصال**، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012، ص ص 270 _ 273.
[2] – نفس المرجع، ص 244.

أخطر أشكال الرقابة في الإعلام العربي اليوم هي الرقابة الذاتية التي يمارسها الصحفيون من تلقاء أنفسهم دون الحاجة إلى وجود رقيب رسمي"[1].

4_ معايير الجمهور:

يؤثر الجمهور على الصحفي مثلما يؤثر الصحفي على الجمهور، فالرسالة التي يقدمها، تحددها – إلى حد ما – توقعاته من ردود فعل الجمهور، وبالتالي يلعب الجمهور دورا ايجابيا في عملية الاتصال.

ثالثا: المسؤولية الاجتماعية للصحفي:

تتمثل المسؤولية في مجموعة من الحقوق التي ينبغي للصحفي العمل عليها لصالح المجتمع، ورغم الاتفاق على أهميتها وضرورتها إلا أن درجة الالتزام بها تختلف من مجتمع إلى آخر، ومن ميثاق أخلاقي إلى آخر وأبرز هذه المسؤوليات:

1- الدفاع عن الحرية العامة.
2- حق الجمهور في المعرفة.
3- إدارة المناقشات الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور.
4- الدفاع عن مصالح المجتمع واحترام قيمه.
5- احترام حق المجتمع في إدارة العدالة.

أولا: الدفاع عن الحرية العامة:

إن دفاع الصحفي عن الحريات للمواطنين مسؤولية مجتمعه، ويتمثل ذلك الدفاع في حماية تلك الحريات في العمل في مناخ ملائم ومساعد لآراء الوظائف على أكمل وجه، فان التزام الصحفي بهذا المبدأ يشعرهم بأنهم حراس الحرية والمدافعون عنها، مما يزيد في اعتزازهم بأنفسهم ومهنتهم، وتتمثل هذه الحريات في:

[1] – عواطف عبد الرحمان، **قضايا التبعية الإعلامية والثقافية**، الكويت: دار المعرفة، 1984، ص 100.

أ/ حرية العقيدة:

العقيدة مشتقة من العقد، وهو الربط والإبرام والأحكام، والعقيدة هي المعلومات التي ارتبطت بالقلوب وترسخت في الأنفس، وتعتبر من أهم الحريات العامة، ولكن لم تذكر إلا في ميثاق سلوفاكيا الذي أصدرته نقابة الصحفيين عام 1990[1].

ب/ حرية الفكر:

هو إعمال العقل بالمعلوم للوصول إلى المجهول، وهي الثمرة التي تنتج عن عناية التفكير.

ج/ حرية الرأي العام والتعبير:

وهي أساس حرية الصحافة، وقد أجمعت المواثيق على ضرورتها وأهميتها ولكن لعدم وجود ضمانات دستورية وقانونية لحماية هذا النوع، ونجد أن معظم الأنظمة السياسية تقيد حرية الرأي فإذا كانت المجتمعات الشمولية تقيد هذا الحق باستخدام القانون، فان المجتمعات الرأسمالية تقيد بواسطة الضغوط الاجتماعية.

ثانيا: حق الجمهور في المعرفة:

يمثل هذا الحق الأساس النظري للصحفي، إلا أن التأكيد الأخلاقي على هذا الحق لم يرد في المواثيق الأخلاقية.

أشارت لجنة ماكبرايد إلى أهمية المعرفة وكيف أنها شكلت محور الارتكاز الاقتصادي والمناخ السياسي، فالعبرة ليست في كمية المعلومات التي يتلقاها الجمهور بل بنوعية المعلومات التي يجب أن تزيد من قدرات الإنسان الثقافية والتحليلية والإبداعية[2] والنقدية، إلا أن المواثيق لم تقدم تصورا لنوعية المعرفة التي يجب على الجمهور الاعتماد عليها، على الرغم من أهميتها في تأهيل المواطنين لممارسة الديمقراطية.

ثالثا: إدارة المناقشة الحرة في المجتمع ونقلها إلى الجمهور:

يمثل ركنا أساسيا في أركان المسؤولية للصحفي نحو المجتمع فمن حق المجتمعات استثمار جميع إمكاناتها في مناقشة وحل قضاياه.

[1] – كامل خورشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ص 223، 224.
[2] – نفس المرجع، ص 224– 225.

ولكي يقوم الصحفي بدوره على أحق وجّه في هذا المجال إلى أنه يجب عليه أن يتبع مصدرا لعرض وجهات النظر المختلفة... باحترام حقوق كل الأطراف في التعبير عن آرائها، وعرض تلك الآراء بشكل متوازن واحترام حق النقد وحق الأقليات في التعبير عن قضاياها.

رابعا: الدفاع عن مصالح المجتمع واحترام قيمه:

يمثل الالتزام الأخلاقي للصحفي في الدفاع عن مصالح المجتمع في النقاط التالية:

1-المساهمة في تحقيق تماسك المجتمع ووحدته.
2-حماية الذاتية والهوية الثقافية للمجتمع.
3-المساهمة في تحقيق التنمية.
4-كشف الانحرافات وأوجه الفساد وسوء استغلال السلطة.
5-احترام القيم العامة للمجتمع ومحاربة كل الأشكال الإباحية[1].

خامسا: احترام حق المجتمع في إدارة العدالة:

يتمثل احترام الصحفيين ل:

1- حق المجتمع في القصاص من المجرمين.

2- احترام قاعدة أن المتهم برئ حتى تثبت إدانته فلا يجوز للصحفي أن يصدر أحكاما بإدانة متهم أو تثبيت التهم عليه.

3- حق المجتمع في إلزام مؤسساته بالامتناع عن أي محاولة للتأثير عن سلطات القضاء.

4- عدم محاكمة المتهم بواسطة الرأي العام، وبمعنى آخر أن يمتنع الصحفي من إقحام نفسه في القضايا التي لم تثبت فيها، بما يؤثر على سير العدالة ونزاهة القضاء.

5- عدم نشر أسماء الأحداث وصورهم وما يدور في محاكم الأحداث.

إن الحق في الحصول على المعرفة والمعلومات هو حق عام لكل أفراد المجتمع، ويمون قيام الصحفي في تطبيق حق الجمهور كمبدأ أخلاقي يتطلب:

أ/ أن يتمسك بحقه في الحصول على المعلومات ونشرها.

[1] – محمد حسام الدين، **المسؤولية الاجتماعية للصحافة**، القاهرة: منشورات الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص 10,

ب/ أن يتمسك بالموضوعية وعدم التحيز.

ج/ أن يتمسك بحقه في التغطية الشاملة للأحداث.

د/ أن يتمتع بتعددية المصادر وتنوعها.

ه/ عدم الإساءة في استخدام الصور أو تزييفها.

و/ عدم تشويه المعلومات أو إخفائها.

ز/ العدل والمحايدة في تقديم المعلومات وفي عرض وجهات النظر[1].

6-الابتعاد عن استخدام أساليب التضليل في تقديم الحقائق.

رابعا: أهم المبادئ التي يتحلى بها الصحفي:

1- المسؤولية:

تعني الالتزام بالمصداقية والموضوعية والحياد فيما يعرض لكسب ثقة الجمهور وحقه في معرفة الأحداث التي لها أهمية عامة أو تتصل بالمصلحة العامة وهو المهمة الأولى بالنسبة لوسائل الإعلام، وذلك عن طريق إمداد الناس بالمعلومات وتمكينهم من إصدار الأحكام حول قضايا العصر والصحفيون والصحفيات الذين يسيئون استخدام هذه السلطة المتاحة لهم بحكم مهنتهم أو يوجهونها لدوافع أنانية، أو لأغراض غير جديرة يكونون قد خانوا الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام[2].

2- حرية الإعلام:

يتصل هذا بالصحفي والظواهر الاجتماعية ويرتبط بفعالية انجاز الصحفي لوظائفه داخل نطاق النظم الاجتماعية والاقتصادية، وذلك بالدفاع عنها (فلا تقلل من شأن مهنتك، ولا تصفها بالسوء عطفا على تعامل وسلوكيات بعض الأفراد ممن يعملون بها، وعلى الصحفيين أن يكونوا يقيظين دائما وأن يتأكدوا من أن كل ما يهم الجمهور يجب أن يتم

[1] – كامل خورشيد مراد، مرجع سبق ذكره، ص 25– 27.

[2] – جون ل هاتلنج، **أخلاقيات الصحافة**، ت: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، ص 137– 138.

علانية، وعليهم أن يكونوا حذرين من أي شخص أو أية جهة تحاول استغلال العمل الإعلامي لأغراض شخصية.

3- الاستقلالية:

الحفاظ على الكرامة والأمانة فالصحفي هو إعلامي يحمل رسالة خالدة كما يقوم بدور تنويري وتثقيفي للمجتمع وليس أداة لتلميع الآخرين، وعليه يجب تجنب أي تضارب في المصلحة أو ما يدل على هذا التضارب وأن لا يقبلوا أي شيء يطلبُ منهم وألا يسعوا وراء أي نشاط قد يؤثر أو يبدو أنه يؤثر في كرامتهم وأمانتهم[1].

4- المصداقية والدقة:

إن الحصول على ثقة الجماهير هو أساس العمل الإعلامي الجيد ويجب بذل كل جهد ممكن لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للمؤسسة الإعلامية دقيقا وخاليا عن أي انحياز، وأن يكون في نطاق الموضوع، أما بالنسبة إلى الأخطاء الواردة أثناء تقديم الحقائق فيجب تصحيحها فورا وفي مكان بارز[2].

5- عدم الانحياز :

الموضوعية و الفصل بين العاطفة والرأي فالصحفي ناقل للأخبار لا للمصلحة.

المحافظة على حقوق الآخرين: الحفاظ على حقوق الآخرين ولا يتعدى أو يتجاوز على حريات الأفراد، ما لم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم.

الحرص على الموضوعية في تناول المشكلات المبحوثة، والانحياز إلى المصلحة العامة.

الحرص على الحيوية التي تتميز بها معالجاته الصحفية عندما يتناول القضايا المؤثرة في حياة الناس أو التي تخصه إلى حد ما[3].

[1] – جون ل هتلنج، مرجع سبق ذكره، ص 138-139.
[2] نفس المرجع، ص 139.
[3] – نصر الدين أمقران، **القواعد القانونية والأخلاقية المنضمة للواقع الالكترونية للصحف الجزائرية**، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام قسم علوم الإعلام 2013، 2014، ص 116.

خامسا: حقوق وواجبات الصحفي:

_ حقوق الصحفي داخل وخارج المؤسسة الإعلامية

1_ حقوق الصحفيين إزاء جمع المعلومات من مصادرها:

حق الصحفي في جمع المعلومات بدون عوائق والحصول على معلوماته ورفض الوسائل غير المشروعة لذلك ويرجع التأكيد على حق الصحفي في الحصول على المعلومات دون عوائق[1]، وهذا مع التأكد بأن الحكومة بأجهزتها ومؤسساتها هي التي تسيطر على جدول أعمال الأخبار، فهم من يقررون متى يصبح شيئا ما خبرا، وإلى متى يبقى في الأخبار[2].

2_ الحقوق المهنية للصحفيين:

كشف التحاليل بإبراز حق الصحفي في ضمان استقلالية عمله الصحفي، وحقه في ضمان أمنه المادي والمعنوي، وتوفير الحماية والشروط الضرورية لممارسة المهنة وحقه في عدم التسامح في جريمة الاعتداء عليه بسبب عمله، وحقه في عدم حرمانه من نشر أي خبر إلا إذا كان يمس الأمن القومي أو المصلحة العامة وحقه في الكشف عمن يدخل عليه الغش أو ينكر ما أدلى به.

3_ الحقوق المؤسسية للصحفي:

إبراز حق الصحفي في التخلي عن المهام التي لا تتفق مع ميثاق الشرف الصحفي وحقه في رفض القيام بأي عمل يتعارض مع ضميره الصحفي، كما له الحق في تأدية عمله وعدم حرمانه منه، واستشارته قبل اتخاذ أية قرارات تتعلق بالمؤسسة ورفضه تعليمات تتعارض مع سياسة المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها هذا الأخير، وله الحق في الحصول على تدريب مهني حديث مما يتوافق مع احتياجات المؤسسة[3].

[1] – وهيبة بلحاجي ، **الصحافة الخاصة والشروط القانونية والاقتصادية لحريتها بعد 1999**، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الاعلان والاتصال ، جامعة الجزائر 03، 2013–2014 ص ص 209–212.

[2] – بلقاسم عثمان، **حق الصحفي الجزائري في الوصول إلى مصدر الخبر وحمايته**، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم الإعلام والاتصال، ص 69.

[3] – وهيبة بلحاجي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 238–239.

4_ الحقوق الفكرية والثقافية والسياسية للصحفي:

التعبير عن وجهة نظره حول طبيعة اجتهاداته الفكرية والسياسية، حق الصحفي في نشر كل المعلومات التي تهم الصالح العامـــ وعدم مساومته على أخلاقيات المهنة بحيث يستطيع الصحفي أن يرفض أية تدخلات في عمله تستهدف حجب أو تشويه الحقيقة، كما له الحق في الدفاع عن الحقيقة ورفض نشر الأخبار غير الحقيقية وتحرره من أي التزامات وفي الأخير لهم الحق في تأييد الأوضاع التي يرونها صحيحة.

5_ الحقوق المادية والمعنوية والشخصية للصحفي:

لم يجد هذه النوع من الحقوق الاهتمام، حيث نص على حق الصحفي في الحصول على عقد شخصي من رئيسه، وضمان أمنه المادي والمعنوي، وخاصة فيما يتعلق بالتعويض العادل والكافي لعمله مع الأخذ بعين الاعتبار وظيفته ومكانته المهنية والاجتماعية داخل وخارج المؤسسة الإعلامية[1]

_ واجبات الصحفي داخل و خارج المؤسسة الإعلامية:

1_ أخلاقيات جمع المعلومات والأخبار:

الالتزام بمقتضيات الصدق والأمانة والشرف والصحة وتحري الدقة في المعلومات التي يتم جمعها وخاصة تلك التي تتعرض للآخرين أو تتحيز ضدهم وعدم إخفاء المعلومات والوثائق الضرورية الأساسية التي يجب أن يعرفها المجتمع، وتحري العدالة والإنصاف وعرض الأحداث والمعلومات المهمة بأمانة، ومعالجة كل الأحداث والآراء بشكل واضح، والبحث عن موضوعات جديدة وذات قيمة إخبارية وعدم الاستعانة بوثائق غير صحيحة.

2_ أخلاقيات نشر الأخبار و الآراء:

من واجبات الصحفي أن يقوم بتصحيح المعلومات الخاطئة والمشوهة وغير الدقيقة بمجرد المعرفة بخطئها أو تشوهها أو عدم دقتها والتثبيت من صحة الأخبار والمعلومات، وتحري الموضوعية والحياد وعرض كل الآراء واحترامها، كما نصت المواثيق على عدم نشر المعلومات غير المؤكدة أو غير الموثوقة بصحتها، وتركيزهم

[1] – نصر الدين أمقران، مرجع سبق ذكره، ص137

على ضرورة اتفاق عناوين المادة الإعلامية مع موضوعها وسياقها وتحري شمولية واكتمال الخبر والالتزام بالتفسير الأمين للأحداث ونشر التقارير غير الحقائقية كما هي (أي كالإشاعات، الدعاية) وعدم تزييف أو تحريف المعلومات أثناء تحريرها.

3_ أخلاقيات نشر الصور و الرسوم:

تنص المواثيق إلى ضرورة تحري الدقة في نشر ومعالجة الصور واختيارها ونشرها في سياقها الملائم ، وتطابق كلام الصورة مع مضمونها والتأكد من صدق وأصالة الصور و الرسوم التي يتم استخدامها مع الالتزام بعدم نشر صور أو تفاصيل تتعلق بالحالات التالية: " مريض نفسي، مدمن كحول، مدمن مخدرات، متبرع بأعضاء حيوية " دون موافقتهم أو موافقة عائلاتهم إلا إذا وجدت مصلحة عامـــة لنشـــرها، وعدم نشر صور مؤدية أو ضارة بالآخرين، وعدم تشويه الصور الصحفية أو التلاعب في تفاصيلها أو استخدامها بطريقة تؤدي لخداع القارئ، سواء من خلال تغييرها عن طريق المونتاج أو إعادة تركيبها، والامتناع عن نشر صور جنسية أو صور تحمل مشاهدة رعب وعنف أو التفاصيل المثير لهم إلا إذا استوجب عليهم ذلك.

4_ أخلاقيات أداء العمل الصحفي:

التركيز على ضرورة إتباع الطرق المشروعة في الحصول على المعلومات الصحفية (الإعلامية)، والتزاماتهم بعد القيام بحملات صحفية تستهدف اغتيال الشخصيات السياسية والبارزة، وتحقيرها أو التقليل منها، والالتزام بالسعي لتحقيق أقصى المعايير الأخلاقية للمهنة، وهذا ما عرفه المشهد الإعلامي خلال الفترة الأخيرة، حيث تضمنت 05 بنود" الدقة، الموضوعية، المسؤولية، الامتناع عن الاتهامات[1].

[1] – بلحاجي وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص 245.

المبحث الثاني: أخلاقيات العمل الصحفي

أولا: نشأة أخلاقيات المهنة ومفهومها:

لقد اتجه الصحافيون إلى إقامة أساليب ذات طابع أخلاقي، كحق الإمضاء، حق التعويض للحفاظ على حريته ومن هنا أتت فكرة قانونLE Code Déontologique الذي يميز الصحافة عن غيرها من المهن وكانت أول محاولة فرنسية سنة 1918 حيث عملت فرنسا على وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة،نظرا للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، كما كانت هناك محاولات أخرى في مختلف أنحاء العالم، حيث في 1926 وضع" قانون الآداب" الذي عرف تعديلات عديدة نسبة إلى النقابة أكثر تمثيلا للصحفيين في الولايات المتحدة الأمريكية، وعرف الأخير اتفاقا واسعا للصحفيين حوله، ويتضمن هذا الأخير ثلاث فصول هي" الآداب، الدقة والموضوعية، وقواعد التسيير، أيضا في سنة 1936 كانت محاولة ثالثة في المؤتمر العالمي لإتحاد الصحافة في مدينة براغ التشيكوسلوفاكية حيث تم التطرق إلى ما يجب على الصحافة فعله، كما انصب الاهتمام على تحقيق السلم والأمن العالميين وهذا راجع إلى أنها جاءت في فترة ما بين الحربين، التي تميزت بتوتر العلاقات الدولية بحيث يمكننا القول بأن أخلاقيات المهنة الإعلامية تعكس الظروف التاريخية التي تظهر فيها لتدعم هذه الأخيرة بوضع قانون من طرف النقابة الوطنية للصحافيين عام 1938 ببريطانيا وقد تضمنت القواعد المهنية التي يجب على الصحف تبنيها هذا إلى جانب محاولات أخرى كانت لها أهمية في تاريخ المهنة الإعلامية في سنة 1939 ببوردوي المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحفيين انبثق ما يسمى بـــ" عهد شرف الصحفي" الذي ركز على ضرورة تحلي الصحفيين بالموضوعية كما حدد مسؤولياته إزاء المجتمع المتمثل في القراء واتجاه الحكومة وأيضا اتجاه زملاءه في المهنة وعلى غراره في سنة 1942 بمدينة المكسيك، المؤتمر الأول للصحافة القومية للأمريكيين انتهى إلى أن الصحافة ذات الكفاءة الأمنية تتطلب الموضوعية والصدق واحترام السرية المهنية، كما تطرق إلى العقاب والمسؤولية التي تلقى على الصحيفة وكذا مسؤولية اتحاد الصحفيين وعلى المؤسسة الإعلامية أن تعتذر للأشخاص الذين أساءت إليهم في القذف وأن تبتعد عن نشر الانحرافات والعنف وتحمي الحياة الخاصة للأشخاص[1].

