



**Dr. Anwar Ibrahim Abd Al-Zobaei**

**E-Mail :**  
[anwarabd731@gmail.com](mailto:anwarabd731@gmail.com)

**Phone Number :**  
**07901881862**

**Iraqi Ministry of Education -  
Anbar Governorate Education  
Directorate.**

**Keywords:**

- Ethics of media practices.
- advanced technology.
- media institutions.

## **ARTICLE INFO**

***Article history:***

Received : 3 / 10 /2022

Accepted : 15 / 12 /2022

Available Online : 3 / 1 /2022

## **THE PROBLEM OF COMMITMENT TO AN ETHICS OF MEDIA PRACTICES IN THE PERIOD OF FREE MEDIA SPACE AND ADVANCED TECHNOLOGY FOR MEDIA INSTITUTIONS IN THE ARAB WORLD. ( A FIELD STUDY) A B S T R A C T**

The aim of the research is to identify the problem of commitment to the ethics of media practices in the age of free media space and advanced technology for media institutions in the Arab world. The research has been using the descriptive analytical style, and we got these results: The first rank was (extent of the journalists' commitment with media ethics and the second was (how the Arab media institutions pursue dealing with sources of information) with mean 3.66 and a standard deviation of 1.49. and the third rank was (ethical media principles that can be adopted as ethical rules for Arab media institutions) with mean of 3.64 and a standard deviation of 1.22.

© 2021 M.S.A.R, College of Media | The Iraqia University

إشكالية الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية  
في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة  
للمؤسسات الاعلامية في العالم العربي.  
(دراسة ميدانية)

### المستخلص

سعى البحث في الكشف عن إشكالية الالتزام  
بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء  
الاعلام الحر والتقنية المتقدمة للمؤسسات الاعلامية  
في عالمنا العربي. مع محاولة معرفة الكيفية التي  
تنتهجها المؤسسات الاعلامية العربية في التعامل مع  
موارد المعلومات، ومدى التزام الصحفيون العاملون  
في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ  
الاخلاقية الاعلامية وما هي القيم الأخلاقية التي يمكن  
اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية .

استخدمت الطريقة الوصفية في الالية العامة  
لإطار البحث، من خلال بناء فقرات مناسبة للدراسة  
عن طريق استبانة تقوم بجمع معلومات البحث  
وبياناته بواسطة استعمال عينة الصدفة المتوفرة  
المتكونة من ١٢٨ فرداً من الأساتذة التدريسين في  
الجامعات العربية.

© 2021 مسار، الجامعة العراقية | كلية الاعلام ،

د. أنور إبراهيم عبد الزوبعي

الإيميل :

[anwarabd731@gmail.com](mailto:anwarabd731@gmail.com)

رقم الهاتف :

٠٧٩٠١٨٨١٨٦٢

عنوان عمل الباحث:

وزارة التربية العراقية – مديرية  
تربية محافظة الانبار

الكلمات المفتاحية:

- اخلاقيات الممارسة  
الإعلامية.
- التقنية المتقدمة.
- المؤسسات الإعلامية.

معلومات البحث

تاريخ البحث :

الاستلام : ٣ / ١٠ / ٢٠٢٢

القبول : ١٥ / ١٢ / ٢٠٢٢

التوفر على الانترنت: ٣ / ١ / ٢٠٢٢

المقدمة : لقد بات واضحاً انحدار مستوى الإعلام العربي مهنيّاً وأخلاقياً للدرجة التي تحول فيها إلى  
أداة للهدم وليس أداة البناء، فلم يعد هناك مقياساً او معياراً واضحاً يحكم مستوى الأداء، فقد اضحت