تهتم أخلاقيات المهنة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة محدودة وجزاءاتها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية والأخلاقية لأعضاء مهنة ما سواء فيما بين الممارسين

[1] – عبد الرحمن عزي، **قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي**، تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2014، ص 80_ 84.

أنفسهم أو اتجاه الغير حيث جاء تعريفها في قاموس الصحافة والإعلام على أن أخلاقيات المهنة هي مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني[1].

يرى دانيال كورينو بأنه " يوجد قاعدتين تؤطران العمل الصحفي وهما أولا الجانب القانوني المتمثل في أولا في قانوني العقوبي والمدني يضاف إليها مجموع الإجراءات القانونية المتخذة من قبل السلطة السياسية، ثانيا الجانب المتعلق بأخلاقيات المهنة التي تسمح له بتنظيم نشاطه مسبقا بما يتوافق مع الإجراءات القانونية الموضوعية"[2].

كما عرفها جون هنبرغ (John Honbreg) على أنها، تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية شاملة ودقيقة، صادقي وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام[3].

هي مجموعة من القيم والمعايير، التي يعتمدها أفراد مهنة ما للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيئ، وبين ما هو صواب وما هو خاطئ، وما هو مقبول وغير مقبول، ولتحقيق ذلك يتم وضع ميثاق يبين هذه القيم والمبادئ والمعايير وقواعد السلوك الممارسة.

ثانيا: مبادئ أخلاقيات المهنة:

1/ مبدأ الوسطية:

وتعني الاعتدال في اتخاذ المواقف ، فالشيء الأخلاقي يقع في الغالب بين طرفي النقيض، وعلى هذا فان السلوك الأخلاقي يقع بين أن تفعل أكثر أو تفعل اقل ، فان تحصل الصحفي على سلسلة تحقيقات انتقد فيها احد المؤسسات التجارية الكبرى على المخالفات التي يرتكبها وكانت هذه المؤسسة تقدم إعلانا ثابتا في المؤسسة الإعلامية، فالموقف الوسط هنا يعني أن نجد حلا أخلاقيا وسطا كان تستمر في النشر علي أن تعطي صاحب المؤسسة التجارية فرصة للرد علي ما تنشر أو أن تضمن التحقيقات ما يشير إلي تحسين المؤسسة التجارية، والواقع أن الصحفيين يواجهون مثل هذا الموقف كثيرا، ففي تغطية الاضطرابات الشعبية والمظاهرات يكون على الصحفي أن يجد حلا وسطا يوازن بين

[1] – عبد اللطيف حمزة، **أزمة الضمير الصحفي**، ط4، القاهرة: دار الفكر العربي، 1996.ص170.

[2] –بلحاجي وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص 244.

[3] – جون هونبرغ، **الصحفي المحترم**، ت: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996، ص 51.

واجبه في إعلام الناس بما يجري وبين الحاجة إلى عدم تخويف الجماهير وبث الرعب فيهم.

2/مبدأ الصحة العامة:

فما هو صحيح بالنسبة للفرد يكون صحيحا بالنسبة للكل، ولكي نقيس صحة سلوكنا يجب أن نتصرف طبقا للقواعد التي نريد من غيرنا أن يلتزم بها، ويلعب الضمير الشخصي دورا كبيرا في تحديد الشيء الخاطئ، وفي مجال الإعلام فانه على الصحفي أن يتجنب ما هو خطأ أخلاقي مهما كانت المبررات.

3/ مبدأ الفائدة:

تحقيق أكبر فائدة لأكبر عدد من الناس، فعندما نحكم على أمر من الأمور انه صحيح أو خاطئ يجب إن نضع في اعتبارنا صالح المجموع الأكبر من الناس، كما يتوجب على الصحفي أن يقوم بقياس كل النتائج السلبية منها والايجابية المترتبة على النشر ويعظم ما يأتي بالفائدة ويقلل الخسارة، وعلى سبيل المثال قد يختار الصحفي نشر حادثة اختطاف الأطفال على أساس أن العائد على المجتمع من النشر اكبر من الضرر الذي قد يلحق بأسر الأطفال من جراء النشر.

4/ مبدأ المساواة:

فالعدل يتحقق عندما يعامل الفرد دون تمييز على أساس(العرق، الجنس، الإقامة) ويتوجب على الصحفي وفقا لهذا المبدأ معاملة المشتركين في حدث واحد على قيم المساواة فلا يخفي أسماء المشهورين المتورطين في حادث ما وينشر أسماء الآخرين، كما يتضمن هذا المبدأ عدم المجاملة في النشر وعدم تسريب معلومات مهمة لأشخاص معنيين.[1]

ثالثا: المسائل الأخلاقية في الإعلام

1/ القذف:

يعرف القذف عامة بأنه نشر معلومات خاطئة تسئ إلى سمعة الآخرين والقذف يمس المعلومة وليس الرأي، أما الإساءة فتتوقف على المتضرر إذ قد يكون الضرر نفسيا

[1] – حسين محمد نصر، **قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي**، العين: دار الكتاب الجامعي،2010، ص 271–272.

كالقلق، الاضطرابات، الانعزال، الإحساس بالذل أو الاهانة، ويعد القذف مسألة بالغة الأهمية بالنظر إلى التكاليف التي تتطلبها المحاكمات الطويلة والتعويضات المادية التي تطال المؤسسات الإعلامية، ويأتي القذف بوصفه مسألة بعدية، أي يحدث القذف بعد النشر أو البث، للمعلومات التي تتوجه إلى أحد المستهدفين منهم أو بعض الشخصيات.

2/الخصوصية:

تعرف على أنها حق الفرد في أن يترك لحاله في شخصه وعائلته ومعلوماته الشخصية وغيرها، كما تختلف الخصوصية من منظومة قيمية إلى أخرى ومن ثقافة لأخرى ومن فرد لأخر ومن حالة لأخرى، فمعرفيا، فقد ذكر العالم الأكاديمي جاكيت DALE JACQUETTE أن مسالة الخصوصية تمس الفرد وحقه في الإعلام والاتصال من ثلاث جوانب على الأقل[1].

أ/ الخصوصية شرطا ضروريا في تحقيق حرية التعبير:

غياب الخصوصية أو تقلصها يحد أو يخل بمبدأ الحرية (حرية التعبير، حرية التجمع، حرية النقد وحرية الصحافة)، كما تعرض للرقابة المسبقة لان القيام بأي مشروع ثقافي أو اجتماعي يتطلب السرية والتي يصعب تحقيقها دون الخصوصية.

ب/ الخصوصية حق في ذاته وجوهره احترام الفرد واستقلاليته:

اعتبر العديد من منظري الأخلاقيات أن الخصوصية حق ذاتي، فمن حق الفرد أن يدعو الصحفيين إلى تصويره في بيته مثلما يعد من حقه رفض ذلك، والكل يستحق الاحترام بناءا على ذلك.

ج/ الخصوصية تحدث السعادة وتجاوزها يحدث الألم لدى الفرد" المتضرر" أو الذي يعتقد انه تضرر من نقل خصوصيته إلى العلن، يعد هذا العنصر مسالة نفسية إذ يحتاج الفرد عادة إلى وقت خاص لا يكون فيه تحت محاسبة الآخرين ويتصرف بحدية بدون الخوف من رد فعل الآخرين.

[1] – عبد الرحمان عزي، **نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية**، تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2016، ص 41– 43.

3/ الملكية الفكرية:

تخص الفرد في إنتاجه الفني الإبداعي سواء أكان في شكل نص أو صورة أو غيرها من الأشكال التعبيرية باعتباره قيمية أخلاقية، بحيث سعت القوانين إلى ربط الملكية الفكرية بالتعبير وليس الأفكار والحقائق فتلك القوانين تحمي أشكال التعبير فالنص الإعلامي كالعمود يعد في حد ذاته شكلا تعبيريا إبداعيا، إذ يمكن أن يتناول الصحفي الفكرة بشكل مغاير ومختلف لما يتناول مناظره[1].

رابعا: مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية:

1/ السياسة الإعلامية:

تتأثر أخلاقيات المهنة الصحفية أساسا بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المختلفة والتي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها، وبصورة عامة فان قوانين العرض والنشر تعمل على تنظيم المهنة الإعلامية من خلال مجموعة من الضوابط والتي تعتمد على تكريس مجموعة من المحظورات التي يجب أن تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، كما تحاول النقابات والروابط المهنية الإعلامية إلى وضع بعض الضوابط والمواثيق التي تسعى إلى ضبط المهنة وتأكيد مسؤولياتها الاجتماعية، أما الأخلاقيات المهنية فان مواثيق الشرف أو مواثيق الأخلاق المهنية فتحدد الحقوق والضمانات التي يتعين توفيرها للمجتمع أو للبيئة التي تمارس فيها العملية الاتصالية ذاتها في مواجهة القائمين بالاتصال ومن ثم تبلور هذه المواثيق المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية لرجال الإعلام حيال المجتمع[2].

2/ المؤسسة الصحفية:

لكل مؤسسة صحفية تقاليدها وسياستها الخاصة بها التي تضعها لنفسها وتحكم آليات العمل لتحقيق أهدافها ومن ثم المطلوب من الصحفيين فيها الالتزام بتلك السياسة[3].

تؤثر سياسة المؤسسة الإعلامية في أوجه النشاط الإعلامي كافة لاسيما ما يتعلق بجمع المعلومات، وما هو الأسلوب الذي تتبعه المؤسسة في العرض كالإثارة التي تؤدي

---

[1] – عبد الرحمان عزي، **قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي**، مرجع سبق ذكره، ص 87– 92.

[2] – صالح خليل أبو أصبح، **الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة**،عمان: دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، 1995، ص 265.

[3] – إبراهيم عبد الله المسلمي، **غدارة المؤسسات الصحفية**، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990،ص 80.

إلى التهويل والمبالغة، في حين هناك أسلوبا محافظا في جمع المادة الإعلامية ...الخ، وعلى هذا فان سياسة المؤسسة الإعلامية لها دورا كبيرا في اختيار المادة الإعلامية[1].

وانطلاقا مما تقدم فان سياسة المؤسسة تعد أحد مصادر أخلاقيات المهنة التي تنبع من الصفات القيادية التي يتحملها رئيس التحرير، باعتبار أن العمل الصحفي هو عمل حيوي وديناميكي يتطلب المبادرة والابتكار ولكن ما يحد من هذه النشاط هو البيروقراطية والتي تعني الصرامة وعدم المرونة[2].

3/فريق العمل:

يعد فريق العمل الصحفي أحد مصادر أخلاقيات المهنة، إذ تحد طبيعة العلاقات القائمة بين الصحفيين داخل المؤسسة الإعلامية اتجاها سلبا أو إيجابا وعلى هذا الأساس فان قيم العمل وأخلاق العمل واحدة من حيث الجوهر بحيث تعرف ": القيم السائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواحد، ثم تنتقل مع الفرد عند دخوله مجالات العمل وتؤثر في سلوكهم مستوى أخلاقهم سواء كان ذلك بطريقة ايجابية أو سلبية.

كما تؤثر علاقات الزمالة في مقدار التفاعل داخل الجماعات في المؤسسة ومن ثم في الإنتاج ومستوى الروح المعنوية، بحيث تعكس العلاقات التي تسود فريق العمل شكلها الايجابي أو السلبي على انجاز ما مطلوب من واجبات المؤسسات الإعلامية، فالفريق المتعاون الايجابي الذي تسوده الألفة والصداقة يكون أداؤه أفضل وينعكس على الممارسة في التطبيق العملي والمضمون[3].

وعلى الرغم من أن فريق العمل الصحفي هذا لا ينفصل عن الإطار الأخلاقي العام المجتمعي والمؤسساتي والمهني، فإنهم يشتركون بها جميعا بما يحتم عليهم أن يكونوا على دراية مسبقة بها، كمواثيق الشرف والقانون الإعلامي، الخط الافتتاحي للمؤسسة، المسؤولية الاجتماعية للصحفي[4]

4/ المجتمع:

المجتمع هو المنبع الرئيس الذي يستمد منه الصحفي أخلاقياته المهني، ولكي تكون المادة الإعلامية الموجهة إلى الجمهور مؤثرة يجب له أن يعبر عن نبض الجماهير

[1] – راسم محمد الجمال، **الاتصال والإعلام في الوطن العربي**، بيروت: 1991، ص 65.
[2] – إبراهيم عبد العزيز شيحا، **أصول الإدارة العامة**، الإسكندرية: توزيع منشأ المعارف ،د س ن، ص 13.
[3] – زكي راتب غوشة، **أخلاقيات الوظيفة في الإدارة العامة**، عمان: مطبعة التوثيق، 1983، ص 154.
[4] –عزيز السيد جاسم، **مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات**، بغداد: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998،ص 154.

وإحساسها ومشاكلها، والتطلع إلى عرض رسالته بموضوعية ومصداقية واضعا الحلول المقترحة وذلك لان:" الناس تميل إلى التطلع إلى وسائل الإعلام طلبا للمعلومات والتوجه والعون المعنوي، وكلمات التشجيع والقصص الخبرية التي تشبع الأفكار المتعلقة بالتفاهم والسلام والتي تولد الأمل[1].

ومن الأهمية التي تحوزها المؤسسة الإعلامية في أنها: تؤدي دورا أساسيا في عملية الانتقال الاجتماعي من المجتمع بصفته تجمعا سكانيا إلى المجتمع بصفته رأيا عاما مؤثرا[2].

خامسا: أهمية أخلاقيات المهنة:

إن الأخلاقيات الإعلامية من خلال تحديد مجموعة من المبادئ وقيم السلوكيات، تتوجه في آن واحد إلى المؤسسة الإعلامية والقيمين عليها والصحفيين العاملين فيها، تضمن الحفاظ على رسالة الصحافة الأساسية وتبعد الصحافي عن تصرفات يكون دافعها منطلقات شخصية أو تكون مضرة بالمجتمع أو بالآخرين.

أ/ أحد الأسس الرئيسية للمهنة:

لقد باتت هذه المبادئ الأخلاقية أحد العناصر الضرورية لأداء الصحفي سليم هي:

القانون:

مجموعة القوانين والتشريعات المنظمة للمهنة والتي تحمي الصحفيين وتضمن حقوقهم كما تحمي المواطنين من تجاوزات وسائل الإعلام حيالهم وتضمن لهم خدمة إعلامية راقية، غير أن وجود القوانين واحترامها هو الضامن الأول لممارسة الصحفيين مهنتهم[3].

الحرية:

وهي المساحة الحقيقة التي يتمتع بها الصحفي، وليس التي تعلمها القوانين في نصوصها، وفي حالة غياب الحرية تصبح المؤسسات الإعلامية أبواقا دعائية أو على

[1] – ألبرت هستر، **دليل الصحفي في العالم الثالث**، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998، ص 154.
[2] – عزيز السيد جاسم، مرجع سبق ذكره، ص 27.
[3] – جورج صدقه، مرجع سبق ذكره، ص 12 _16.

الأقل يتعذر عليها إظهار الوقائع وعرض آرائها وبالتالي لا تعود تستحق اسمها إذ تفقد دورها الرئيسي كقوة نقدية مشاركة في الحياة العامة، وهو الدور الذي يمنحها بحق لقب السلطة الرابعة.

الأخـــلاق الإعلامية:

وهي مجموعة قيم ومبادئ خلقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عمله وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، تتمثل هذه الأخلاقيات في قيم عامة وتقاليد وتصرفات، بعضها عام ومشترك كقيم الصدق والنزاهة والتوازن، وبعضها خاص بالمجتمعات أو بالمؤسسات. وقد باتت هذه المبادئ متجسدة في شرعات إعلامية أو مواثيق شرف مكتوبة أقرتها اتحادات صحفيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية.

ب/ إطار عمل الأخلاقيات الإعلامية:

إن المبادئ الأخلاقية هي في صلب مهنة الصحافة وغيابها يهدد المهنة إذ يتبدل دورها وهدفها، فالمعروف عن المؤسسات الإعلامية (الصحافة، التلفزيون) في الأساس هو مساعدة الناس على التعرف على العالم وعلى المجتمع وعلى الأفراد ونقل ما يجري وشرحه من أجل فهم الأحداث وتمكن الجمهور من اتخاذ قرارهم بحرية.

كما تنص أخلاقيات المهنة على الصحفي أولويات مختلفة مثل:

_ نقل الخبر الصحيح كما هو وليس كما يعتقد الصحفي أو المؤسسة.

_ عرض الوقائع بتجرد وتوازن وليس من منطلق فئوي معين.

_ اعتماد مبادئ واضحة ومحددة في اختيار الوقائع، تبعا لأهميتها ووقعها وما يترتب عليها من نتائج وما تشكله وما يحيط بها من حيثيات.

_ عدم التركيز على وقائع ثانوية وعلى وقائع أخرى مهمة.

_ عدم الدمج بين المصلحة الشخصية والمصلحة العامة.

من القيم الأخلاقية هذه ما هو مبادئ عامة مهنية كاحترام حرية التعبير والرأي، والتعددية في عرض وجهات النظر، ونقل الوقائع الصحيحة والمؤكدة، وعدم إخفاء عناصر إخبارية، ومنها ما هو سلوكيات شخصية خلقية كالنزاهة والصدق والجرأة والاستقلالية.

ج/ كيفية تعزيز الأخلاقيات المهنية:

يمكن تعزيز المبادئ والقيم خلال جملة من الأمور:

_ تأهيل الإعلاميين من خلال دورات تدريبية أو حلقات عمل أو مبادئ مهنية تحددها المؤسسة الإعلامية للعاملين في وضع مواثيق الشرف.

_ تعليم الصحفيين الأخلاقيات الإعلامية وآداب المهنة من خلال إدخال موضوع الأخلاق في المناهج.

_ وضع مواثيق وشرعات تربوية وأخلاقية وسلوكية تحددها المؤسسة الإعلامية على أن تشكل قاعدة عمل وسلوك للعاملين فيها الأمر الذي يستوجب المؤسسة التضييق.

إن هذه التدابير تساعد في رفع مستوى الأداء الصحفي داخل المؤسسة وتحضنها من الخارج[1].

[1] – نفس المرجع، ص 16_ 19.