الأخلاق متدنية لدرجة غير مسبوقة الأمر الذي لمسها القاضي والداني بكل وضوح، فلم يعد يبالي الناس بمحتوى الصحف والمضامين الإعلامية التي تنشرها مؤسسات ومراكز الاعلام كثيراً لأنه يعلم مسبقاً أنها مادة صحفية أو إعلامية تفنقر إلى شرف المهنة. فلم يعد يسرف وقته فيما لا ينفعه. واتجه إلى إعلام بديل يحرره بنفسه ويخاطب به نفسه، وهذا أمر خطير حينما يصبح بمن يقع على عاتقهم مسؤولية تصحيح الأخطاء في المجتمع وتحقيق العدالة للمظلومين واحقاق الحق ونشر الفضيلة ومقاومة اللامثالية والنهوض بمستوى الكلمة سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة بان يتحولوا هم إلى ادوات تهدم الأخلاق في المجتمع.

فقد ترسخ في الازهان منذ زمن بعيد أن هناك موثيقاً للشرف يلتزم بها الصحفيون والإعلاميون تماماً مثل موثيق الشرف التي يلتزم بها ممارسو مهنة الطب والتمريض والهندسة والتعليم وغيرها، فبدون تلك الموثيق الأخلاقية تفقد المهن شرفها واحترامها بين جمهورها. فالإعلامي صار اليوم يتحدث بالساعات المتواصلة ولا يدرك من أمره شيئاً يخطط الأمور مع بعضها البعض. فأكثر كلامه لبث الكراهية بين افراد المجتمع الواحد والشعوب وفئاته، وهناك من يحرض على العنف والقتل ومحاولة تهميش واقصاء الاخر الذي لا يتوافق مع آرائه وافكاره. وهذا اخر يقوم بالهجوم على الناس عشوائياً بدون حجج او ذرائع مقنعة. وهناك من الصحفيين يكتب مقالته الأسبوعية يبيع فيها المنتجات او الخدمات التي تتاجر فيها شركة ما، فهو يقوم بخلط بين الخبر والإعلان ولا يعتقد أن الجمهور أو على الأقل قطاعاً منه يشمئز من هذا المسلك اللاأخلاقي، وغيرها من الصحف التي تستعمل طريقة السخرية لغرض خدمة مؤسسة معينة تقوم بدفع مبالغ مالية أكثر لها، وهناك صحفي اخر يقوم بالهجوم على مؤسسة ما لأنها لم تدفع له ما كان يتوقعه.

وذلك لا يقل خطورة من ان هناك اعلاما اخرأ سواء كان مطبوعاً او تلفزيونياً ليس فيه أدني معاني الدقة، متسابقاً خلف السبق الصحفي الذي تبغاه المؤسسة على حساب الحقيقة، وغير ذلك من

يقوم باستضافة شخصية واحدة فقط لمناقشة قضية قيد الجدل تستوجب حضور كل الاطراف لغرض مناقشتها لخلق حالة توازن وانصاف للجمهور ليعرف الحق من الباطل.

## المبحث الأول: منهجية البحث

اولاً: اشكالية البحث وتساؤلاته:

ويمكن تجسيد المشكلة في موقف يعتره الشك او قضية اختلفت فيها وجهات النظر أو مفهوم يحتاج إلى البحث والدراسة العلمية للوقوف على مقدماتها ودراسة الحقائق والمعلومات التي تساهم في إزالة الشك والغموض أو التساؤل التي يحيط بالقضية أو الموقف ومن ثم الوصول إلى تفسيرات علمية تضع موضوع الدراسة في الإطار السليم.<sup>(١)</sup>

وتكمن مشكلة البحث الحالية في الإحاطة بسؤال مهم وهو: ما هي انعكاسات التقنية المتقدمة وفضاء الاعلام الحر على المؤسسات الاعلامية العربية في مجال الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية؟

وتشرع الإشكالية الحالية البحث في السعي للجواب على الأسئلة التالية:

١- ما مدى التزام مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بشرف المهنة الاعلامية ومسؤوليتها نحو المجتمع في ظل اعلام حر وتكنولوجيا متقدمة؟

٢- ما الصيغة التي تتبعها مؤسسات ومراكز الاعلام العربية في التعامل مع مصادر المعلومات بموجب ميثاق الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية؟

---

(١) وجيه محبوب، البحث العلمي ومناهجه، (بغداد: الكتب للطباعة والنشر، ٢٠٠٢)، ص ٦١.

٣- ما مقدار التزام الصحفيون العاملون في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ الاخلاقية الاعلامية في ظل اعلام حر وتقنية متقدمة؟

٤- ما القيم الأخلاقية التي يمكن اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية مناسبة في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية حسب رأي افراد العينة؟

٥- هل هناك فروقات احصائية في درجة التزام مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة في العالم العربي تنسب لمتغيرات الدراسة الديمغرافية (نوع المستجوبين الاجتماعي، جامعتهم، مؤهلاتهم العلمية، فترة عملهم).

**أولاً: أهمية البحث.**

١. تأتي أهمية هذا البحث نتيجة ندرة الابحاث الخاصة بهذا الموضوع وقلة المهتمين من الباحثين في الكتابة والاستطلاع عن أخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة.

٢. هذه الدراسة تعتبر مشاركة في تحسين معلومات اضافية للمختصين والباحثين في إدراك وفهم أخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر الاعلام الحر والتكنولوجية المتقدمة.

٣. ان البحث يكسب اهميته لدوره في التعرف على أخلاقيات الممارسات الإعلامية في المؤسسات الاعلامية العربية في زمن الاعلام الحر والتقنية المتقدمة ومحاولة اثناء المكتبة العربية لمزيد من هذه البحوث.

**ثانياً: أهداف البحث.**

١- التعرف على مدى التزام المؤسسات الاعلامية العربية بشرف المهنة الاعلامية ومسئوليتها نحو المجتمع في ظل اعلام حر وتكنولوجيا متقدمة.

٢- تبيان الصيغة التي تتبعها مؤسسات ومراكز الاعلام العربية في التعامل مع مصادر المعلومات بموجب ميثاق الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية.

٣- تحديد مقدار التزام الصحفيون العاملون في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ الاخلاقية الاعلامية في ظل اعلام حر وتقنية متقدمة.

٤- رصد القيم الأخلاقية التي يمكن اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية مناسبة في المؤسسات الاعلامية العربية حسب رأي افراد العينة.

٦- ملاحظة الفروق الاحصائية في درجة التزام مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة في العالم العربي تنسب لمتغيرات الدراسة الديمغرافية (نوع المستجوبين الاجتماعي، جامعتهم، مؤهلاتهم العلمية، فترة عملهم).

### ثالثاً: حدود ومجالات البحث.

شملت حدود البحث الآتي: -

#### أ- المجال المكاني:

تم تطبيق هذه الدراسة على اساتذة الاعلام في الجامعات العربية. حيث تمثل مجتمع وعينة البحث المستهدف بأساتذة الاعلام في (الجامعات العراقية والجامعات الاردنية والجامعات اللبنانية والجامعات السورية والجامعة الاماراتية) الاساتذة في الجامعات العراقية.

#### ب- المجال الزمني:

انجزت هذه الدراسة من ١٥/٩/٢٠٢١ لغاية ٣١/١٠/٢٠٢١.

#### ت- المجال البشري:

تحددت هذه الدراسة على اساتذة الاعلام في الجامعات العربية. اذ تم توزيع ١٤٠ استمارة الكترونية بطريقة العينة العشوائية المتاحة واستردت منها ١٢٨ مفردة صالحة للتحليل الاحصائي.

#### رابعاً: نوع البحث ومنهجه وادواته.

تم استخدام اسلوب الوصف التحليلي للإفصاح عن إشكالية الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة للمؤسسات الاعلامية في العالم العربي، وتم انتهاز طريقتين لتغذية البحث بالمصادر أولها مصادر أساسية تهتم بمعالجة البيانات وجمعها ومن ثم تحليلها وايضاها، ثم مصدر اخر إضافي مكمل يكمن في المراجع والكتب والأبحاث والدراسات القريبة من البحث او التي تصب في نفس موضوعه.