خلاصة

من خلال عرض هذا الفصل وبالاعتماد على مجموعة من المراجع استطعنا أن نرصد أهم نقاط تتمحور حول الصحفي وأدائه لمهنته، داخل وخارج المؤسسة الإعلامية خاصة من خلال حقوقه ووجباته التي تحدد مسؤوليته المهنية والاجتماعية في ظل أخلاقيات المهنة والتي تعرف بأنها مجموعة من القواعد المتعلقة بالسلوك المهني، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع، لها أهمية من خلال العمل بها سواء من طرف الصحفي أو المؤسسة بحد ذاتها

الفصل الثالث

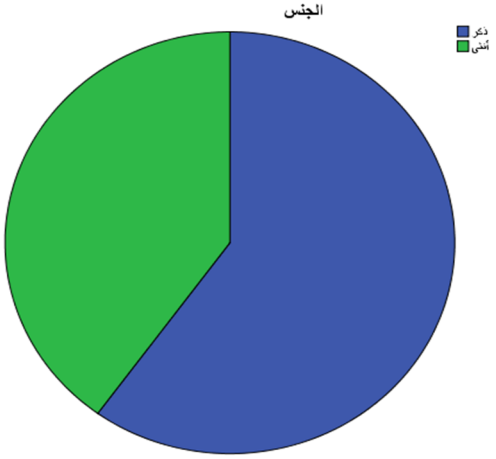
الإطار الميداني للدراسة

الفصل الثالث: الجانب الميداني للدراسة

المبحث الأول: عرض خصائص أفراد العينة

1- الجدول رقم(01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

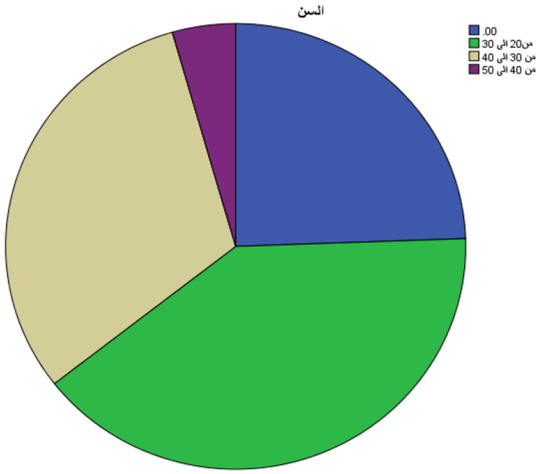
الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	27	%60
أنثى	18	%40
المجموع	100	%100



تبين المعطيات الواردة في الجدول رقم(01) والمتعلقة بمتغير الجنس أن أغلبية أفراد المجتمع المدروس كانوا ذكورا والمتمثل في27 مبحوث أي بنسبة 60%. و18 مبحوث من الإناث بنسبة 40% وهذا راجع إلى أن مؤسسة الشروق(tv) لا تضع شروط الالتحاق بها على أساس الجنس، ونسبة ذكور أكبر قد يكون بسبب طبيعة العمل الإعلامي والممارسة الإعلامية بخلاف الإناث التي يتميز عملها بالثبات وحسب احتياجات القناة المهنية وحسب البرامج والحصص المقترحة، وهناك تقارب نسبتي الذكور والإناث وهذا ما يدل على أن العمل داخل المؤسسات الإعلامية في الجزائر يتطلب كلا الجنسين.

2- الجدول رقم(02) يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن:

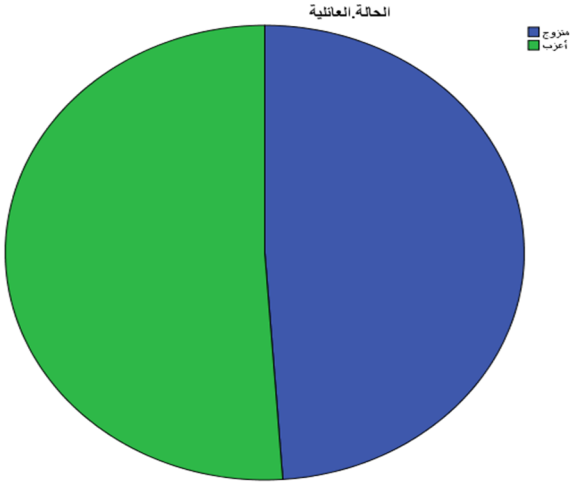
السن	التكرار	النسبة
{20-30}	18	%40
{30-40}	14	%30,1
{40-50}	02	%4,4
دون إجابة	11	%24,4
المجموع	45	%100



يتضح من خلال الجدول رقم(02) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن، أن أعلى نسبة تعود للفئة العمرية مابين {20-30} سنة بنسبة 40%. وهذا يعني أن غالبية أفراد العينة شباب وهذا ما يفسر أن القناة حديثة النشأة، في حين تمثلت الفئة العمرية من {30-40} بنسبة 30,1% لـــ 14 مبحوث، أما نسبة 24,4% تمثل 11 مبحوث لم تكن لهم إجابة وهذا راجع لحساسية السؤال بالنسبة لهذه الفئة، أما آخر نسبة فتعود للفئة العمرية من {40-50} بنسبة 4,4% ما يمثل مبحوثين وعلى الغالب يعود هذا إلى كونهما من المترئسين أصحاب الخبرة والكفاءة الإعلامية.

3- الجدول رقم(03) يمثل التوزيع التكراري لأفراد العينة حسب الحالة العائلية:

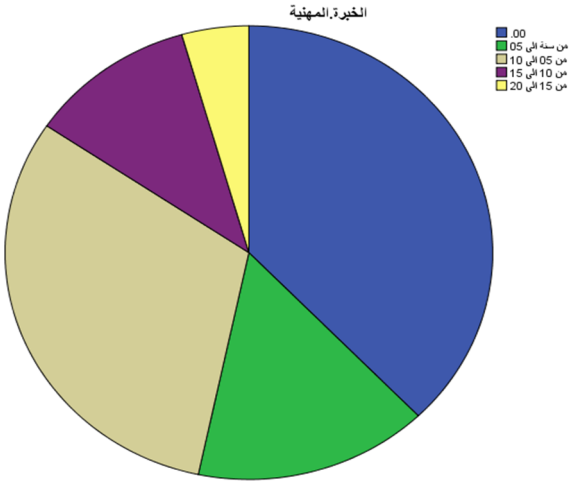
الحالة العائلية	التكرار	النسبة
متزوج	22	%48,9
أعزب	23	%51,1
المجموع	45	%100



نلاحظ من خلال الجدول رقم(03) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الحالة العائلية أن 23 من المبحوثين يمثل نسبة 51,1% كأعلى نسبة من المبحوثين المتزوجين، و22 مبحوث بنسبة 48,9% يعود هذا التوزيع إلى عدد من العوامل وتجاهل حاجاته إلى تأمين حياته الاجتماعية والمادية ليتفرغ لأداء مهنته والابتعاد عن المسؤولية العائلية، أما نسبة المطلقين والأرامل فهي منعدمة.

4- الجدول رقم(04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية:

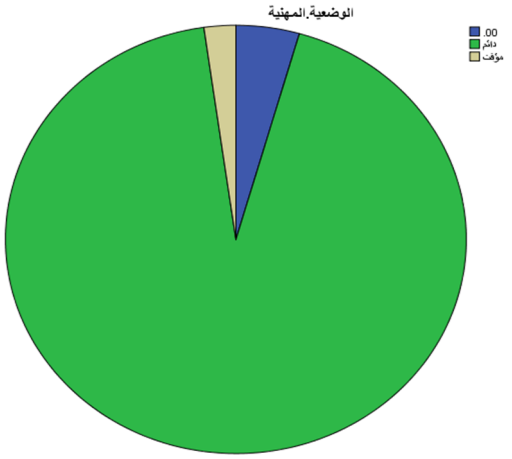
الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
من سنة إلى 05 سنوات	07	%15,6
من 05 إلى 10 سنوات	14	%31,1
من 10 إلى 15 سنة	05	%11,1
من 15 إلى 20 سنة	02	%4,4
بدون إجابة	17	%37,8
المجموع	45	%100



نلاحظ من خلال الجدول(04)الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية، أن أعلى نسبة 31,1% من المبحوثين لديهم خبرة من{05 إلى 10{ سنوات ما يمثل 14 مبحوث من العينة، ونسبة 15,1% من المبحوثين لديهم خبرة من{ سنة إلى 05{ سنوات ما يمثل 07 مبحوثين من العينة، لتعود نسبة 11,1%إلى الذين لديهم خبرة {10 إلى 15{ سنة ما يمثل 05 مبحوثين، أما نسبة 4,4% فتتمثل لمبحوثين من العينة بخبرة مهنية ما بين {15 إلى 20{ سنة، أما الأعلى نسبة فترجع إلى دون إجابة ما يمثل 17 مبحوث بنسبة 37,8%، وهنا نستنتج أن أغلبية المبحوثين من ذوي الخبرة المهنية هم إما من المنتقلين من مؤسسة إلى أخرى، وذلك قد يعني أن لديهم خبرة ودراية بالعمل الصحفي.

5- الجدول رقم(05) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية:

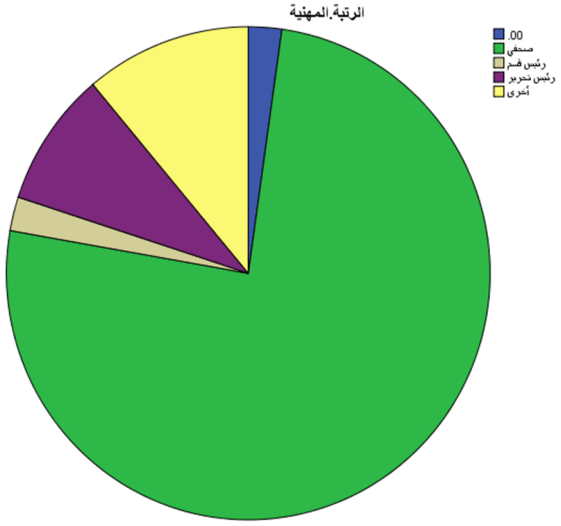
الوضعية المهنية	التكرار	النسبة
دائم	42	%93,3
مؤقت	01	%2,2
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100



من خلال الجدول رقم(05)الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب الوضعية المهنية أن 93,3% ما يمثل 42 مبحوث يعملون بصفة دائمة داخل مؤسسة الشروق وهذا لخصوصيتها كما يعود هذا إلى عامل الخبرة كما هو موضح في الجدول رقم(05)، بينما تعود نسبة 2,2% إلى مبحوث واحدة بوضعية مهنية مؤقتة بانتظار عملية التثبيت بما أن المؤسسة لها أسس في عملية التوظيف، في حين نسبة 4,4% ما يمثل مبحوثين بدون إجابة وقد يعود هذا لكونهما قد التحقا بالمؤسسة عن طريق الوساطة أو إلى التدريبات المحصورة التي يتلقونها لم تؤهلهم إلى أن يأخذا الوضعية الدائمة.

6- الجدول رقم(06) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الدرجة المهنية:

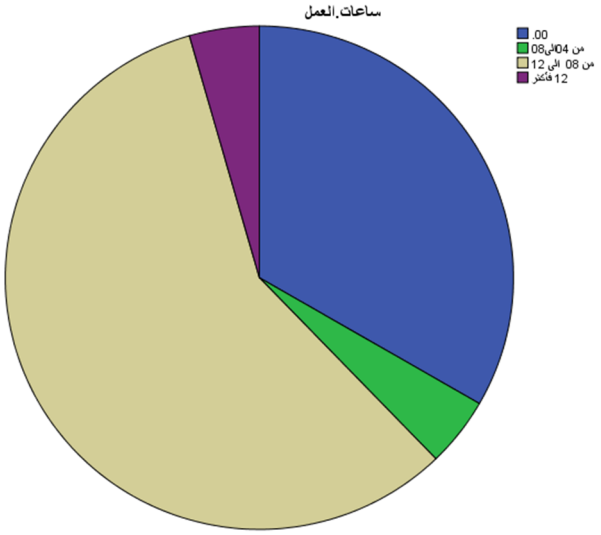
الدرجة المهنية	التكرار	النسبة
صحفي	34	%75,6
رئيس قسم	01	%2,2
رئيس تحرير	04	%8,9
أخرى	05	%11,1
دون إجابة	01	%2,2
المجموع	45	%100



من خلال الجدول رقم(06) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة أعلى نسبة مئوية تعود إلى رتبة الصحفي بـــ 75,6% ما يمثل 34 مبحوث وهذا راجع إلى طبيعة الدراسة، "الواقع السوسيو مهني للصحفي" التي تستوجب عدد كبير من الصحفيين للتعرف على واقعهم الاجتماعي والمهني لهذه الفئة، في حين نسبة 22,2% تعود إلى وظائف أخرى مختلفة للإحاطة بهذا الواقع حسب رؤية مخالفة وللوصول إلى المعلومات المراد توفرها، أما نسبة 1,1% فهي لمبحوث دون إجابة.

7- الجدول رقم(07) يمثل توزيع أفراد العينة حسب ساعات العمل:

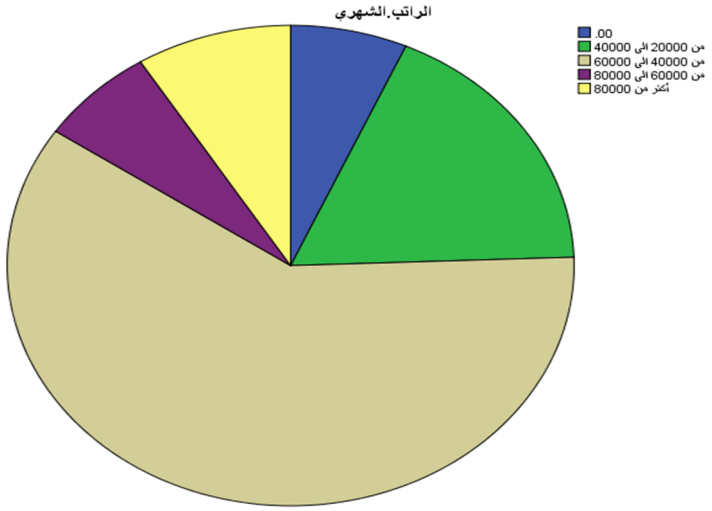
ساعات العمل	التكرار	النسبة
دون إجابة	15	%33,3
من 04 إلى 08 سا	02	%4,4
من 08 إلى 12 سا	26	%57,8
12 سا فأكثر	02	%4,4
المجموع	45	%100



نلاحظ من خلال الجدول رقم(07) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ساعات العمل، أن أكبر نسبة تعود إلى 26 مبحوث بنسبة 57,8% يقضون ساعات عملهم من{08 إلى 12} سا وهذا التوقيت الرسمي لمعظم الصحفيين إضافة إلى المهام الموكلة إلى كل صحفي ومن هنا نجد بأن المهام الموكلة إلى الصحفي كثيفة بالمقارنة يعود هذا إلى طبيعة العمل داخل المؤسسات الإعلامية خاصة في حالة الأعمال الإعلامية الطارئة التي تستوجب ساعات إضافية بمعنى أن الوقت غير مضبوط لديهم، أما 33,3% تمثلت في المبحوثين دون إجابة، في حين تعود نسبة 4,4% إلى مبحوثين يعملون من{ 04 إلى 08 سا} و 12 فأكثر.

8- الجدول رقم(08) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الراتب الشهري:

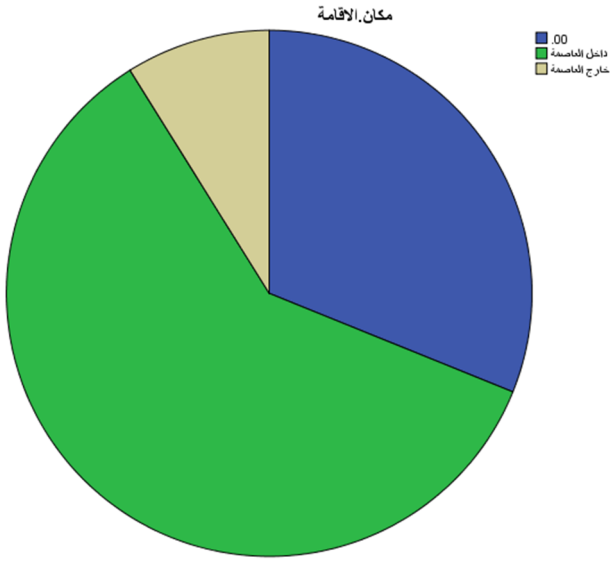
الراتب الشهري	التكرار	النسبة
من 20000- 40000 دج	08	%17,8
من 40000- 60000 دج	27	%60
من 60000- 80000 دج	03	%6,7
أكثر من 80000	04	%8,9
دون إجابة	03	%6,7
المجموع	45	%100



نلاحظ من خلال الجدول رقم (08) الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الراتب الشهري أن أعلى نسبة تعود إلى الراتب ما بين{ 40000-60000 } ما يمثل 27 مبحوث بنسبة 60%. في حين وبنسبة 17,8% فتعود إلى 08 مبحوثين ينحصر راتبهم الشهري ما بين { 20000- 40000}، أما مابين {60000- 80000} ما نسبته 6,7% فتعود إلى 03 مبحوثين، أما أكثر من 80000 فقد صرح بها 04 مبحوثين ما نسبته 8,9% أما باقي المبحوثين فبدون إجابة تمثلت بنسبة 6،7%.

9- الجدول رقم(09) يمثل توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة:

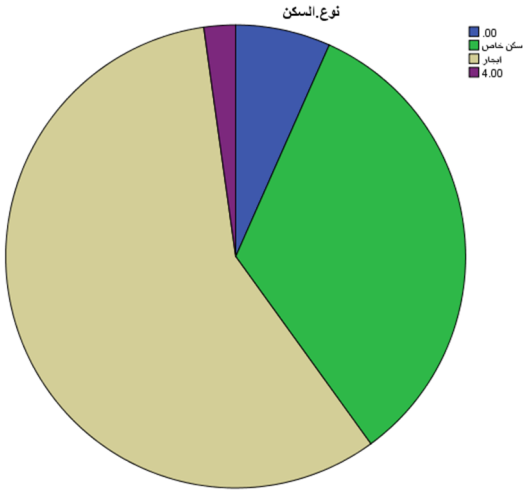
مكان الإقامة	التكرار	النسبة
داخل العاصمة	27	%60
خارج العاصمة	04	%8,9
دون إجابة	14	%31,1
المجموع	45	%100



نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أعلى نسبة جاءت بـــ60% لـــ 27 مبحوث من المقيمين داخل العاصمة، كما جاءت ثاني نسبة بـــ 31,1% للمبحوثين دون إجابة، أما خارج العاصمة فكانت نسبتها بـــ8,9%.

10- الجدول رقم(10) يمثل توزيع أفراد العينة حسب نوع السكن:

نوع السكن	التكرار	النسبة
سكن عائلي	15	%33,3
إيجار	26	%57,8
أخرى	01	%02
دون إجابة	03	%6,7
المجموع	45	%100



من خلال الجدول رقم (10) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين بـــ57,8% صرحوا بأن نوع السكن إيجار، وقد يعود هذا إلى الظروف المادية للصحفي، فمنصبه أو عمله لا يعني أنه في حالة اقتصادية جيدة، في حين 33,3% صرحوا بأنهم يقيمون في سكن عائلي أما 6,7% بدون إجابة وهذا راجع إما إلى حساسية السؤال والإحراج منه إلى صحفي بحيث يوجد صحفي قد صرح بأن نوع السكن الذي يعود إلية "الإقامة الجامعية".

11 – الجدول رقم(11) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الانخراط:

توزيع أفراد العينة / الانخراط	التكرار	النسبة
حزب سياسي	02	%25
نقابة	02	%25
جمعية	04	%50
المجموع	08	%100

من خلال الجدول رقم (11) الذي يمثل عدد الصحفيين المنخرطين إلى حزب سياسي تمثلت بنسبة 25% ما يمثل مبحوثين، وهذا ربما يعود إلى تخطيط من السلطة الحاكمة بغية الدراية بالأحداث داخل المؤسسة الإعلامية والتحكم فيها في حال التجاوزات أو الوقوع في الأخطاء خاصة التي تتعارض ومصالحها العامة، كما جاءت نسبة 25% إلى المنخرطين في نقابة قد يكون للدفاع عن حقوق الصحفي، أما 50% فتعود إلى المنخرطين إلى الجمعيات، وهذا راجع إما للاحتكاك المباشر بالمجتمع وسهولة التعامل مع قضاياه المختلفة باسم الخدمات الاجتماعية التي يقدمها إلى جماهيره. أما باقي المبحوثين والمتمثل في 41 مبحوث قد صرحوا بأنهم ليسوا منخرطين في نظم اجتماعية أو مؤسسات أخرى غير المؤسسة الإعلامية" قناة الشروق".

المبحث الثاني: عرض و تحليل نتائج الفرضية الأولى.

12- الجدول رقم(12) يمثل الدور الذي ينبغي أن يقوم به الصحفي عند معالجة المواضيع المقترحة من قبل المؤسسة الإعلامية:

توزيع العينة / معالجة المواضيع	التكرار	النسبة
انتقاء من بين الأخبار والأحداث	33	%61,1
إبداء الرأي فيها	09	%16,7
أخرى	12	%22,2
المجموع	54	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(12) أن أغلبية المبحوثين صرحوا بأنهم يقومون بالانتقاء من بين الأحداث والأخبار بنسبة 61,1% ما يمثل 33 مبحوث وهذا تبعا للسياسة التي تقوم عليها المؤسسة كما أن الصحفي يرتبط مباشرة بإنتاج الرسالة الإعلامية وصياغتها وصناعتها، في حين تعود نسبة 22,2% ما يمثل 12 مبحوث أدلوا بأخرى تمثلت في ذكر الخبر وتحليله مع خبراء الرأي وعلى أن ينقل كما هو وبكل موضوعية ومصداقية وإعطاء الحقيقة لتوضيح الواقع المعاش وخاصة الريبورتاجات التي تقرب الحدث إلى عين الجمهور المشاهد وهذا ما يبين أن للصحفي دور نسبي في معالجة المواضيع المقترحة، أما نسبة 16,7% فتعود إلى من يقومون بإبداء الرأي حول المواضيع المقترحة مع بعض التحفظات، خاصة فيما يخص الحصص التي لها علاقة بالقضايا السياسية أو العسكرية، التي تعتبر بمثابة خطوط حمراء.

13- الجدول رقم(13) يمثل عرض الأخبار التي تؤثر سلبيا على قيم المجتمع:

توزيع أفراد العينة / التأثير على قيم المجتمع	التكرار	النسبة
نعم	14	%31,1
لا	29	%64,4
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100

صرح أغلبية المبحوثين بـــ 64,4% ما يمثل29 مبحوث بأنهم لا يقومون بنشر المواضيع التي لها تأثيرات سلبية على المجتمع للأخلاقيات الشخصية للصحفي ومحافظته على القيم الثقافية والاجتماعية، كما يتغاضى على تقديم بعض الأحداث إحساس منه بالمسؤولية الاجتماعية وللحفاظ على بعض الفضائل الفردية أو المجتمعية، في حين يرى 14 مبحوث بنسبة 31,1% أن باستطاعتهم نشر ما هو سلبي على المجتمع، فالخط الافتتاحي الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية، قد يمثل ضغوطا على الصحفي ويحتم عليه انتهاج فكر مهني معين وهذا لارتباط المؤسسة بمصالح معينة، في حين 4,4% من المبحوثين تحفظ عن الإجابة لحساسية السؤال. من جهة المؤسسة التي تمثل همزة وصل بينها وبين المجتمع التي ينتمي إليها ومن جهة أخرى المجتمع الذي يعتبر المؤسسة الكبرى الذي يعمل في إطاره.

14- الجدول رقم(14) يمثل الإطار الذي ينظم فيه العمل الصحفي:

توزيع أفراد العينة / الإطار الذي ينظم فية	التكرار	النسبة
ميثاق أخلاقيات المهنة	30	%49,2
قانون الإعلام	28	%45,9
أخرى	03	%4,9
المجموع	61	%100

من خلال البيانات الواردة في هذا الجدول يتضح بأن النسبة متقاربة بحيث صرح 30 مبحوث ما يمثل 49,2% بأن العمل الصحفي ينظم في إطار ميثاق أخلاقيات المهنة قول أحد الصحفيين لا وجود لأي معايير دقيقة في الجزائر، كما صرح 28 مبحوث على أن العمل الصحفي ينظم في إطار قانون الإعلام الذي يعتبره الصحفي مجرد مجموعة من الحقوق والواجبات المسطرة للصحفي، كما قال أحد الصحفيين القانون هو بمثابة حبر على ورق تملى الواجبات وتهمل الحقوق الخاصة به، في حين صرح 03 مبحوثين بأن العمل الصحفي ينظم في إطار الضغوطات الأخرى التي تقوم بها المؤسسة والجهات المجهولة على أداء الصحفي كما تنظم فيما يسمى بالدين وقيم المجتمع.

15- الجدول رقم(15) يمثل الالتزام بأخلاقيات المهنة:

توزيع أفراد العينة / الالتزام بأخلاقيات المهنة	التكرار	النسبة
نعم	43	%95,6
لا	01	%2,2
دون إجابة	01	%2,2
المجموع	45	%100

يبين لنا الجدول رقم (15) أن 43 مبحوث بنسبة 95,6% قد صرحوا بأنهم ملزمون باحترام أخلاقيات المهنة، كما جاء في مواد القانون الإعلامي يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي*، بينما صرح أحد المبحوثين أنه لا يلزم على الصحفي احترام أخلاقيات المهنة ما يعني أن المؤسسة لا تقوم بمراقبة الصحفيين فيما يخص إطلاعهم على ميثاق أخلاقيات المهنة أو القوانين الإعلامية، في حين هناك أحد الصحفيين لم يدلي بإجابته.

16- لجدول رقم(16) يمثل اطلاع الصحفي على ميثاق أخلاقيات المهنة:

توزيع أفراد العينة / الإطلاع على الميثاق	التكرار	النسبة
نعم	33	%73,3
لا	12	%26,7
المجموع	45	%100

صرح أغلبية المبحوثين بـــنسبة 73,3% ما يمثل 33 مبحوث من أفراد عينة الدراسة، أن الصحفي ينبغي أن يكون على اطلاع بميثاق أخلاقيات المهنة عند بداية العمل في المؤسسة الإعلامية وهذا لمعرفته ما ينبغي الالتزام به لعدم الوقوع في الأخطاء الناجمة، وما يجب تجنبه. أما نسبة 26,7% ما يمثل 12 مبحوث فكانت إجاباتهم بأنهم لم يطلعوا على الميثاق، وهذا لانعدام الدورات التكوينية التي من شأنها أن تقوم بمراقبة الصحفيين على أساس المعرفة ومناقشة مواثيق أخلاقيات المهنة، كما أنه مؤشر إلى عدم اهتمامهم بهذا الجانب الذي قد يعتبره بعضهم غير مهم أو غير مؤثر في عمله.

* - **أنظر الملحق.**

17-الجدول المتقاطع رقم (17) يمثل العلاقة بين الاطلاع على ميثاق أخلاقيات المهنة واحترامه.

الإطلاع عليه / احترامه	نعم	لا	المجموع
نعم	31 %72,1	12 %27,9	43 %100
لا	01 %100	00 %0,0	01 %100
دون إجابة	01 %100	00 %0,0	01 %100
المجموع	33 %73,3	12 %26,7	45 %100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين العلاقة بين الاطلاع على ميثاق أخلاقيات المهنة والإلزام باحترامه، ومن هنا الاتجاه العام يميل إلى 73,3% من الذين يرون بأن 72,1% من الفئة المؤثرة التي اطلعت وتحترم أخلاقيات المهنة بأعلى نسبة، بالمقابل نجد 26,7% من الفئة التي لم يكن لهم أي إطلاع على ميثاق أخلاقيات المهنة وهذا بنسبة 27,9%.

ومن خلال القراءة للجدول نجد بأن 72,1% من المبحوثين الذين يحترمون هذا الميثاق ولذلك لهم اطلاع عليه وعلى ما يمثله هذا الميثاق لمحاولة العمل على ما ينص به، بالمقابل نجد بان 27,9% يحترمون هذا الميثاق دون الاطلاع عليه إما أحد المبحوثين فكانت إجابته على انه من المطلعين على ميثاق أخلاقيات المهنة إلى أنه غير ملزم باحترامه.

وفي الأخير نجد بأنه ورغم أن بعض الصحفيين يقومون بالاطلاع على ميثاق أخلاقيات المهنة إلى أن هناك من لم يكن لهم إطلاع وهذا ما يؤكد على أن المؤسسة لم تكن لها الأهمية الكبيرة في المعرفة التي تتكون لدى الصحفي ولو كان ذلك ما يخص المؤسسة الإعلامية، وهذا ما يبين نقص التدريبات التي يقدمها المسؤولين إلى الصحفيين.

18- الجدول رقم (18) يمثل كيفية تسليم المادة الإعلامية في المؤسسة:

توزيع أفراد العينة / تسليم المادة الإعلامية	التكرار	النسبة
لا تغير المادة الإعلامية	13	%28,9
تغير جزئيا	30	%66,7
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100

من خلال الجدول رقم (18) نلاحظ أن 30 مبحوث ما يمثل نسبة 66,7% صرحوا بأن المادة الإعلامية تغير جزئيا بعد استلامها من طرف المؤسسة، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تكيف المادة على حسب ما يخدم مصالحها أو مصلحة الممول لها، فالمؤسسة الإعلامية لا تهمها مصداقية المادة بقدر ما تهمها الإثارة التي تؤدي إلى التهويل والمبالغة، في حين هناك 13 مبحوث ما يمثل 28,9% صرحوا بأن المادة الإعلامية لا تغير لأن بعض المواضيع التي ليس لها تأثيرات سلبية على المجتمع أو تمس بمصلحة الدولة أو المؤسسة الإعلامية لا يتم تغييرها كما أدلى أحد الصحفيين "المواضيع الرياضية تعرض كما هي"، بينما مبحوثين لم يدلوا بإجاباته

19- الجدول رقم (19) يمثل العلاقة بين نشر الأخبار التي لها تأثيرات سلبية على المجتمع وكيفية تسليم المادة الإعلامية للصحفي:

المادة الإعلامية / كيفية نشر الأخبار	لا تغير	تغير جزئيا	دون إجابة	المجموع
نعم	03 %21,4	10 %71,4	01 %50	14 %100
لا	09 %31	20 %69	01 %7,1	29 %100
دون إجابة	01 %50	00 %0,0	01 %50	02 %100
المجموع	13 %28,9	30 %66,7	02 %4,4	45 %100

يبين الجدول العلاقة بين نشر الأخبار التي لها تأثيرات سلبية على المجتمع وكيفية تسليم المادة الإعلامية للصحفي، ومن خلال الاتجاه العام الذي يميل إلى 66,7% نجد بأن المادة الإعلامية تغير جزئيا تأثر فيه نسبة 71,4% يقومون بنسر الأخبار التي لها تأثيرات سلبية على قيم المجتمع تغير جزئيا، بالمقابل نجد بأن 28,9% ما يؤثر عليها بنسبة 21,4% يقومون بنشر المادة الإعلامية التي لها تأثيرات سلبية على قيم المجتمع.

نرى بأن 71,4% صرحوا بأنهم يقومون بنشر الأخبار التي لها تأثيرات سلبية على المجتمع في حين أن المادة تغير جزئيا، بالمقابل نجد بأن نسبة 21,4% صرحوا أن المادة الإعلامية التي تسلم لهم لا تغير وإن كان لها تأثيرا على قيم المجتمع، أما 69% بـــــــ20 مبحوث تمثلت إجاباتهم بأنهم لا يقومون بنشر مثل هذه المعلومات التي لا تتوافق وقيم المجتمع والموضوعات التي ينشرونها تغير جزئيا في حين 31% من المبحوثين، يعرضون الموضوعات بدون تغيير في إطار ما يخدم قيم المجتمع، أما نسبة 4.4% لم يتقدموا بإجابات على هذا السؤال.

لنستخلص بأن رغم كل الأخلاقيات التي يحاول الصحفي التحلي بها والعمل على أساس هذه القوانين والمواثيق إلى أن المادة ومع العلم بأن الصحفي من يحظر المادة الإعلامية إلى أن المؤسسة الإعلامية تقوم بتغيير هذه المادة وإن كان هذا التغيير جزئي وهذا ما لا يتوافق و ما نصت عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تقر بأن تكون المعلومات التي تصل إلى الجمهور حقيقية ودون تزييف قائمة على الموضوعية والمصداقية التي تعكس الجهد الذي يبذله الصحفي في الإلمام بموضوع معين.

20-الجدول رقم(20) يمثل فرض الواقع المهني مساومة على أخلاقيات الصحفي:

توزيع أفراد العينة / المساومة	التكرار	النسبة
نعم	27	%60
لا	16	%35,6
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100

يرى 60% من المبحوثين أن الواقع المهني للصحفيين يفرض نوعا من المساومة على أخلاق المهنة التي تجبر الصحفي التخلي على مبادئه المهنية، ومنه نستنتج أن الواقع المهني يخضع لمساومات عدة تختلف باختلاف المواضيع وهذا ما تؤكده أجوبة الصحفيين مقابل 35,6% ممن نفوا ذلك، وهذا مؤشر مهم عن وضع سلبي وغير طبيعي يعيشه ويعانيه الصحفيين الجزائريين، والذين يمكن اعتبار إجاباتهم لما يقومون به من أخطاء وتجاوزات مهنية من جهة، ويعبر من جهة أخرى عن وجود العديد من الممارسات غير الأخلاقية، وهذا نظرا لوجود علاقة تبادلية بين النظام الإعلامي وباقي النظم الاجتماعية، في حين لم يصرح مبحوثين بإجابتهما.

21 الجدول رقم (21) يمثل العلاقة بين الراتب الشهري ومساومة الواقع المهني على أخلاقيات الصحفي:

المساومة / الراتب الشهري	نعم	لا	دون إجابة	المجموع
{40000-20000}	03 %37,5	3 %37,5	2 %25	8 %100
{60000-40000}	17 %63	10 %37	00 %0,0	27 %100
{80000-}60000	03 %100	00 %0,0	00 %0,0	3 %100
{80000 فأكثر	02 %50	02 %50	00 %0,0	4 %100
دون إجابة	02 %66,7	01 %33,3	00 %0,0	3 %100
المجموع	27 %60	16 %35,6	02 %4,4	45 %100

من خلال الجدول الذي يمثل العلاقة بين مساومة الواقع المهني على أخلاقيات الصحفي والراتب الشهري، الاتجاه العام يميل إلى أن أعلى نسبة للمبحوثين أجابوا أن الراتب الشهري يعّرض واقع الصحفي إلى مساومات أخلاقية حيث قدرت نسبة الإجابات بـــ60% تأثرت فيها الفئة التي تتقاضى أجرا ما بين {60000-80000{ بنسبة 100%، في المقابل نجد ما نسبته 35,6% قد تأثر بالفئة التي تتقاضى أجرا 80000 فأكثر.

ومن خلال قراءة الجدول نجد أن الفئة التي تتقاضى راتب{40000- 60000{ تعتبر الأكثر تعرضا للمساومة على أخلاقيات المهنة، والتي تمثلت نسبتها بـــ 63%من المبحوثين، بالمقابل نفى 37% من المبحوثين أنهم من بين الذين سبق وأن تعرضوا لمثل هذا، في حين الذين يتقاضون من {20000-40000{ بنسبة 37,5% والتي جاءت بالتساوي بين الفئة التي تتعرض والأخرى التي لم تتعرض، مقارنة بفئة {60000-80000{فتمثلت بنسبة 100% من المبحوثين الذين صرحوا بأن الواقع المهني لا يفرض مساومة على أخلاقيات الصحفي، ما

يقابلها فئة الذين يتقاضون أجرا أكثر من 80000 تمثلت بالتساوي بنسبة 50% في حين 4,4% لم يصرحوا بإجاباتهم.

ومنه نستنتج بأن المؤسسة الإعلامية هي التي تكرس المساومة في الواقع المهني وتجعل الصحفي عبارة عن أداة يتم من خلالها تحقيق مصالحها ليعتبر الراتب الشهري من بين المؤثرات على واقع الصحفي، حيث يفرض مساومة على أخلاقياته داخل المؤسسة الإعلامية أو خارجها، وهذا راجع إلى الظروف الاجتماعية التي يتعرض لها في إطار الأعمال التي يكلف بها هذا الأخير

22- الجدول رقم(22) يمثل مظاهر المساومة:

توزيع أفراد العينة / مظاهر المساومة	التكرار	النسبة
عدم الاهتمام بمصداقية المصادر	04	%10,3
التهديد والعنف ضد الصحفيين	14	%35,9
الترقية والحوافز المقدمة	18	%46,2
أخرى	03	%7,7
المجموع	39	%100

من خلال الجدول رقم (19) نلاحظ أن أعلى نسبة بـــ46,2% ما يمثل 18 مبحوث صرحوا بأن مظاهر المساومة لديهم تمثلت في الترقية والحوافز المقدمة للصحفي من طرف المؤسسة أو مالكها وهذا راجع إلى تدني الأجور ما يدفع بالصحفي قبول هذه المساومة لتحسين أوضاعه الاجتماعية خاصة منهم الأجراء ما يبين الواقع الاجتماعي للصحفي داخل وخارج المؤسسة الإعلامية، بينما نجد نسبة 35,9% من المبحوثين تمثلت في التهديد والعنف ضد الصحفيين وهذا ما يدل على سياسة التضييق التي تحد من حرية الصحفي في أدائه المهني وبالرغم من أن ما يقوم به الصحفي داخل المؤسسة لا يتم دون علم مسؤولي القناة حيث يقوم بتنفيذ ما يطلب منه إلا أنه معرض للضغوطات مع عدم وجود قوانين تحمي الصحفي، وهذا ما يعرضه إلى العقاب والشيء الذي أظهر تذمر المبحوثين هو أن الصحفي يمتثل أمام القضاء مثله مثل المجرمين أما عدم الاهتمام بمصداقية المصادر فيمثل 10,3% من المبحوثين وهذا ما يبين أن الصحفي باستطاعته التخلي عن نزاهته في طرح المواضيع، أما 03 مبحوثين فتمثلت

إجابتهم بمظاهر أخرى في إدلائهم بمناقشة ومراجعة الراتب الشهري، عدم نشر موضوع ما، في الجزائر كل شيء ممكن.

23- الجدول رقم(23) يمثل شعور الصحفي أثناء عرض المادة الإعلامية:

توزيع أفراد العينة / شعور الصحفي	التكرار	النسبة
الرضا الوظيفي	12	%21,1
الشعور بالتوتر	03	%5,3
الشعور بالمسؤولية	40	%70,2
أخرى	02	%3,5
المجموع	57	%100

من خلال الجدول رقم (20) نلاحظ أن 40 من المبحوثين ما يمثل أعلى نسبة بـــ70,2% يشعرون بالمسؤولية أثناء أدائهم المهني وهذا ما يجعل من الصحفي فرض الرقابة الذاتية بالسكوت عما يغضب السلطة أو من بيده السيطرة وهي التي تحدد مسؤولية الصحفي في المواضيع التي ينبغي أن يتحدثوا فيها وتلك التي لا يصح لهم أن يقربوها ونلاحظ ما نسبته 21,1% من المبحوثين يشعرون بالرضا الوظيفي أثناء تأديتهم للعمل الصحفي وهذا يدل على أنهم مرتاحون وظيفيا ولا يعانون من مضايقات أو اضطرابات في العلاقة بين الصحفي ونفسه والصحفي والعالم الخارجي وهذا ما يوضح أن السياسة المتبعة في المؤسسة الإعلامية من أهم العوامل المؤثر في اختيار المواضيع في حين صرح ما يعادل 3,5% منهم بأنهم يشعرون بالتوتر أثناء الأداء المهني وهذا ما يجعل الصحفي في حالة ترقب دائم وفي حذر تام لكل ما يقدمه لأنه في النهاية لا يعبر عن قناعاته وإنما يعمل على قناعات المؤسسة الإعلامية بأكملها.