#### خامساً: مجتمع وعينة البحث.

يندرج مجتمع بحثنا هذا من أساتذة الاعلام في الجامعات العربية، اذ تمت طريقة الاختيار من خلال عينة الصدفة، بعدم وزعت استمارات الكترونية على الاساتذة في (الجامعات العراقية والجامعات الاردنية والجامعات اللبنانية والجامعات السورية والجامعة الاماراتية)، واستجاب لها 128 شخصاً استطاع الباحث تحليلها وتفسيرها.

#### خامساً: أدوات البحث:

##### الاستبيان.

تعتبر الاستبانة احدى الأدوات البحثية العلمية الملائمة التي اعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالدراسة، وقد قام الباحث ببناء الاستمارة متضمنة عدد من الأسئلة المفتوحة والأسئلة المغلقة طبقاً لأهداف الدراسة ومشكلتها، وتضمنت الاستمارة على عدد من المحاور التي يشتمل كل محور منها على مجموعة من المتغيرات تم تحليلها ومعالجتها.

#### سادساً: الوسائل الإحصائية المعتمدة في البحث.

استعمل الباحث الوسائل الإحصائية المناسبة في البحث والتي تلائم البحث وطبيعة أهدافه فبعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية، تم ترميز البيانات في الاستمارة وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية بالاستعانة بالبرنامج الإحصائي الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وكما يلي:

- ❖ **الوسط الحسابي:** من خلال جمع كل القيم وقسمتها على العدد الكلي.
  - ❖ **مقياس التشتت:** لغرض قياس مقدار التبعثر الإحصائي لمجموع القيم الموجودة.
  - ❖ **معامل ارتباط بيرسون:** العلاقة بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية.
- سابعاً: مصطلحات البحث.

#### (١) أخلاقيات الاعلام:

هي قضايا المبادئ والقيم الأخلاقية التي تطبق على السلوك، والأدوار، ومحتوى وسائل الإعلام، ولا سيما أخلاقيات مهنة الصحافة والأخلاق الإعلامية بالإضافة إلى ذلك مجال الدراسات المقصودة لهذا الموضوع، وفيما يخص بالتغطية الإعلامية، التي تتضمن امور مثل: الموضوعية الحياد، الاتزان. او انها مستند يبين المستويات الأخلاقية والسلوكية المتخصصة، التي ينتهجها أعضاء المؤسسة او الجمعية الواحدة.<sup>(١)</sup>

#### (٢) التقنية.

وتعرف التقنية بأنها (ذلك العلم التطبيقي الصناعي الذي يتم تحصيله بواسطة الأجهزة العلمية، وهي تدل في الأصل على مختلف طرائق المعالجة العلمية في الفنون عموماً وفي البحث العلمي على وجه الخصوص).<sup>(٢)</sup>

#### (٣) المؤسسات الاعلامية.

---

(١) بسام عبد الرحمن مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢)، ص ٦٣.  
(٢) عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة: دار قباء للطباعة، ص ١٩.

عبارة عن مؤسسة او هيئة او مركز يكون مجال عملها اعلامي بمجالاته المختلفة، ويكمن الدور الرئيسي لها في نشر التوعية الثقافية والمعلوماتية والايخبار بكافة أنواعها اما، وتقوم تلك المؤسسات بتعيين مجموعة من القدرات البشرية الكفؤة لغرض تحقيق نتائج جيدة في عملها.<sup>(١)</sup>

#### ٤) الاعلام الحر:

ويتضمن كل تقنيات المعلومات والاتصال الرقمي التي ولدت عملية سهلة في نشر المعلومات وتبادلها من خلال منظومة الانترنت او بدونها، وخلق جو تقاعلي بين افراد المجتمع في أي مكان وفي أي زمان.