24- الجدول(24) يمثل توفير المؤسسة الحماية للصحفي أثناء ممارسته عمله:

توزيع أفراد العينة / حماية الصحفي	التكرار	النسبة
نعم	35	%77,8
لا	07	%15,6
دون إجابة	03	%6,7
المجموعة	45	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) أن 35 من المبحوثين ما نسبته 77,8% صرحوا بأن المؤسسة توفر لهم الحماية أثناء ممارسة العمل الصحفي وهذا ما يجعل الصحفي يقوم بعمله على أكمل وجه وهو من حقوقه ومن واجبات المؤسسة اتجاهه**، ونجد ما نسبته 15,6% من المبحوثين أجابوا بأن المؤسسة لا توفر لهم الحماية أثناء ممارسة العمل الصحفي وهذا راجع إلى عدم وجود ميثاق واضح يحمي الصحفي من تجاوزات المؤسسات الإعلامية التي يشتغل فيها على العموم وعلى الخصوص المؤسسات الإعلامية الخاصة، وهذا ما يبين أن النقابات العمالية الإعلامية تعمل على حماية مصالح السلطة لا الدفاع عن الصحفي ليبقى البحث عن نقابة مستقلة ينشئها الصحفيين أنفسهم مطلبا بعيد المنال، إلا أن هنا ما يمثل 6,7% لم يقدموا إجابات حول هذا الموضوع.

25- الجدول رقم(25) يمثل تحديد المسؤولية المهنية للصحفي من طرف المؤسسة:

توزيع أفراد العينة / المسؤولية المهنية	التكرار	النسبة
نعم	30	%66,7
لا	13	%28,9
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100

** أنظر الملحق.

من خلال الجدول رقم (25) نلاحظ أن 30 من المبحوثين أي ما نسبته 66,7% أجابوا بأن المسؤولية المهنية تحدد لهم من طرف المؤسسة بوضوح، وقد يعود هذا إلى كون المؤسسة هي المسؤول الأول على طرح الحقائق للجماهير وهذا ما يحدد طبيعة العلاقات ونظام الاتصال الذي يمارسه المسؤولون مع الصحفيين، في حين أجاب 28,9% بأنه لا تحدد لهم أية مسؤولية من المؤسسة خلال معالجة المواضيع أو القضايا، وهذا راجع إلى أن المؤسسة تعتبر الصحفي المسؤول الأول على ما يقدمه إلى الجماهير وهذا ما يدفعه الصحفي إلى ممارسة الرقابة الذاتية على نفسه خوفا من الوقوع في الأخطاء، أم 4,4% فلم تكن لهم إجابة على هذا السؤال مما يوضح أن هناك خلل في سياسة المؤسسة الإعلامية.

26- الجدول رقم(26) يمثل في حال الإجابة "بنعم":

توزيع أفراد العينة / الإجابة بنعم	التكرار	النسبة
الجمهور	22	%41,5
صاحب المؤسسة	19	%35,8
ممول المؤسسة	07	%13,2
أخرى	05	%9,4
المجموع	53	%100

من خلال الجدول رقم (26) ملاحظ أن 22 من المبحوثين ما يمثل نسبة 41,5% صرحوا بأن المسؤولية المهنية تحدد لهم بوضوح في المؤسسة نحو الجمهور للحفاظ على مصداقية وموضوعية المعلومة التي يقوم بعرضها على الجمهور، ونجد ما نسبته 35,8% من المبحوثين صرحوا بأن مسؤوليتهم المهنية تحدد لهم نحو صاحب المؤسسة وهذا ما يدل على الضغوطات التي يطبقها هذا الأخير خاصة من خلال الرقابة على الأعمال الإعلامية التي يقوم بها الصحفي ونجد ما نسبته 13,2% من المبحوثين تحدد لهم بوضوح المسؤولية المهنية من طرف المؤسسة نحو ممول المؤسسة باعتباره العامل الأساسي في سيرورة الأداء المهني .....، ونجد ما نسبته 9,4% من المبحوثين كانت لصالح إجابات أخرى تمثلت في تسليم المادة في الوقت المحدد، والمسؤولية نحو مؤسسات الدولة ومن يتعلق بهم الخبر، والمسؤولية اتجاه الخط الافتتاحي للمؤسسة.

27- الجدول رقم(27) يمثل دور المؤسسة في إنجاح الصحفي:

توزيع أفراد العينة / دور المؤسسة	التكرار	النسبة
نعم	41	%91,1
لا	04	%8,9
المجموع	45	%100

من خلال الجدول رقم (27) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين ب 41 مبحوث أي ما نسبته 91,1% صرحوا بأن المؤسسة الإعلامية تلعب دورا في إنجاح الصحفي وهذا لاستقطابها الإعلاميين ذوي الكفاءة والخبرة المهنية من خلال إستراتيجية وتخطيط تقوم به المؤسسة، وعلى هذا الأساس تعمل المؤسسة على مصلحة الصحفي من خلال تقديم الحوافز والترقيات كما جاء في مظاهر المساومة وهذا ما يجعل الصحفي يمارس عمله بكل أريحية وحرية ما يعني أن نجاح الصحفي من نجاح المؤسسة الإعلامية، في حين نجد أن 8,9% من المبحوثين قد صرحوا بأن المؤسسة لا تقوم بإنجاح الصحفي وهذا ما يدل على أنه يرى بأن نجاحه يقوم على الأعمال التي يقدمها إلى المؤسسة وليس لها أي دخل في التطور والتقدم الذي يصل إليه في مسيرته المهنية.

28- الجدول رقم(28) يمثل ما حققه التفتح الإعلامي في المجتمع:

توزيع أفراد العينة / التفتح الإعلامي والمجتمع	التكرار	النسبة
احتواء الوضع	16	%33,3
سلطة مؤثرة على الرأي العام	32	%66,7
المجموع	48	%100

من خلال الجدول رقم (28) نلاحظ أن أغلبية المبحوثين بـــ32 مبحوث أي ما نسبته 66,7% صرحوا بأن التفتح الإعلامي حقق في المجتمع الجزائري سلطة مؤثرة على الرأي العام وهذا من خلال الحصص والبرامج التي تعرض ومحاولة امتصاص غضب الشعب مثلا ريبورتاج حول" واقع الطالبات داخل

الإقامة الجامعية"، أم نسبة 33,3% فقد صرحوا بأن ما حققه هذا التفتح تمثل في احتواء الوضع.

29- الجدول رقم(29) يمثل ما حققه التفتح الإعلامي للصحفي الجزائري:

توزيع أفراد العينة / التفتح الإعلامي والصحفي	التكرار	النسبة
وظائف عادية شكلية	29	%67,4
مصلحة فئة دون الأخرى	06	%14
ترقيات وعلاوات	08	%18,6
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100

من النتائج العامة التي نلاحظها من خلال الجدول رقم (29) نسبة 67,4% تمثلت في الإجابة حول ما حققه التفتح الإعلامي للصحفي مجرد وظائف عادية شكلية وهذا ما يدل على أن الصحفي كان ومزال جزءا من الكيان العام للمؤسسة لذا نجد أن الكثير من الصحفيين يعتبرون أنفسهم موظفين في بيروقراطية جمع الأنباء على قول أحد الصحفيين،في حين أن البعض منهم حقق لهم هذا التفتح ترقيات وعلاوات بينما نرى أن 14% ما يمثل 06 مبحوثين صرحوا بأن كل ما حققه التفتح الإعلامي بالنسبة لهم هو مصلحة فئة دون أخرى وقد يعود هذا إلى اعتبارات ذاتية كالتوظيف عن طريق الوساطة مما يخلق حساسية بين الصحفيين وينمي روح اللامبالاة على حد قول أحد الصحفيين" قناة الشروق التحقنا بها عن طريق مسابقة Casting إلا أن أحد الصحفيين وظفوا عن طريق....."، أما باقي المبحوثين فلم يقدموا إجابات حول هذا السؤال.

نتائج الفرضية الأولى:

لقد تأكدت صحة الفرضية الأولى التي مفادها بنسبة كبيرة "يفرض الواقع مساومة على أخلاقيات الصحفي ما يؤثر على أدائه لمسؤوليته المهنية والاجتماعية" وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها والمتمثلة في أن:

– المؤسسة الإعلامية تتبع سياسة تفرضها على أداء الصحفي، وذلك باعتبار أن لها خطوط حمراء لبعض القضايا "السياسية والأمنية".

– المؤسسة الإعلامية تتبع سياسة تفرضها على أداء الصحفي وذلك باعتبار أن لها علاقة بقضايا تعتبر بمثابة خطوط حمراء، وهذا ما يعني أن المؤسسة تكيف خطها الافتتاحي ومصالحها معينة.

– الخط الافتتاحي الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية يمثل ضغوطا على ممارسة العمل الصحفي.

– ينظم العمل الصحفي في إطار ميثاق أخلاقيات المهنة وقانون العمل، كما ينظم في إطار الضغوطات والمتمثلة في الجهات الممولة والمؤسسة الإعلامية .

– تتأثر المواضيع المعروضة كقناعات واتجاهات التي تتبناها وتدافع عنها المؤسسة الإعلامية، وهذا باعتبار سياسة المؤسسة التي يسير عليها الصحفي ويخضع لإرادة ومصلحة صاحب القناة.

– لا تقوم المؤسسات الإعلامية بمراقبة الصحفي في الاطلاع على ميثاق أخلاقيات المهنة أو قوانين تنتهجها المؤسسة وهذا لنقص التدريب.

– يفرض الواقع المهني مساومة على أخلاقيات الصحفي والتي تختلف على حسب اختلاف درجة المسؤولية للإعلامي داخل المؤسسة.

– الصحفي لا يقدر على التأثير في المواقف المهنية لأن المادة الإعلامية بصفة عامة تسيطر عليه ظروف خارجية أقوى من إرادته الذاتية.

– المؤسسة الإعلامية تقوم بتكييف المواد الإعلامية المعروضة وما يتماشى مع مصلحتها ومصلحة مموليها.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثانية

30-جدول رقم (30)يمثل الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيين عند نشر الأخبار:

توزيع أفراد العينة / الجوانب التي يراعيها الصحفي	التكرار	النسبة
الموضوعية	40	%59,7
حماية قيم المجتمع	20	%29,9
تدعيم سياسة الدولة	07	%10,4
المجموع	67	%100

من خلال الجدول رقم (30) نلاحظ أن 40 مبحوث ما نسبته 59,7% صرحوا بأن أكثر الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون الموضوعية في نشر الأخبار لأنه دائما ثمة افتراض أن هناك جانبا آخر للتغطية الخبرية وبذل الجهد لإعطاء الفرصة في الظهور، فالأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث والوقائع ولابد أن تقدم كما وقعت، في حين نجد أن ما نسبته 29,9% ما يمثل 20 مبحوث رأوا بأن حماية قيم المجتمع من أكثر الجوانب التي يراعيها الصحفي عند نشر الأخبار لان المجتمع هو المنبع الرئيسي الذي يستمد منه الصحفي أخلاقياته المهنية، في حين تأتي نسبة 10,4% ما يمثل 07 مبحوثين أقروا أن تدعيم سياسة الدولة من الجوانب التي يراعيها الصحفيين عند نشر الأخبار لأنه وحسب ما صرح أحد الصحفيين أنه يستعمل سياسة الترهيب في هذه الحالة لأن هناك أولويات أخرى يراعيها الصحفي على حساب مصداقية المادة الإعلامية.

31- الجدول رقم(31) يمثل تعذر نشر المادة الإخبارية المهمة في المؤسسة التي يعمل بها:

توزيع أفراد العينة / تعذر في النشر	التكرار	النسبة
أمتنع من البداية	12	%23,5
أقدمها للمؤسسة وأحاول نشرها	25	%49
أبلغ بها زميلي في مؤسسة أخرى	08	%15,7
أخرى	06	%11,8
المجموع	51	%100

أوضحت النتائج العامة للجدول رقم (31) أن 49% من الصحفيين يحاولونا تقديم المعلومات إلى المؤسسة ومحاولة نشرها في حال تعذر نشرها في المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها وهنا نرى بأن الصحفي يتفادى المواضيع التي تمس بمصلحة المؤسسة أو أحد رؤسائها، وفي هذه الحالة يحاول بأن لا يؤثر على المضمون الإعلامي للرسالة الإعلامية بل يترك المجال أمام القوى المحيطة به سواء كان سيطرة رئيس التحرير، أو الممول لذا يجعل كل صحفي من مصلحة المؤسسة الهدف الأسمى، على غرار 23,5% من المبحوثين الذين صرحوا بأنهم يمتنعون من النشر من البداية وهذا يعود إلى سياسة المؤسسة الإعلامية من جهة ومن جهة أخرى يعبر الصحفي عما يطلب منه التعبير عنه وليس ما يجب أن يتحدث عنه وإلا سيتم الاستغناء عنه وبكل بساطة، في حين نجد أن 15,7% تعود إلى الذين صرحوا في إجاباتهم بأنه يبلغون بها زملائهم في مؤسسات أخرى وهذا نظرا إلى الضغوطات التي تمارس على الصحفي وتحد من حرية تعبيره داخل المؤسسة بحيث يقوم بالتصريح بحقائق واقعية اجتماعية وهذا ما يعني أن هناك من يحاول العمل بما يتوافق وأخلاقيات المهنة، في حين 11,8% أفادوا بإجابتهم بأخرى تمثلت على النحو التالي نشر المعلومات عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

32- الجدول رقم(32) يمثل تعرض المؤسسة إلى التضييق من قبل الممول:

توزيع أفراد / العينة: التضييق من قبل الممول	التكرار	النسبة
نعم	13	%28,9
لا	06	%13,3
لا أدري	26	%57,8
المجموع	45	%100

صرح أغلبية المبحوثين بـــ57,8% من عينة الدراسة أنهم ليسوا على دراية بما يحدث بين المؤسسة والممول، مما يدل على أن الصحفي داخل المؤسسة مجرد موظف يؤتمر بأمر رؤسائه مثله مثل أي موظف حكومي، فلا يستطيع أن يعرض إلا ما يرضي المؤسسة(الممول) ويوافق سياستها، في حين28,9%من المبحوثين يرون أن المؤسسة تتعرض إلى تضييق من قبل الممول وهذا التضييق قائم على استخدام الرقابة على المؤسسات عن طريق توجيه السياسة التحريرية

بواسطة رئيس القسم ورئيس التحرير بسبب وجود الكثير من القيود التي تضمنتها النصوص القانونية للعمل الصحفي وهذا ما يدل على أن التمويل عامل اقتصادي مهم، على اعتبار أن المالك أو الممول هو الذي يحدد السياسة التحريرية للمؤسسة وما يجوز عرضه وما لا يجوز عرضه، بينما هناك 13,3% لا يرون بأن المؤسسة تتعرض إلى تضييق من قبل ممول المؤسسة، فتعود هذه الإجابات خاصة إلى رؤساء التحرير ورؤساء الأقسام الذين عبروا على واقع الصحفي المهني داخل المؤسسة.

33- الجدول رقم(33) يمثل مظاهر التضييق:

توزيع أفراد / العينة / مظاهر التضييف	التكرار	النسبة
تضييق اقتصادي	13	%56,5
تشديد الرقابة	08	%34,8
التهديد ضد الصحفيين	02	%8,7
المجموع	23	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(33) أن 23 مبحوثين بنسبة 51,3% قد أدلوا بأنه هناك مظاهر للتضييق داخل المؤسسة من بينهم 13 مبحوث أكدوا على أنه تضييق اقتصادي باعتبار هذا من بين أهم العوامل التي تقوم عليها المؤسسات الخاصة والممولة لبناء المعلومة وعرضها بشكل مواكب للتطور التكنولوجي وهذا ما تحتاجه المؤسسة، أما 08 من المبحثين فقد صرحوا أن مظهر تشديد الرقابة عامل مؤثر يقوم به الممول على المؤسسة بحيث يضع قيودا داخلية على الصحفيين ورؤسائهم لأنه في هذه الحالة تخول له كل الصلاحيات، في حين يرى مبحوثين أنه من مظاهر التضييق التي تطبق على المؤسسة غالبا تتمثل في التهديد ضد الصحفيين وكثرة المواد العقابية.

34- الجدول رقم(34) يمثل تعرض الصحفي إلى مضايقات أثناء تأدية عمله:

توزيع أفراد العينة / المضايقات أثناء العمل	التكرار	النسبة
نعم	24	%53,3
لا	21	%46,7
المجموع	45	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم(34) أن 24 مبحوث بنسبة 53,3% أقروا بأنهم يتعرضون إلى مضايقات أثناء تأدية العمل الصحفي، وهذا قد يرجع إلى محاولة الصحفي القيام بعمله بما يتوافق وميثاق أخلاقيات المهنة إلا أن المربع الرقابي"سياسة المؤسسة، علاقات العمل، مصادر الخبر، الرقابة" كل هذا لتفادي المواضيع التي تمس بمصلحة الممولين سواء كان ذلك طواعية أو مكرهين وهنا يمنع الصحفي من الوصول إلى دلائل حقيقية ومن بين المضايقات التي تعترض الصحفي" الأخبار الملفقة على الصحفي من طرف أشخاص مجهولين" والمتابعة القضائية على قول أحد المبحوثين، في حين بـــ21,7%ما يمثل 21مبحوثين صرحوا أنهم لا يتعرضون إلى أي مضايقات أثناء الممارسة الصحفية وهذا قد يرجع إلى أنهم يقومون بأداء أعمالهم بما تمليه عليهم المؤسسة وبما لا يتعارض ومصلحة السلطات عامة والممول خاصة.

35- الجدول رقم(35) الذي يمثل العلاقة بين تضييق المؤسسة من طرف الممول على الصحفي.

تضييق الصحفي / مضايقات الممول للمؤسسة	نعم	لا	المجموع
نعم	8 %61.5	5 %38.5	13 %100
لا	2 %33.3	4 %66.7	6 %100
لا أدري	14 %53.8	12 %46.8	26 %100
المجموع	24 %53.3	21 %46.7	45 %100

من خلال الجدول الأخير يتبين لنا أن ما نسبته 53.3% يميل إلى فئة الذين أجابوا بـــ61,5% التي تؤثر عليها من خلال هذه النسبة على أن المؤسسة تتعرض إلى تضييق من قبل الممول وهذا يعود إلى الصحفي بالتضييق، بالمقابل نجد ما نسبته46,7% تأثرت فيها الفئة التي لم تتعرض إلى تضييق ولا يدرون إن هناك تضييق من طرف الممول على المؤسسة الإعلامية.

أما من خلال القراءة نلاحظ بأن 61.5% من المبحوثين يتعرضون إلى مضايقات أثناء تأديتهم لعملهم ،كما يرون أن المؤسسة هي الأخيرة تتعرض إلى مضايقات من قبل الممول ،في مقابل 38.5% لا يتعرضون إلى مضايقات أما المؤسسة فتتعرض لذلك.

لتليها نسبة 53.8%من المبحوثين الذين لا يدرون بأن المؤسسة تتعرض إلى مضايقات في حين يتعرضون هم إلى مضايقات،في المقابل 46.8% لا يدرون و لم يتعرضوا إلى مضايقات،أما33.3% فيتعرضون إلى مضايقات في حين صرحوا بأن المؤسسة لا يتعرضون إلى مضايقات، و66.7% لا يتعرضون إلى مضايقات كما صرحوا أن المؤسسة هي الأخيرة لا تتعرض إلى مضايقات من قبل الممول.

ونستنتج في الأخير بأن المؤسسة تتعرض إلى تضييق من طرف الممول والمؤسسة تُعَرضْ المسؤول إلى تضييق بينما الصحفي فيتعرض إلى تضييق من قبل المسؤول.

36- الجدول رقم(36) يمثل الأطراف المسؤولة عن المضايقات:

توزيع أفراد العينة / الأطراف	التكرار	النسبة
مالك المؤسسة	03	%12,5
رئيس التحرير	06	%25
أخرى	15	%62,5
المجموع	24	%100

أوضحت النتائج العامة أن 62,5% ما يمثل 15 مبحوث يرون أن الأطراف المسؤولة عن المضايقات هي أطراف" أخرى" تمثلت حسب المبحوثين في ظروف العمل مع إمكانيات المؤسسة المادية، أشخاص لهم هواية نقل الكلام، أطراف مجهولة لا يعلمها الصحفي خاصة، سياسة الدولة في التعامل مع هذه الأحداث، جهات أخرى خارج مجال الإعلام، وهذا المضايقات تخدم مصلحة الممول وهذا ما يحدث عندما يختلط الإعلام برجال المال والأعمال، كما صرح المبحوثين أما الباقي منهم فقد صرحوا بأنه الدولة المسؤول الأول في المضايقات، في حين يرى 06 من المبحوثين أن رئيس التحرير من المسؤولين في التدخل في العمل الصحفي على اعتبار أنه مسؤول على كل ما يعرض في المؤسسة وهو المحاسب على الأخطاء التي تصدر، يليه تصريح 03 مبحوثين بأن مالك المؤسسة مسؤول لكونه المعاقب الأول أو المجازى الأول من قبل المؤسسة وما يحيط بها، فالصحفي يخضع إلى المسؤول المباشر والمسؤول يخضع للممول.

37- الجدول رقم(37) يمثل تأثير الإمكانيات المادية على نزاهة وموضوعية الأخبار:

توزيع أفراد العينة / نزاهة وموضوعية الأخبار	التكرار	النسبة
نعم	22	%48,9
لا	22	%48,9
دون إجابة	01	%2,2
المجموع	45	%100

من خلال النتائج العامة للجدول (37) نجد نسبة 48,9% ممن صرحوا أن الإمكانيات المادية تؤثر على نزاهة وموضوعية الأخبار على حد قول أحد الصحفيين (كاين بلايص فيهم أخبار مهمة ولازم تكون عليهم تغطية Mais مانقدروش نوصلوا ليهم بسبب الظروف المادية إلي ما ساعدتناش) وهذا يعود في بعض الأحيان بسبب العوامل التكنولوجية التي لا يمكن لها أن تظهر جوانب الظاهرة كافة بحيث يمكن للتمويل أن يؤثر على القناعات الفكرية " نظرية حارس البوابة"[1] وهنا يقولون بأنه لا يوجد إعلام موضوعي 100% كما أنه وفي هذا الإطار يُستغل الصحفي لأن الأخبار التي تنشر تخدم مصالح الأشخاص المدعمين

*** أنظر الفصل المنهجي المقاربات النظرية

لها، "كلما زادت الأموال وتضخمت كلما حرصت المؤسسة على التوازن، وكلما احترمت المؤسسة نفسها كلما كانت أكثر استقلالية" حسب ما صرح به المبحوثين. في حين وبنفس النسبة هناك من يرى بأن هذه الإمكانيات لا تؤثر على نزاهة وموضوعية الأخبار لأن الصحفي تحدد له مسؤولية مهنية وسياسة ينتهجه في تغطية الأخبار وصنع المادة الإعلامية بالشكل الذي يتوافق مع سياسات المؤسسة الإعلامية ومصالح مموليها الذين تستمد القناة استمرارها منهم. في حين هناك مبحوث لم يصرح بإجابته.

38- الجدول رقم(38) يمثل نمط ملكية المؤسسة التي تنتمي إليها (الايجابية):

توزيع أفراد / العينة / نمط الملكية	التكرار	النسبة
نعم	36	%80
لا	07	%15,6
دون إجابة	02	%4,4
المجموع	45	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (38) أن 36 من المبحوثين بنسبة 80% صرحوا بأن هناك ايجابيات في نمط ملكية المؤسسة التي ينتمون إليها وهذا راجع إلى الإمكانيات والوسائل المتطورة التي توفرها لهم، في حين 07 مبحوثين بنسبة 15,6% نفوا بأن نمط هذا النوع من المؤسسات إيجابي وهذا قد يعود إلى أن الصحفي له معلومات عن ما يحدث في الساحة الإعلامية والفرق بينه وبين ما يتجسد على أرض واقعه داخل هذه المؤسسات، هناك من لم يبدي بإجابته.

39- الجدول رقم(39) الذي يمثل العلاقة بين تأثير نمط ملكية المؤسسة على الموضوعية وايجابياته.

تأثير / الإمكانيات نمط الملكية	نعم	لا	دون إجابة	المجموع
نعم	17 %47.2	18 %50	01 %100	36 %100
لا	03 %42.9	04 %57.10	00 %0.0	07 %100
دون إجابة	2 %100	00 %0.0	00 %0.0	02 %100
المجموع	22 %48.9	22 %48.9	01 %2.2	45 %100

من خلال الجدول الذي يبين نمط ملكية المؤسسة وإمكانياتها يؤثر على نزاهة وموضوعية الأخبار، من خلال الاتجاه العام للجدول نرى بأن النسبتين متساويتين بـــــ48.9% بين كل من يرون بأن الإمكانيات المادية للمؤسسة تؤثر على نزاهة وموضوعية الأخبار،في حين نسبة 2.2%لا يقدموا إجابات.

تتلخص النتائج الجزئية لهذا الجدول إلى أن 57.1%من المبحوثين لا يرون ايجابيات في نمط ملكية المؤسسة و هذا ما يؤثر على نزاهة و موضوعية الأخبار في مقابل 42.9% يرون بأنه توجد ايجابيات في نمط ملكية المؤسسة في حين الإمكانيات المادية للمؤسسة لا تؤثر على نزاهة و موضوعية الأخبار بالمقابل نجد 50% صرحوا بأن نمطها ايجابي و لا تؤثر على نزاهة و موضوعية الأخبار في المقابل نجد 47.2% من المبحوثين أنهم يرون ايجابيات في نمط الملكية إلى أن الإمكانيات المادية تؤثر على نزاهة و موضوعية الأخبار

إن نمط الملكية داخل المؤسسة الإعلامية يعتبر ايجابيا في حال ما كانت المؤسسة لها نوع من الاكتفاء لحاجياتها بما فيهم الإمكانيات التقنية التي تمثل بالنسبة للصحفي المعين والمساعد الأول العمل السهل والسريع في ظل التطورات التي تشهدها الساحة الإعلامية.

40- الجدول رقم(40) يمثل في الإجابة بنعم:

توزيع أفراد العينة / نعم	التكرار	النسبة
حرية التعبير	26	%34,2
نظام الترقية والحوافز	07	%9,2
الإمكانيات التكنولوجية المتطورة	23	%30,3
الاحترافية	18	%23,7
أخرى	02	%2,6
المجموع	75	%100

النتائج العامة للجدول رقم (40) تمثل ما نسبته 34,2% تعود إلى الصحفيين الذين يرون أن نمط الملكية في المؤسسات الخاصة توفر لهم حرية التعبير فهنا يرى الصحفي أنه وبخلاف المؤسسات الإعلامية الأخرى التي كان يعمل بها سابقا فإنها تضيق الخناق عليه في أدائه لمهامه داخل أو خارج المؤسسة التي ينتمي إليها، في حين يرى وبنسبة 30,3% أن هذا النمط من المؤسسات توفر لهم إمكانيات تكنولوجية متطورة خاصة داخل المؤسسة "الحواسب الذكية التي تتعامل مع عملية تركيب المواضيع خاصة"، أما وبنسبة 23,7% فيرون أن نمط المؤسسة يساعد في الاحترافية وقد يكون هذا راجعا إلى أنه هناك دورات تدريبية مقررة إلى الصحفيين لمواكبة التطورات التي تحدث خاصة في إطار الوسائل التي يحتاجه الصحفي في عمله اليومي، أما 9,2% فتعود لـــ07 مبحوثين أفادوا بأن نظام الترقية والحوافز عامل مهم في نمط ملكية المؤسسة وهنا قد يرجع هذا إلى أنه هناك صحفيين محترفين يستحقون الثناء من قبل المؤسسة والممول، أما أخرى فتمثلت في السهولة في إخبار المالك للمؤسسة بالأخطاء التي قد تحدث، المرونة في التعامل مع المسؤولين.

41- الجدول رقم (41) يمثل الإمكانيات المادية كافية لتمويل احتياجات المؤسسة:

توزيع أفراد العينة / الإمكانيات المادية	التكرار	النسبة
دون إجابة	02	%4,4
نعم	30	%66,7
لا	13	%28,9
المجموع	45	%100

النتائج العامة للجدول رقم (41) تمثل ما نسبته 66,7% ممن صرحوا بأن الإمكانيات المادية التي يوفرها الممول كافية لاحتياجات المؤسسة وعلى هذا نرى بأن الممول له الأهمية بتوفير التقنيات المواكبة للعصرنة التي تظهر المؤسسة من خلالها بأنه تحتوي على كل الكماليات التي تستوجب أن تتواجد في مؤسسة إعلانية والخاصة منها على العامة لأنها معرضة للنقد من قبل الجهات المسؤول بالتهديد على غلقها و أخذ صلاحيات الملكية والتمويل على أتفه الأخطاء وكل هذا على حساب الصحفي رغم كل الصعوبات التي يتلقها أثناء الممارسة الصحفية هناك "الكثير من المشاريع لم يجسدها الممول وأعوانه بسبب الشح" بتصريح أحد المبحوثين، بخلاف 13 مبحوث الذين يرون أن الاحتياجات غير كافية لمستوى إعلامي راقي يتمتع بكل الحرية من السلطات السياسية ودعم الدولة خاصة لأن الأعمال السمعية البصرية تتطلب إمكانيات(أموال، معدات، سفريات..) والوسائل في تطور مستمر(التكنولوجيا) على تصريح أحد المبحوثين، في حين هناك مبحوثين لم يصرحوا بإجاباتهم.

42الجدول رقم(42) يمثل العلاقة بين الإمكانيات المادية للمؤسسة في تمويل احتياجات المؤسسة والراتب الشهري.

الراتب الشهري / الإمكانيات	{20000-40000}	{40000-60000}	{60000-80000}	أكثر من 80000	دون إجابة	المجموع
نعم	06 %20	16 %56,3	03 %10	03 %10	01 %50	30 %100
لا	02 %15,4	10 %76,9	00 %0,0	01 %7,7	02 %6,7	13 %100
دون إجابة	00 %0,0	01 %50	00 %0,0	00 %0,0	01 %50	02 %100
المجموع	08 %17,8	27 %60	03 %6,7	04 %8,9	03 %6,7	45 %100

من خلال الجدول الذي يبين العلاقة بين الإمكانيات المادية للمؤسسة في تمويل احتياجات المؤسسة والراتب الشهري، ومن الاتجاه العام الذي يميل إلى ما نسبته 60% ما يؤثر ثر فيه نسبة 56,3% من الذين لا يرون ايجابيات في ملكية المؤسسة وخاصة الفئة التي تتقاضى من {40000-60000} ، بالمقابل نجد ما نسبته 17,8% ما تؤثر فيهم نسبه 20% من الذين يتقاضون ما بين {20000-40000} ، بالمقابل نجد 8,9% قد تأثرت فيها فئة الأكثر من 80000 ب10%.

ومن هذا نستنتج بان الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية أو خارجها، فان الإمكانيات المادية التي تحاول المؤسسة توفيرها للصحفي هذا ما يعود بالسلب على راتب الصحفي لأنه لا يمثل له الأعمال التي يقوم بها في مقابل المؤسسات الإعلامية العامة ونظرا للظروف الاجتماعية التي يواجهها العامل الجزائري بصفة عامة والصحفي بصفة خاصة يتعرض إلى ظروف اجتماعية قاسية تحتم عليه الالتحاق بأي وظيفة حتى وإن كانت تعمل بما لا يتوافق وأخلاقيات المهنة للصحفي.

نتائج الفرضية الثانية:

لقد تأكدت صحة الفرضية الأولى نسبيا والتي مفادها "المصلحة الجماعية للجهات الممولة للمؤسسات الإعلامية تؤثر على مصداقية المادة الإعلامية" وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها والمتمثلة في أن:

- الأوضاع المهنية في المؤسسات الإعلامية واحدة ويختلف فقط من حيث الامتيازات المادية، مما يجعل الصحفي يتحول من صاحب رسالة إعلامية إلى باحث عن تحسين أوضاعه الاجتماعية، أين يخضع إلى تنفيذ الأوامر فقط.

- ليست من صلاحيات الصحفي التأثير على مضمون الرسالة الإعلامية والتعبير عنها بحرية، وذلك باعتبار إن المؤسسة الإعلامية بإمكانها التضحية بموضوع أو احد صحفيها بدلا من أن تخسر مصدر من مصادر تمويلها.

- المؤسسة الإعلامية تطبق سياسة الخضوع التام أين يخضع الصحفي لمسؤوله المباشر المسؤول يخضع للممول.

- يتعرض الصحفي إلى مضايقات " الرقابة، سياسة المؤسسة"، داخل المؤسسة الإعلامية وهذا لتفادي المواضيع التي تمس بمصلحة الممول.

- كلما زادت الأموال وتضخمت كلما حرصت المؤسسة الإعلامية على التوازن، وكلما احترمت المؤسسة نفسها كلما كانت أكثر استقلالية، وهذا ما تفتقده المؤسسة "الشروق".

- غموض السياسات التي تتبعها المؤسسات الإعلامية في تعاملها مع صحفيها في ظل غياب قوانين واضحة.

المبحث الرابع: عرض وتحليل نتائج الفرضية الثالثة

43- الجدول رقم (43) يمثل الضغوط التي تؤثر على العمل الصحفي:

	التكرار	النسبة
الضغط من السلطة	20	%24,7
الأخلاقيات المهنية	13	%16
قيم المجتمع وتقاليده	14	%17,3
مصادر المعلومات	23	%28,4
السياسة التحريرية	11	%13,6
المجموع	81	%100

من خلال الجدول رقم (43) نجد بأن 28,4% تعود إلى أن مصادر المعلومات من أهم الضغوطات التي تؤثر على العمل الصحفي وهذا راجع إلى أنها أساس نجاح الصحفي في عمله الإعلامي أي أنه دون مصادر للأخبار التي تدعم المعلومات التي يقدمها في إطار ما تتضمنه المؤسسة الإعلامية في خطها الافتتاحي لا يمكن القول للخبر أنه ذو موضوعية ومصداقية وعلى حسب أراء الصحفيين أن التحفظات و الخوف من الإدلاء بالحقائق تجعل منا نفشل في البحث عن المصدر والمعلومة، أما نسبة 24,7% فتمثلت في الضغوطات من السلطة الحاكمة التي بدورها تقوم بالحد من حريته الإعلامية وضبطه على ما يخدم الصالح العام لها من جهة والمسؤولين من جهة أخرى وهذا ما يشعر الصحفي بالملل من المعاملة الجامدة التي لا تتكيف ومصلحته داخل المؤسسة، أما 17,3% فتعود إلى قيم المجتمع وتقاليده من خلال الاعتبارات التي تتمثل لدى الصحفي بالتقيد بما هو تقليدي ويحمي قيم المجتمع خاصة فيما يخص الدين الذي لا يمكن المناقشة فيه أو العمل على انتقاده كما أنه لا يستطيع القيام بالأعمال التي تتنافى وقيمه الدينية والأخلاقية والتي تمثل له ضغطا نفسيا في تحمل المسؤولية، أما الأخلاقيات المهنية فجاءت بـــ16% وهذا راجع إلى أن أغلبية الصحفيين يتعاملون مع هته المواثيق على أساس من المعرفة التامة وكيفية التعامل مع هذا الأخير وإن كان مغلوطا فهو متوقع ومعلوم لدى الصحفي وقبل الانطلاق في الميدان الإعلامي حتى، أم آخر نسبة فتعود إلى السياسة التحريرية بنسبة 13,6% لأنها وفي بعض الأحيان تكيف حسب المواضيع التي تقترح من قبل المؤسسة في إطار ما يخدمها.

44- الجدول رقم (44) يمثل وجود الرقابة المسبقة على المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها الصحفي:

توزيع أفراد العينة / الرقابة على المؤسسة	التكرار	النسبة
نعم	37	%82,2
لا	08	%17,8
المجموع	45	%100

أوضحت النتائج العامة أنى أكثر من نصف المبحوثين بنسبة 82,2% يرون وجود رقابة مسبقة على المؤسسة الإعلامية وتتمثل الرقابة المسبقة فيما يعرق بالسياسة التحريرية للمؤسسة حيث يطلب رؤساء الأقسام ومديرو التحرير من الصحفيين عند تكليفهم بتغطية موضوع ما أو قضية معينة الالتزام بخط معين أو عدم الحديث عن موضوع أو قضية قبل البدء في التغطية، في حين 17,8% منهم نفوا أنه توجد رقابة مسبقة على طبيعة الأعمال التي يقومون بها أو طريقة التغطية داخل المؤسسة.

الجدول المتقاطع للفرضية الثانية

45- الجدول رقم (45) يمثل في حال الإجابة بنعم:

توزيع أفراد العينة / الإجابة بـــ نعم	التكرار	النسبة
سياسة المؤسسة الإعلامية	12	%25,5
سلطة الضبط	27	%57,4
أخرى	08	%17
المجموع	47	%100

من النتائج العامة التي جاءت في هذا الجدول أنه وبنسبة 57,4% كانت إجابتهم حول سلطة الضبط التي تمارس رقابة دائمة تفرض على المؤسسة الإعلامية للحد من الوقوع في الأخطاء على أساس أنها من صناع القرار، في حين نجد سياسة المؤسسة تليها بنسبة 25,5% وهذا يعود إلى الخط الافتتاحي

المنتهج داخل هذه المؤسسة يمثل رقابة شديدة على المؤسسة والصحفيين على قول أحد الصحفيين" رقابة النظام السياسي القائم"، أما أخرى فتمثلت بنسبة 17% صرحوا بأن السلطة تعتبر من أكثر الهيئات مراقبة للمؤسسات الإعلامية خاصة وهذا ما فتح المجال إلى الوزراء والهيئات الحكومية على الخصوص بوضع رقابة دائمة على جل الأعمال التي تقوم بها هذه الأخيرة.

46- الجدول رقم (46) يمثل تمارس المؤسسة ضغوطات على الصحفي لـــ:

توزيع أفراد العينة / الضغوطات	التكرار	النسبة
إمكانية تشكيل وعي الجماهير	06	%11,1
القدرة على نقد السلطة الحاكمة	12	%22,2
إيديولوجية القناة وتوجهها	33	%61,1
أخرى	03	%5,6
المجموع	54	%100

من خلال الجدول رقم (46) نرى بأن إيديولوجية القناة وتوجهها من بين العوامل التي تمارس كضغوطات على الصحفي داخل المؤسسة حيث صرح بأكثر من نصف العينة باعتبار أن الخط الافتتاحي الذي تنتهجه أي مؤسسة هو إلزامي التنفيذ من طرف الصحفيين وهذا لإتباع ما يمليه الرؤساء داخل القناة لان هذا يعتبر من الخطوط الحمراء التي لا يتجاوزها الصحفي في عمله هذا ما لا يتناسب وحرية التعبير التي تستوجب أن تجسد على أرض واقعه، في حين نجد أن 22,2% من المبحوثين كانت إجاباتهم بأن الضغوطات التي تمارس عليهم تنحصر في كون الصحفي قادر على نقد السلطة الحاكمة وهذا ما يتنافى وطبيعة المؤسسة في عملها كما حدث مع قناة الوطن حيث أغلقت من أول تدخل لها في السلطة. بينما تعود نسبة 11,1% إلى الذين صرحوا بأن إمكانيات تشكيل وعي الجماهير من بين العوامل التي تمارس فيها المؤسسة ضغوطات على الصحفي بحيث أنها تمثل منظومة اجتماعية متكاملة باستطاعتها تشكيل عائق على المؤسسة خاصة والسلطات عامة وهذا ما يستدعي منها تكوين صحفيين محترفين على سياسة المؤسسة التي تقوم بالدرجة الأول على امتصاص غضب الشعب مما ينقص من فاعلية أداء الصحفي، أما باقي المبحوثين فكانت إجاباتهم والمتمثلة في أخرى ككشف أسرار مسؤولين في الدولة، تحديد أخلاقيات المهنة وعدم تجاوز المعايير المهنية، توازنات السلطة.