### المبحث الثاني: نظرية البحث نظرية المسؤولية الاجتماعية.

ما زال مفهوم هذه النظرية يحيط به بعض الغموض وخضع لتفسيرات متعددة كانت بمثابة مراحل متدرجة في تطوره ، فهي تبدأ من مرحلة إدراك الفرد لمتطلبات المجتمع الذي يعيش فيه وصولاً إلى مرحلة ممارسة تلك المسؤولية كل حسب الموقع الذي يعمل فيه وبأنماط سلوكية مختلفة تتجسد من خلالها التزامات الفرد الذاتية والفعلية اتجاه الجماعة التي يعود إليها، ولا تحدد المسؤولية الاجتماعية الواجبات التي يُسأل عليها كل فرد فحسب، بل تحدد الأشخاص الذين يكون الفرد مسؤولاً أمامهم وعنهم في القيام بهذه الواجبات.<sup>(٢)</sup>

وقد أتت هذه النظرية لتبيان مسؤولية الاعلام والصحافة وتعيين ضوابط لها بأسلوب يخدم جمهور الاعلام، وكذلك في تطوير وتنمية المجتمع، على أساس ان المصلحة العامة للمجتمع تعد من الأوليات التي يجب مراعاتها من قبل الصحفيين والإعلاميين.<sup>(٣)</sup>

وتأتي أهمية هذه النظرية نظراً لمجموعة من العوامل:<sup>(٤)</sup>

---

(١) علي طاهر و إسحاق مبارك، الإدارة والتطوير في الإذاعة والتلفزيون، (القاهرة: دار العلوم للنشر، ٢٠١٠)، ص١٠٦.  
(٢) دوروين كاترين ترجم بواسطة محمد طلعت، تنظيم وقيادة الجماعات، (القاهرة: مطبعة عيسى، ١٩٦٥)، ص١٥.  
(٣) محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ( القاهرة: الدار المصرية للطباعة، ٢٠٠٣)، ص١٧.  
(٤) طاهر محسن الغالبي وصالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، ط٢، (عمان: دار وائل للنشر والطباعة، ٢٠١٠)، ص٩٧.

- انها تهتم بالبنية الاجتماعية التي تحيط بالمجتمع وتعتني بها خلال مزاوله الاعمال الإعلامية.
- ان لا ينحصر العمل الإعلامي لغرض تحقيق الأرباح فحسب، بل ضرورة التأكيد على الجانب الأخلاقي في مزاوله العمل.
- تؤكد على ضرورة تطوير المجتمع والنهوض به بشكل عام.
- تؤكد على الالتزام بمجموعة من الأسس والمعايير منها، الصدق والموضوعية والدقة والمحافظة على التوعية الثقافية للمجتمع.

ولتك النظرية مجموعة ركائز اهمها: (1)

#### ١- العناية والاهتمام.

والتي تعني ارتباط الفرد او الصحافي بالجماعة التي ينتمي اليها وحرصه على الماسك وتحقيق الأهداف والتقدم لتك الجماعة.

#### ٢- الادراك والفهم.

ويشمل الفهم العام للجماعة في وضعها الراهن وكذلك فهم البيئة التي تحيط بها، بالإضافة الى معرفة السلوكيات والافعال التي يقوم بها الفرد وينتهجها وفهم النتائج المتمخضة عنه وما هي العواقب التي ستؤول لها.

#### ٣- الشراكة والتعاون.

---

(1) محمد حسام الدين، مصدر سابق، ص ٦٠.