47- الجدول رقم (47) يمثل رقابة المسؤول المباشر على الصحفي:

توزيع أفراد العينة / رقابة المسؤول	التكرار	النسبة
نعم	25	%55,6
لا	20	%44,4
المجموع	45	%100

من خلال الجدول رقم (47) نلاحظ بأن أغلبية المبحوثين بنسبة 55.6% تفرض عليهم رقابة دائمة وهذا قد يعود إلى طبيعة المواضيع التي تقدم لهؤلاء الصحفيين التي تتميز بالحساسية كالقضايا الكبرى التي تخص دواليب الدولة فالرقيب هنا يلعب دور ممثل السلطة أو المدافع عن المصالح الخاصة للجهات المعنية وهذا ما يتوافق مع نظرية حارس البوابة التي يتمت فيها الصحفيين بتدفق المعلومة بحكم الضغوطات التي تمارس عليه من قبل السلطة السائدة أو المؤسسة التي يعملون فيها، في حين صرح 44,4% من المبحوثين بأنه لا تمارس عليهم رقابة من قبل المسؤول المباشر حيث اعتبروا أن الأمر عادي وأن الرقابة بمثابة توجيهات سطحية يسترشد بها الصحفي ويكتسب منها مهارات وفنيات التعامل مع المواضيع أي أنها تدخل في إطار الحرص على سيرورة العمل.

48- الجدول رقم(48) يبين العلاقة بين الرتبة المهنية ورقابة المسؤول.

الرقابة على المؤسسة / الرتبة المهنية			المجموع
	نعم	لا	
صحفي	19 %55.9	15 %44.1	34 %100
رئيس قسم	00 %0.0	1 %100	1 %100
رئيس تحرير	2 %50	2 %50	4 %100
أخرى	4 %80	1 %20	5 %100
دون إجابة	00 %0.0	1 %20	1 %100
المجموع	25 %55.6	20 %44.4	45 %100

من خلال النتائج العامة للجدول الذي يبين العلاقة بين الرتبة المهنية والرقابة التي يفرضها المسؤول المباشر أثناء الأداء المهني، نرى من خلال الاتجاه العام للجدول أنه يميل إلى 55.6% تؤثر فيها نسبة 80% لفئة أخرى من الصحفيين يعانون من رقابة المسؤول المباشر أثناء تأدية مهامهم، في مقابل 44,4% أجابوا بأنهم لم يتعرضوا لمثل هذا التضييق، ما يؤثر عليها نسبة 100% لرئيس قسم.

في حين تمثلت بنسبة أخرى بـــ80% من الذين يعانون الرقابة أما 20% منهم فلا تفرض عليهم رقابةـــ بالمقابل رئيس التحرير الذي تمثل في مبحوثين بنسبة 50% قد تعرضوا إلى رقابة، في حين 50% لم يتعرضوا لها، في المقابل رئيس القسم بمبحوث واحد بنسبة 100% صرح بأنه لم يتعرض سابقا إلى رقابة، في حين مبحوث واحد لم يتقدم بالإجابة على هذا السؤال.

الرقابة من قبل المسؤول المباشر على حسب ما جاء في التحليل تتم على جميع الدرجات من الصحفي إلى رئيس التحرير وما يختلف هنا أن الرقابة تؤثر على حسب الدرجة وتختلف من رتبة مهنية إلى أخرى أي من الصحفي إلى رئيس القسم أي الفرق هنا هو الحدة.

49- الجدول رقم (49) يمثل صعوبة الحصول على المعلومة ونقلها إلى الرأي العام:

توزيع أفراد العينة / صعوبة نقل المعلومة	التكرار	النسبة
نعم	28	%62,2
لا	17	%37,8
المجموع	45	%100

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الصحفيين بـــ28 مبحوث ما يمثل نسبة 62,2% يجدون فعلا صعوبات في الحصول على المعلومات على الرغم من أن القوانين تؤكد حق الصحفي في الحصول عليها، لكن نفس هذه القوانين وضعت العديد من القيود أمام الصحفي للوصول إلى المعلومات[****]، وهذا لأنهم يرون أن أغلب المواضيع مكررة ولا تختلف من ناحية أسلوب وطريقة المعالجة فاختلاف المواضيع ودرجة تعقيدها وحتى أهميتها الاجتماعية تجبر الصحفي دائما للبحث عن الأسلوب الأنسب، في حين أن 37,8% من المبحوثين لا يرون صعوبة في الحصول على المعلومة ونقلها إلى الرأي العام وهذا قد يعود إلى المهارات التي يكتسبها المبحوثين من خلال الوصول إلى المصدر والتحكم في المستمع بالاعتماد على اللغة التي يفهمها وبالطريقة التي تعود على الصعوبة.

50- الجدول رقم (50) يمثل الأسباب في وجود صعوبة في الحصول على مصادر المعلومات:

توزيع أفراد العينة / أسباب وجود الصعوبة	التكرار	النسبة
سيطرة الدولة على المؤسسة	22	%59,5
عوائق قانونية	09	%24,3
أخرى	06	%16,2
المجموع	37	%100

[****] - أنظر الملحق

أوضحت النتائج العامة على أن 59,5% ممن أجابوا بوجود صعوبات في الوصول إلى مصادر المعلومات يرون أن سيطرة الدولة على المؤسسة من أهم الأسباب التي تعرقل الصحفي في وصوله إلى المعلومات، بينما يرى 24,3% منهم صعوبة الوصول إلى المعلومات بسبب عوائق قانونية متعلقة بسرية بعض المعلومات أو منع الصحفي من الوصول إلى بعض المعلومات كما نص عليه قانون الإعلام في المادتين "36،37"، في حين يرى 16,2%منهم أن هناك صعوبات أخرى في الوصول إلى المعلومات من بينها غلق السلطة قنوات المعلومات أمام الإعلام والتستر على الحقائق من طرف الجاني، إعطاء الترخيصات من الجهات المعنية، على حد قول أحد الصحفيين.

51- الجدول رقم (51) يمثل أبعاد تأثير الضغوطات المهنية على العمل الصحفي:

توزيع أفراد العينة / الضغوطات المهنية	التكرار	النسبة
عرقلة التقدم والتطور في العمل	33	%66
التأثير على العلاقات مع الزملاء	14	%28
أخرى	03	%06
المجموع	50	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (51) أن أعلى نسبة من المبحوثين هي بـــ66% ما يلفت النظر في هذه الفروقات التي قدمتها بيانات الجدول أنه ورغم وحدة الهدف والدور الذي يقوم به الصحفي داخل المؤسسة لإبراز ذاته من جهة وإنجاح المؤسسة الإعلامية من جهة أخرى إلا أنه يواجه ضغوطات تعرقل التقدم وتطور الصحفي في العمل في حين نجد أن 28% من المبحوثين من بين الضغوطات التي تؤثر على الأداء المهني نجد توتر العلاقة مع الزملاء حيث يعتبر من المعوقات المهنية التي تواجه الصحفي أثناء تأديته لعمله الإعلامي وخاصة في إطار التواصل مع المجتمع، أما 03 مبحوثين فكانت إجاباتهم حول الأبعاد التي تؤثر على الضغوط المهنية" الملل في المباشرة في معالجة المواضيع بسبب الضغوطات المستمرة من قبل الجهات الوطنية والإنقاص من مصداقية ونوعية العمل الصحفي.

52- الجدول رقم (52) يمثل المشاكل التي تواجه الصحفي أثناء قيامه بالعمل الصحفي:

توزيع أفراد العينة / المشاكل التي تواجه الصحفي	التكرار	النسبة
تدني الرواتب	35	%34,3
قيود حرية التعبير	24	%23,5
الافتقار إلى الحرفية والمهنية	16	%15,7
الوساطة والمحسوبية	19	%18,6
أخرى	08	%7,8
المجموع	102	%100

من خلال الجدول رقم (52) يتضح أن نسبة 34,3% من بين المشاكل التي تواجه الصحفيين أثناء تأديتهم لعملهم تتمثل في تدني الرواتب الذي يمثل العامل الأكبر الذي يعتمد عليه الصحفي وهذا من شأنه أن ينقص من فاعلية أدائه وهذا لعدم توافق الجهد المبذول من قبله مع الأجر الذي يتقاضاه، أما قيود حرية التعبير فتمثلت بـــ24 23,5% مبحوث ممن لهم القدرة في التحكم في المادة الإعلامية ويعانون من تدخلات مسؤوليهم الدائمة في اختيار المضامين، أما نسبة 18,6% فتعود إلى الوساطة والمحسوبية، أما نسبة 15,7% فتمثلت في الافتقار إلى الحرفية والمهنية، أما أخرى أذكرها فكانت كالتالي" التكتلات التي تبنى بين الصحفيين داخل المؤسسة، التهميش- الإقصاء والضغط، في حين يرى أحد الصحفيين بأنه كل هذه المقترحات تعتبر بمثابة مشكل يواجه الصحفي وإضافة إلى ذلك أجابوا بأن سياسة المؤسسة الإعلامية معقدة جدا.

53-الجدول رقم (53) يمثل الضغوط التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين:

توزيع أفراد العينة / الضغوط المفروضة	التكرار	النسبة
محدودة	28	%62,2
محدودة جدا	02	%4,4
كثيرة	15	%15
المجموع	45	%100

تدل بيانات الجدول رقم 53 أن الضغوطات التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين وبنسبة عالية بحيث صرح 28 مبحوث بـــ62,2% أنها محدودة وهذا ما يعني أنه هناك مشاكل داخل المؤسسة الإعلامية خاصة بين الصحفيين ورؤسائهم، في حين 15% مبحوث صرحوا بأن ضغوطات كثيرة تمارس على الصحفي سواء من المؤسسة أو خارجها أي من أطراف مجهولة، إلى أن مبحوثين أجابوا أنها محدودة جدا، ومن هذا نستنتج أن الضغوطات في مؤسسة الشروق موجودة وما يختلف هو حدتها على الصحفي في إطار أدائه المهني.

54-الجدول رقم(54)الذي يمثل العلاقة بين ساعات العمل والضغوط التي يفرضها الرؤوساء على الصحفيين.

الضغوط / ساعات العمل	محدودة	محدودة جدا	كثيرة	المجموع
{04-08}سا	01 %50	00 %0,0	01 %50	15 %100
{08-12}سا	17 %65,4	01 %3,8	02 %30,8	02 %100
12 فأكثر	01 %50	00 %0,0	01 %50	25 %100
دون إجابة	09 %60	01 %6,7	05 %33,3	02 %100
المجموع	28 %68	02 %4,4	15 %33,3	45 %100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يوضح العلاقة بين ساعات العمل التي يقضيها الصحفيين في العمل والضغوط التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين أنها وبنسبة كبيرة محدودة تميل إلى نسبة 68% ما يؤثر عليها نسبة 65,4% بساعات عمل من {08-12 سا، بالمقابل نجد كثيرة فتميل بنسبة 33,3% ما تؤثر عليها نسبة 50% من الذين يقضون من ساعات عملهم من 04- 08 سا.

أما القراءة لهذا الجدول فنجد 65,4% يزاولونا عملهم من 08إلى 12 سا أما 30,8% تفرض عليهم ضغوطات كثيرة و 3,8% محدودة جدا. بمقابل مجد فئة الذين لم يقدموا إجاباتهم بـــ 60% فمحدودة و33,3% كثيرة و6,7% محدودة

جدا إلى أنهم لم يصرحوا بالوقت الذي يقضونه في أداء المهنة. أما فئة أكثر من 12 سا 50% من المبحوثين يجدونها كثيرة و50% محدودة. في المقابل فئة من 04 إلى 08 فتمارس عليها الضغوط بـــ50% كثيرة ومحدودة 50%.

يرى معظم الصحفيين بأن الوقت الذي يقضونه الصحفيين في ممارسة عملهم يتراوح ما بين 08 و12 ساعة وهذا الوقت المنظم لأغلبية الصحفيين في إطار ما تقوم عليه سياسة المؤسسة، كما أن هذا الوقت مجهد لهم جدا ويعتبر من بين الضغوطات التي تؤثر في أداء الصحفي خاصة من طرف المسؤولين السياسيين وهذا ما ينقص من فاعلية الصحفي.

55- الجدول رقم (55) يمثل القضايا التي تمارس المؤسسة فيها أكثر الضغوطات على الصحفيين:

توزيع أفراد العينة / ممارسة الضغوط	التكرار	النسبة
القضايا الاجتماعية	05	%8,9
القضايا الاقتصادية	09	%16,1
القضايا السياسية	42	%75
المجموع	56	%100

أوضحت النتائج العامة للجدول رقم (55) بأن القضايا التي تمارس فيها المؤسسة أكثر ضغوطا على الصحفيين تعود إلى القضايا السياسية حيث صرح 42 مبحوث بذلك ما يمثل أعلى نسبة بـــ75% وهذا يشير إلى التنظيمات السياسية المختلفة لتغير وتعدل وتحذف وتراقب وتمنع تناول بعض القضايا خاصة من طرف السلطة و لاعتبارها أكثر الشؤون حساسية وخوف الصحفيين من الوقوع في المحظور الذي تحدده السلطة الحاكمة والتعامل معها بحذر، في حين صرح 09 من المبحوثين أن القضايا الاقتصادية تمارس ضغوطا على الصحفيين لأنها ملكية خاصة تبنى على السوق الاشهارية المقدمة ولان بعض المواضيع تتعلق بعدم القدرة المالية على توفير الجو المناسب للتغطيات الإعلامية لبعض المواضيع، إلى أن 05 من المبحوثين أفادوا بأن القضايا الاجتماعية تشكل لهم ضغطا في الممارسة الإعلامية.

ولفهم الواقع المهني للصحفي فانه لا توجد حرية التعبير في التخوف من القضايا التي تمس الدولة بحيث تعتبر سلطة مسيطرة على جميع المؤسسات بما فيهم المؤسسات الإعلامية الخاصة منهم أي كل الإعلام خاضع لسلطة القرار السياسي.

56- الجدول رقم (56) يمثل ما ينقص من فاعلية الصحفي:

توزيع أفراد العينة / نقص الفاعلية	التكرار	النسبة
سياسة المؤسسة	23	%42,6
المسؤول المباشر	22	%40,7
أخرى	09	%16,7
المجموع	54	%100

من خلال النتائج العامة في الجدول رقم (56) نلاحظ أن 42,6% يرون أن ما ينقص من فاعلية الصحفي سياسة المؤسسة التي تعتبر لديه بمثابة خطوط حمراء لا يجب تجاوزها أو التعدي عليها، تمتاز هذه الأخيرة بنوع من الصرامة خاصة من خلال المواضيع التي يقترحها الصحفي ذاته ولا تكيف مع سياسة المؤسسة، في حين هناك 22 مبحوث تمثلت إجابتهم على أن من ينقص من فاعلية أداء الصحفي المسؤول المباشر لأنه يشدد الرقابة بالاطلاع على كافة المواد الإعلامية التي يتم عرضها للجمهور بتمحيصها وتصفيتها فيحدد ما ينبغي عرضه وما يجب حجبه بعيدا عن ما يقدمه الصحفي وهذا ما يؤثر على الممارسة الإعلامية التي تنقص من أداء الصحفي وقتل روح العمل في هذا الأخير، أما أخرى فتمثلت إجاباتهم بنسبة 16,7% التشجيع والتحفيز ونقص التدريب والإمكانيات المادية سياسة الكيل بمكيالين. وعلى هذا فان ما ينقص من فاعلية الصحفي حسب رأي المبحوثين تتمثل في الظروف المحيطة بمكان العمل سواء المسؤول المباشر أو السياسة التحريرية للمؤسسة، إضافة إلى المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها مجمل الصحفيين في البلد.

نتائج الفرضية الثالثة:

لقد تأكدت صحة الفرضية الثالثة والتي مفادها" الضغوط المهنية تساهم في تنامي اللافعالية لدور الصحفي في أدائه المهني" وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها والمتمثلة في أن:

– يعاني الصحفيون من تدخلات مسؤوليتهم الدائمة في اختيار المضامين وإتباع لسياسة الأخبار الموجهة بداعي الرقابة التي تدخل في إطار الحرص على سيرورة العمل والتزام بالمسؤولية الاجتماعية.

– الرقابة تسلب الصحفي الإرادة وتجعله لا يملك أدنى سلطة أو مسؤولية فيما يقول إذ يتبع ما يملى عليه ويتوقف عند الحدود المرسومة له سواء من طرف أصحاب المؤسسة أو ممن يملك سلطة القرار في العلام.

– الضغوطات التي تمارس على الصحفي من قبل السلطة السائدة أو المؤسسة التي يعملون فيها تؤثر على فاعلية أداء الصحفي.

– المقص الرقابي الذي تتبعه قناة الشروق يجعل المادة تقدم بطريقة آلية، ما ينقص من فاعلية أداء الصحفي وروح المبادرة لديه.

– إن سياسة المؤسسة والمسؤول المباشر يؤثران وينقصان وبالدرجة الأولى من فاعلية الصحفي خلال القيام بالمهام المنوطة إليه.

– أن الوقت الذي يقضيه الصحفي داخل المؤسسة الإعلامية أو خارجه في أداء المهام الموكلة إليه وحسب الظروف التي تتواجد، فهذا يولد له ضغطا وبالتالي يؤثر على العلاقات مع الزملاء.

– الرقابة التي تمارس على الصحفيين تستثني البعض منهم نظرا لاعتبارات ذاتية كتوظيف بعض الصحفيين عن طريق الوساطة، في الآخرين فيلتحقون بالمؤسسة

عن طريق مسابقات توظيف وهذا ما يخلق حساسية بين الصحفيين وينمي روح اللامبالاة.

– القوانين التي وضعت للصحفي في الوصول للمعلومات تؤكد له الحق في ذلك، ونفس هذه القوانين تمثل قيودا أمام الصحفي.

– المقص الرقابي يفصل الصحفي عن مناخ العمل الإعلامي الذي يؤدي به إلى فقدان القدرة على الالتزام بضوابط المؤسسة الإعلامية، وهذا يسبب له انهيار أخلاقيات مهنة الصحافي، وفي الانهيار المعنوي الذي يستمد منه الصحفي نشاطه.

– الضغوطات التي يتعرض لها الصحفي تسلية الإرادة وتجعله لا يملك أدنى سلطة أو مسؤولية فيما يقول إذ يتبع ما يملى عليه ويتوقف عند الحدود المرسومة له سواء من طرف أصحاب المؤسسة أو ممن يملك سلطة القرار.

الاستنتاج العـــــام:

من خلال تحليلنا للإجابات عينة البحث والتي أكدت لنا تحقيق صحة فرضيات الدراسة بنسبة كبيرة, حيث اتضح أن:

- باعتبار أن قناة الشروق مؤسسة استثمارية من الناحية المادية قبل كل شيء مما يجعل هذه الأخيرة تكرس المساومة في الواقع المهني للصحفي خاصة وأن أغلب المساومات والضغوطات التي يتعرض لها الصحفي تكون بعلم القائمين على المؤسسة وهذا على أساس أن الصحفي لا يملك أدنى سلطة داخل المؤسسة الإعلامية التي يعمل في إطارها إذا يقوم بتنفيذ المهام الموكلة إليه فحسب دون زيادة أو نقصان.

- يعاني الصحفي من سياسة المؤسسة من خلال فرض مواضيع تُحتم على الصحفي، وهذا بداعي الرقابة التي تدخل في إطار الحرص على سيرورة العمل والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وبإمكان المؤسسة الإعلامية التضحية بأحد صحفيين بدلا من أن تخسر مصدر من مصادر تمويلها.

- غموض السياسات التي تتبعها المؤسسة الإعلامية في تعاملها مع الصحفيين تشكل ضغوطا عليهم داخل المؤسسة التي يعملون في إطارها، وهذا يسبب لهم انهيار أخلاقيات المهنة.

وفي الأخير نستنتج بأن المؤسسة الإعلامية تقوم على سياسة تتبعها في تنفيذ إستراتيجيتها عن طريق الصحفيين وكل الطاقم العامل في القناة، ومن خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها داخل هذا المجمع والاحتكاك ببعض الصحفيين توصلنا إلى أن الخط الافتتاحي الذي تنتهجه المؤسسة الإعلامية ما هو إلا حبر على ورق دون تجسيده على أرض الواقع والذي تكيفه حسب مصالحها ومصالح رؤسائها وممولها بالدرجة الأولى، وعلى هذا يرى الصحفي بأن ميثاق أخلاقيات المهنة وإن لم يطبق من طرف المؤسسة لتحاول هذه الأخيرة أن تتماشى والمادة الإعلامية بما يخدمها خارج إطار القوانين الخارجية ما عدى القوانين التي تضعها المؤسسة الإعلامية.

الخاتمـــة

خاتمة:

يعتبر موضوع الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي في غاية الأهمية والحساسية وفي نهاية الدراسة.

فلقد بينت الدراسة أن المؤسسة الإعلامية تجعل الهدف الأسمى للصحفيين خدمة مصلحتها ومصلحة مموليها، مما يجعل مضمون الرسالة الإعلامية يتأثر بالقوى المحيطة بالصحفي سواء كانت هذه القوى من داخل المؤسسة الإعلامية مثل رؤساء التحرير أو خارجها مثل النظام الحاكم أو الممول "صاحب القناة أو المعلنين ومتعاملي الهواتف النقالة, المؤسسات الاقتصادية" والتي لها حصص هامة في سوق الإشهار الذي تستمد منها المؤسسة الإعلامية استمراريتها واستقرارها المالي, هذا الواقع الذي يفرض على الممارسة الإعلامية لجعلها رهينة الضغوط والإملاءات من قبل مالكيها أو مسؤولي إدارة التحرير أو السلطة الحاكمة من خلال التشريعات التي تفرضها على المؤسسات الإعلامية.

تنعكس هذه الظروف المهنية المحيطة بالصحفي داخل المؤسسة وخارجها بشكل مباشر على أدائه حيث يضحى الصحفي كما بينت الدراسة مجرد أداة يتم من خلالها تحقيق مصلحة المؤسسة الإعلامية التي تكرس المساومة في الواقع المهني باعتبار أن أغلب المساومات التي يتعرض لها الصحفي تكون بعلم مسؤولي المؤسسة ونتيجة لضغوطاتهم على الصحفي الذي يعبر عن الأفكار والقناعات والاتجاهات التي تتبناها المؤسسة الإعلامية, كما ينعكس هذا الأمر على أخلاقيات المهنة الصحفية وبالتالي على الموضوعية, الصدق والمصداقية, التزام المسؤولية اتجاه الجمهور, الحياد والدقة في العمل أثناء معالجة أي مضمون إعلامي مهما كانت حساسيته و حجم أهميته حتى لا تطغى الاعتبارات الذاتية والمصالح الشخصية على تدفق المعلومة و يقلص من حق الوصول إلى مصادر المعلومة.

بالإضافة إلى أن النظرة إلى الأخلاقيات على أنها أحكام يفرضها الصحفي على نفسه ويطبقها بنفسه، وإنه ليس هناك إطار أخلاقي عام يقلل من أهمية أخلاقيات المهنة، ولا يمكن أن تتشكل في هذه الحالة حماية لمصالح المجتمع والجمهور.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجـــع:

الكتب النظرية:

1. أبو أصبح صالح خليل، الاتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان: دار آرام للدراسات والتوزيع والنشر، 1995.

2. بدر احمد ، الاتصال الجماهيري بين الإعلام و التطويع و التنمية، القاهرة: دار تباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998.

3. جاسم عزيز السيد، مبادئ الصحافة في عالم المتغيرات، بغداد: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998.

4. الجمال راسم محمد، الاتصال والإعلام في الوطن العربي، بيروت: 1991.

5. حسام الدين محمد، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: منشورات الدار المصرية اللبنانية، 2003.

6. حمزة عبد اللطيف، أزمة الضمير الصحفي، ط4، القاهرة: دار الفكر العربي، 1996.

7. ابن خلدون عبد الرحمان، المقدمة، ط4، بيروت: دار القلم، 1981.

8. خوجة أشرف فهمي، الرقابة في المؤسسة الصحفية، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2004.

9. خوجة أشرف فهمي، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، القاهرة: دار المعرفة الجامعية، 2008.

10. خورشيد مراد كامل، الاتصال الجماهيري والإعلام التطور- الخصائص- النظريات، ط2، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2014.

11. الدروبي محمد، الصحفي والصحافة المعاصرة، بيروت: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2006.

12. سلامي سعيداني، 1000 سؤال في الإعلام والاتصال، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2013.

13. شيحا إبراهيم عبد العزيز، أصول الإدارة العامة، الإسكندرية: توزيع منشأ المعارف، د س ن.

14. صالح سليمان، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت: مكتبة الفلاح، 2007.

15. صدقه جورج، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، بيروت: مؤسسة مهارات، 2008.
16. طلعت شهيناز، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية، القاهرة، مكتبة أنجلو المصرية، 2003.
17. عبد الرحمان عواطف ، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، الكويت: دار المعرفة، 1984.
18. عبد الرحمان عواطف، قضايا التبعية الإعلامية والثقافية، الكويت: دار المعرفة، 1984.
19. عثمان بلقاسم ، حق الصحفي الجزائري في الوصول إلى مصدر الخبر وحمايته، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم العلوم الإعلام والاتصال.
20. عزي عبد الرحمن ، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي، تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2014.
21. غوشة زكي راتب، أخلاقيات الوظيفة في الإدارة العامة، عمان: مطبعة التوثيق، 1983.
22. المسلمي إبراهيم عبد الله، غدارة المؤسسات الصحفية، القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 1990.
23. المشاقبة بسام عبد الرحمان، أخلاقيات العمل الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.
24. معوض إبراهيم محمد، الإعلام ومراكز المعلومات الصحفية، الكويت: دار الكتاب الحديث، 2010.
25. نصر حسين محمد، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، العين: دار الكتاب الجامعي،2010.
26. هاتلنج جون، أخلاقيات الصحافة، ت: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار العربية للنشر والتوزيع، د س ن.
27. هستر ألبرت، دليل الصحفي في العالم الثالث، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1998.
28. هونبرغ جون ، الصحفي المحترم، ت: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، 1996.

الكتب المنهجية:

29. التل وائل عبد الرحمان، قحل عيسى محمد، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، عمان: دار الحامد، 2007.

30. جندلي عبد الناصر، تقنيات ومناهج البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ط2، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.

31. الحسن محمد إحسان، الأسس العلمية للبحث الاجتماعي، بيروت: دار الطليعة، 1996.

32. زرواتي رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي للعلوم الاجتماعية، ط3، قسنطينة: ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.

33. سماك محمد أزهر سعيد، طرق البحث العلمي، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2011.

34. العبد عاطف عدلي، الأسس النظرية للاستطلاعات وبحوث الرأي العام، القاهرة: دار الفكر العربي، 2003.

35. عزي عبد الرحمان، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، تونس: الدار المتوسطية للنشر، 2016.

36. عماد عبد الغني، منهجية البحث في علم الاجتماع (الإشكاليات- التقنيات- المقاربات)، بيروت: دار الطليعة2008،.

37. عياد أحمد، مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2006.

38. غانم إبراهيم البيومي، مناهج البحث وأصول التحليل في العلوم الاجتماعية، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2008.

39. فرحاتي العربي بلقاسم ، البحث الجامعي بين التحرير والتصميم والتقنيات، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012.

40. المزاهرة منال هلال، نظريات الاتصال، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2012.

41. المشهداني خالد أحمد فرحان، رائد عبد الخالق عبد الله العبيدي، مناهج البحث العلمي، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2013.

42. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الانسانية، ت: صحراوي بوزيدي وآخررون، ط2، الجزائر: دار القصبة للنشر، 2006.

معاجم وقواميس:

43. اسماعيل عبد الفتاح عبد الكافي، معجم مصطلحات عصر العولمة: مصطلحات سياسية، اقتصادية اجتماعية، نفسية واعلامية، القاهرة: كتب عربية، 2003.

44. حجاب محمد منير، المعجم الإعلامي، القاهرة: دار الفجر، 2004.

الرسائل الجامعية:

45. أمقران نصر الدين، القواعد القانونية والأخلاقية المنظمة للواقع الالكتروني للصحف الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام، قسم علوم الاعلام، جامعة الجزائر، 2013-2014.

46. باي أحلام، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة 2006- 2007.

47. بلحاجي وهيبة، الصحافة الخاصة والشروط القانونية والاقتصادية لحريتها بعد 1999، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر03، 2013-2014.

48. بوشيخ حسينة ، بيئة العمل الصحفي في ممارسة أخلاقيات المهنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة باجي مختار، عنابة، 2014.

49. سعيود محمد عبد الغني، تأثير الصحافة في الجزائر على الممارسة المهنية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار، باتنة، 2011-2012.

50. شحات محمد، العلاقة بين التمويل الإشهاري والأداء الصحفي في الصحف اليومية الجزائرية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2010-2011.

51. عكاك فوزية، القيم الخبرية في الصحافة الجزائرية الخاصة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2011- 2012.

52. الموسي فلحي محمد جاسمي، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري، مرحلة الماجستير، قسم الإعلام والاتصال، كلية الآداب والتربية، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك.Mfolhy YAHOO. COM
53. ملكاوي عمر سليمان، أخلاقيات العمل الإعلامي، دراسة في منهج الإعلام الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة اليرموك الأردنية، د س.

المراجع الاجنبية:

54. Hemyschult et mareel du fresne, "pratique de journalisme", Paris: nouveaux horizons, 2007.
55. Madelin grawitz, méthodes des sciency sociales, 2ed, paris: dolloz,1986.
56. Omar Aktouf, Méthodologie des Sciences Social et approche qualitative des organisation, Montréal: les presses de l'université du Québec, 1 édition 1987

المـــلاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون –تيارت-

كلية العلوم الإنسانية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الاجتماعية

مسار: علم الاجتماع

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص: علم اجتماع الاتصال

الواقع السوسيو مهني وأخلاقيات العمل الصحفي

إعداد:

_ ميشان فاطمة

إشراف الأستاذ:

_ زهواني عمر

ملاحظة:

_ نرجو الإجابة على كل المحاور بكل موضوعية وأمانة تعكس الواقع.

_ ضع علامة ( ) في المكان المناسب ونعلمكم بأن البيانات الواردة في الاستمارة لا تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة.

السنة الجامعية:

2016_ 2017

المحور الأول: البيانات الشخصية

_ الجنس : ذكر ( ) أنثى ( )

2_ السن :

3_ الحالة العائلية : متزوج ( ) أعزب ( ) مطلق ( ) أرمل ( )

4_ الخبرة المهنية :

5_ الوضعية المهنية: دائم ( ) مؤقت( )

6_ الرتبة المهنية : صحفي ( ) رئيس قسم ( ) رئيس تحرير( ) أخرى.....

7_ ساعات العمل :

8_ الراتب الشهري : [20000-40000[( ) [40000-60000[( )

[60000- 80000[( ) أكثر من 80000 ( )

9_ مكان الإقامة :

10_ نوع السكن داخل العاصمة:- سكن خاص( ) إيجار( ) أخرى أذكرها ( )

11_ هل أنت منخرط في: _ حزب سياسي ( )

_ نقابة ( )

_ جمعية ( )

المحور الثاني: الفرضية الثالثة

12_ ما هو الدور الذي ينبغي أن يقوم به الصحفي عند معالجة المواضيع المقترحة من قبل المؤسسة الإعلامية؟

_ الانتقاء من بين الأخبار والأحداث.( )

_ إبداء الرأي فيها. ( )

_ أخرى أذكرها .....

13_هل حدث وعلمت بأخبار لها تأثير سلبي على قيم المجتمع وعملت على نشرها؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

14_ هل ترى أن العمل الصحفي ينظم في إطار؟

_ ميثاق أخلاقيات المهنة ( )

_ قانون الإعلام ( )

_ أخرى أذكرها.....

15_ هل الصحفي ملزم باحترام أخلاقيات المهنة؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

16_ هل اطلعت على ميثاق أخلاقيات المهنة؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

17_ كيف ُتسلم المادة الإعلامية في المؤسسة؟

_ تغير بالكامل. ( )

_ لا تغير المادة الإعلامية. ( )

_ تغير جزئيا ( )

18_ هل يفرض الواقع المهني مساومة على أخلاق الصحفي؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

19_ ما هي مظاهر المساومة؟

_ عدم الاهتمام بمصداقية المصادر ( )

_ التهديد و العنف ضد الصحفيين ( )

_ الترقية والحوافز المقدمة ( )

_ أخرى أذكرها.....

20_ ما هو شعورك أثناء عرض المادة الإعلامية؟

_ الرضا الوظيفي ( )

_ الشعور بالتوتر ( )

_ الشعور بالمسؤولية ( )

_ أخرى أذكرها.....

21_ هل توفر لك المؤسسة الحماية أثناء ممارسة العمل الصحفي؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

_ إذا كانت الإجابة ب "لا" لماذا؟.....

22_ هل تحدد لك المسؤولية المهنية من طرف المؤسسة بوضوح؟

_ نعم ( ) _لا ( )

23_ إذا كانت الإجابة ب "نعم" أذكر نحو من؟

_ الجمهور ( )

_ صاحب المؤسسة ( )

_ ممول المؤسسة ( )

_ أخرى أذكرها.....

24_ هل تلعب المؤسسة الإعلامية دورا في إنجاح الصحفي؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

25_ ماذا حقق التفتح الإعلامي في المجتمع الجزائري؟

_ احتواء الوضع ( )

_ سلطة مؤثرة على الرأي العام ( )

26_ ماذا حقق التفتح الإعلامي للصحفي الجزائري؟

_ وظائف عادية شكلية ( )

_ مصلحة فئة دون الأخرى ( )

_ ترقيات وعلاوات ( )

المحور الثالث: الفرضية الثانية

27_ ما هي أكثر الجوانب التي يجب أن يراعيها الصحفيون عند نشر الأخبار؟

_ الموضوعية ( )

_ حماية قيم المجتمع ( )

_ تدعيم سياسة الدولة ( )

28_ إذا كان لديك مادة إخبارية مهمة، ويتعذر نشرها في المؤسسة التي تعمل بها ماذا تفعل؟

_ أمتنع من البداية ( )

_ أقدمها للمؤسسة وأحاول نشرها ( )

_ أبلغ بها زميل في مؤسسة أخرى ( )

_ أخرى تذكر.....

29_ هل تتعرض المؤسسة إلى تضييق من قبل الممول؟

_ نعم ( ) _ لا ( ) _ لا أدري ( )

30_ في حالة الإجابة ب" نعم" ما هي مظاهر التضييق؟

_ تضييق اقتصادي ( )

_ تشديد الرقابة ( )

_ التهديد ضد الصحفيين ( )

_ أخرى أذكرها.....

31_ هل سبق وأن تعرضت إلى مضايقات أثناء تأديتك لعملك؟

_ نعم ( ) _لا ( )

_ إذا كانت الإجابة ب " نعم" حدد شكل المضايقات؟.....

32_ ما هي الأطراف المسؤولة عن ذلك؟

_ مالك المؤسسة ( )

_ الممول ( )

_ رئيس التحرير ( )

_ أخرى أذكرها.....

33_ هل ترى أن الإمكانيات المادية للمؤسسة تؤثر على نزاهة وموضوعية الأخبار؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

_ إذا أجبت " بنعم" كيف؟.....

34_ هل ترى ايجابيات في نمط ملكية المؤسسة التي تنتمي إليها؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

35_ إذا كانت الإجابة ب "نعم" كيف ذلك؟

_ حرية التعبير ( )

_ نظام الترقية و الحوافز ( )

_ الإمكانيات التكنولوجية المتطورة ( )

_ الاحترافية ( )

_ أخرى أذكرها.....

36_ هل ترى أن الإمكانيات المادية لدى مؤسستكم كافية لتمويل احتياجات المؤسسة؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

_ إذا كانت الإجابة ب "لا" لماذا؟.....

المحور الرابع: الفرضية الثالثة

37_ ما هي الضغوط التي تؤثر على عملك الصحفي؟

_ الضغط من السلطة ( )

_ الأخلاقيات المهنية ( )

_ قيم المجتمع وتقاليده ( )

_ مصادر المعلومات ( )

_ السياسة التحريرية ( )

38_ هل لمست وجود رقابة مسبقة على المؤسسة الإعلامية التي تنتمي إليها؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

39_ إذا كانت الإجابة ب "نعم" فما هي؟

_ سياسة المؤسسة الإعلامية ( )

_ سلطة الضبط ( )

_ أخرى أذكرها.....

40_ لماذا تمارس المؤسسة الإعلامية ضغوطات على الصحفي؟

_ إمكانية تشكيل وعي الجماهير ( )

_ القدرة على نقد السلطة الحاكمة ( )

_ إيديولوجية القناة وتوجهها ( )

_ أخرى أذكرها.....

41_ هل تعاني من الرقابة من قبل مسؤولك المباشر أثناء تأديتك لمهامك؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

42_ هل تجد صعوبة في الحصول على المعلومة ونقلها إلى الرأي العام؟

_ نعم ( ) _ لا ( )

43_ إذا كانت الإجابة ب"نعم" بين أسباب وجود صعوبة في الوصول إلى مصادر المعلومات؟

_ سيطرة الدولة على المؤسسة ( )

_ عوائق قانونية ( )

_ أخرى أذكرها.....

44_ ما هي أبعاد تأثير الضغوط المهنية على العمل الصحفي؟

_ عرقلة التقدم و التطور في العمل ( )

_ التأثير على العلاقات مع الزملاء ( )

_ أخرى أذكرها.....

45_ ما هي المشاكل التي تواجه الصحفي أثناء قيامه بالعمل الصحفي؟

_ تدني الرواتب ( )

_ قيود حرية التعبير ( )

_ الافتقار إلى الحرفية والمهنية ( )

_ الوساطة و المحسوبية ( )

_أخرى أذكرها.....

46_ هل ترى أن الضغوط التي يفرضها رؤساء التحرير على الصحفيين؟

_ محدودة ( ) _ محدودة جدا ( ) _ كثيرة ( ) _ كثيرة جدا ( )

47_ ما هي القضايا التي تمارس فيها المؤسسة أكثر ضغوطا على الصحفيين؟

_ القضايا الاجتماعية ( )

_ القضايا الاقتصادية ( )

_ القضايا السياسية ( )

_ لماذا؟ .....

48_ حسب رأيك من الذي يمكنه أن ينقص من فاعلية أدائك؟

_ سياسة المؤسسة ( )

_ المسؤول المباشر ( )

_ أخرى أذكرها .....