- ويقصد بها قبول الافراد للجزور الجماعي الذي يؤدونه في مجتمعهم بمعزل عن النزاعات.
- وبالإمكان ان نقسم المسؤولية الاجتماعية للصحافيين والإعلاميين الذين يعملون في الوسائل الاعلامي كالآتي:<sup>(١)</sup>
- أ. مسؤولية الصحافي والإعلامي إزاء عامة المجتمع: وتأتي من خلال توفير المعلومات والعمل على عدم تسبب الضرر للآخرين.
- ب. مسؤولية الصحافي والإعلامي إزاء عامة المجتمع الذي ينتمي اليه: وتأتي من خلال الثقة المتبادلة للأفراد ومجتمعهم الذي ينتمون اليه.
- ت. مسؤولية الصحافي والإعلامي إزاء شخصه: وتأتي من خلال المصداقية والأمانة والحرص بما ينسجم مع المصلحة العامة للمجتمع.
- ويحدد البعض من الباحثين، عوامل ساهمت في نشوء نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومنها:<sup>(٢)</sup>
- دور ثورة تكنولوجية الاتصال والإعلام، في تغيير الكثير من معالم الحياة.
  - النقد المرير الموجه للصحافة الغربية ووسائل الإعلام المختلفة، التي تحولت إلى عنصر ضغط على الحكومات، بعد تنامي احتكاراتها وتوسع حجمها، وازدياد أهميتها
  - الجو الفكري الجديد، الذي وضع حرية الصحافة، تحت المجهر وراجع آثار هذه الحرية، وخطورة انفلاتها.
  - إرساء قواعد مهنة الصحافة وبلورة تقاليدها المهنية والأخلاقية، والحاجة إلى أخلاقيات إعلامية تصون هذه المهنة وتحمي قيم المجتمع.

---

(١) محمد حسام الدين، المصدر نفسه، ص ٦٨.

(٢) كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والاعلام، ط ٢، عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ٢٠١٤، ص ٣٤.

ويرى اصحاب النظرية ان وسائل الاعلام والصحافة يجب ان يكون عملها طبقاً العقلانية المجتمعية على أساس مجموعة من المعايير والالتزامات المهنية في عملية إيصال المعلومات ونقلها بدقة وموضوعية وتوازن وغيرها من الأمور الضرورية على مبدأ انها أحد أدوات البناء لا أداة للهدم. بالإضافة الى تلافي العنف والجرائم والفوضوية في المجتمع.

### مجالات استفادة البحث من نظرية المسؤولية الاجتماعية.

ويستفيد البحث من هذه النظرية في امكانية توظيف المبادئ الاساسية منها، وذلك لارتباطها الوثيق بموضوع البحث، حيث اجتاحت التقنية المتقدمة كل مناحي الحياة، ومن ضمنها مجالات الصحافة والاعلام، مما يؤكد ربط موضوع البحث بنظرية المسؤولية الاجتماعية بما تحويه من مسؤوليات كثيرة تجاه المجتمع ومكوناته، وامكانية قدرتها على ايصال الرسالة الاعلامية بدرجة كبيرة من الحرية مقترنة بشكل اساس بالمسؤولية.

### البحث الثالث: الإطار النظري للبحث.

#### اولاً: اخلاقيات الاعلام.

تعد اخلاقيات الإعلام هي إحدى الموضوعات الشائكة التي تواجهها وسائل الإعلام المعاصر في عالم متغير في قيمه وأخلاقه وتوجهاته، في وقت تضيق فيه الآفاق أمام الإعلاميين في الوطن العربي والعالم الثالث وحققهم فني الوصول إلى المعلومات ومصادرها، بالإضافة إلى إشكالية مدى التزام الإعلاميين بأخلاقيات مهنتهم. فإن الهدف من وسائل الإعلام هو تدعيم الديمقراطية وليس نشر الفوضى في البلاد وهذه المسؤولية تحتاج إلى قدر من التوازن حتى لا يضيع حق أحد الأطراف على حق الطرف الآخر.

ويظل الإعلام وسيلة أساسية ومهمة في المجتمع، لما له من دور في توجه الافراد وتنقيفهم. ولأن الإعلام بوسائله المختلفة والمتنوعة يعبر عن احتياجات المجتمع وأفراده، فيستخدم لخدمة المجتمع، ويلعب دور هام في عملية التفاعل القائم بين الفرد والمحيط الاجتماعي لذا لا بد من وجود إعلام مسؤول أخلاقياً لأنه يعد حلقة الوصل بثين افراد المجتمع.

فمن خلال ملاحظتنا ومتابعتنا للإعلام بكافة أنواعه السمعي والمرئي والمقروء في العالم العربي توصلنا إلى قناعة مؤيدة بمجموعة من الدراسات العلمية بأن هناك انتهاك واضح وصريح لأخلاقيات الصحافة والإعلام غير أن هذا الانتهاك له عدد من الانعكاسات السلبية على المجتمع وأخلاقيات أفرادها وعلى عالم السياسة والاقتصاد والمال فضلا عن إساءته إلى مصداقية الوسيلة الإعلامية حيث أنها تفقد مصداقيتها مما يؤدي يوم بعد يوم إلى انخفاض ثقة الجمهور بها ويبحث عن مصدر آخر للمعلومات وللآراء الحرة وبذلك ينخفض الإقبال عليها مما يهدد فيما بعد كيان المؤسسة بأكملها.<sup>(١)</sup>

### ثانياً: تطور مفهوم أخلاقيات الإعلام:

كانت الصحافة هي الوسيلة الأولى التي أدركت المعوقات التي تعيقها عن القيام بدورها، وكما أنها انتهت على جميع المصاعب التي قد تؤثر على الصحفي أثناء نقله للواقع بأمانة. حيث بدأ موضوع الأخلاق يطرح نفسه بقوة في فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية كضرورة للحفاظ على موقع المهنة ودورها، وكان ذلك في بداية النصف من القرن التاسع عشر ومع مطلع القرن العشرين. ففي تلك الدول ظهرت أولى التشريعات المكتوبة حول أخلاقيات المهنة، ومن تلك التشريعات: ضرورة إعلان واجبات الصحفيين، وأخرى تعني الناشرين، ومدراء المؤسسات. وجاء ذلك في إعلان جمعية صحافيين أمريكيين عام ١٩١٠ وغيرها، إلى أن نال موضوع الأخلاق الإعلامية الاهتمام الكبير بين الحربين العالميتين الأولى والثانية. حيث تجدر الإشارة إلى أنه في تلك المرحلة قد قامت الأنظمة السياسية في أوروبا بخوض حرب إعلامية فيما بينها وكانت وسائل الإعلام هي الأداة المستخدمة من قبل السلطات للترويج عن فكر ما والتصدي للقضايا والجهات المعادية بمعنى آخر كانت هي أداة الحرب النفسية وامتداد للسلح العسكري حتى في الدول الديمقراطية.

وهكذا بدأت التشريعات والمواثيق الأخلاقية تظهر في مطلع القرن العشرين وتطور ذلك مواكبةً لتطور المهنة وتبعثاً للتغيير الاجتماعي الذي يؤثر فيها ومثمن ثم انتقلت هذه التشريعات والمواثيق الأخلاقية نحو العالمية وكثان ذلك في إعلان ميونخ في ١٩٧١ والمعروف بـ "إعلان وواجبات الصحفيين وحقوقهم".<sup>(٢)</sup>

(١) حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١١)، ص ١٨.  
(٢) جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، (بيروت: مؤسسة مهارات للنشر، ٢٠٠٨)، ص ٣٨.

وتوجد حوالي ٥٠ دولة فقط من بين ٢٠٠ دولة في العالم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري المبني على موثيق لأخلاقيات المهنة التي تؤثر بشكل فعال وجيد على القائمين على عملية الاتصال او حماية التدفق الاعلامي الحر. وتم اصدار هذه الموافق اما بطريقه اختياريه من خلال قيام المنظمات المهنية بإصدارها او قامت بإصدارها مجالس الصحافة التي تم انشاؤها عن طريق تنظيم ذاتي لمهنة الصحافة ويشترك فيها الصحفيون، او تم وضعها بطريقه ثانيه وهي فرض هذه الموافق من خارج مهنة الصحافة اما عن طريق السلطة وعن طريق مجلس الصحافة الذي تشكله السلطة ويفرضه القانون وغالبا ما يتضمن هذا الميثاق على إنزال الصحفيين بعدد من المبادئ التي تهدف الى حماية السلطة من النقد وهذه ليست وظيفة موثيق الشرف.<sup>(١)</sup>

ويجدر بنا الإشارة الى ان هناك العديد من الاخلاقيات الإعلامية التي تتفق عليها جميع المؤسسات الإعلامية والتي اوردتها الموثيق الإعلامية الموجودة في الجمعيات والمؤسسات المتعلقة بالعمل الاعلامي في جميع انحاء العالم ويمكن تلخيص اهم الاخلاقيات الإعلامية فيما يلي:<sup>(٢)</sup>

١- المصادقية: هو الية التعامل مع المعلومات الاعلامية، فالحقيقة والواقعية هي العجلة الاعلامية. وبلوغ الحقيقة لا يكون من خلال الطرق الملتوية والمشوهة التي تخدش مصداقيتها وواقعتها بل من خلال طرق سليمة وصحيحة تحتاج الى جهد ومشقة.

٢- النزاهة: اي تقديم الاخبار والمعلومات ممنوع من الحيادية والابتعاد عن خلط الاشياء مثل المزج بين التعلق والخبر او الخلط بين المصلحة الخاصة والعامة، والشفافية وعدم الاذعان لأي مؤثرات داخلية او رصد رقابي خارجي.

٣- اجلال كرامة الانسان: وتعني تقديم الاخبار بأسلوب لا يمس كرامة الفرد او المجتمع (ثقافة او جماعة او دين) او فريده (اسم صوره لشخص دون اذنه) ويتطلب ذلك استعمال الوسائل القانونية الصحيحة للحصول على المعلومات بدون استخدام اساليب التوريط والخداع او الابتزاز.

(١) عبد الرزاق الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، ط١ (بيروت: مطبعة رشاد بريس، ٢٠١٥)، ص١٧.

(٢) بسام عبد الرحمن مشاقبة، مصدر سابق، ص١٨٢.

٤- العدالة: وهي ان المواطنين متكافئون في حقوقهم وواجباتهم بالإضافة الى تكافؤهم امام الوسائل الاعلامية وهذا يعني ان الوسائل الإعلامية تعبر عن كل افراد المجتمع والفئات ولا تقوم بترجيح فئة على فئة اخرى.

٥- المسؤولية: يكون على الصحفي او الاعلامي تحمل مسؤولية الاخبار التي يعرضها والتحقق من مصادر تلك الاخبار والالتزام بالدقة في معالجه الخبر.

ويمكن ذكر بعض بنود موثيق الشرف الصحفي والاعلامي وكما يلي:<sup>(١)</sup>

١- ان يلتزم الصحفي ببذل اقصى جهدا لتقديم الواقع مجردا وشفافا وخاليا من الميول والاتجاهات سواء كانت سياسية او اقتصاديه او ايدلوجية بحيث لا يكون هناك تلوين في الاخبار والمعلومات او استخدام لغة مثيره او اساليب يكون فيها نوع من التهويل او اي اساليب اخرى تؤثر سلبا على نزاهة العمل الصحفي او الاعلامي.

٢- التعامل مع القراء والمستمعين والمشاهدين والمتابعين طبقا لا على درجة ممكنة من العدالة والنزاهة والأمانة والمصادقية لتقديم الحقيقة مجردة كامله من غير اي تحيز ولا يكون هناك اي انحياز لاحد الجوانب.

٣- تقديم الاخبار والتحليلات في إطار سياق متكامل من كل الجوانب يسمح ببناء رؤية موضوعيه وواقعيه لا تنقصها اي معلومة ولا تبعد عن الحقائق والمعلومات لتمكن الراي العام من المشاركة في بناء الوطن ونهضته، ويعتمد على فهم ادق ما يحيط به من احداث سواء كان داخلية او خارجيه ووعي بالفرص والتهديدات والعراقيل التي تفرزها البيئة المحلية والدولية على حد سواء.

ويمكن تحديد اهداف موثيق الشرف الصحفي وكما يلي:

١- مواجهة ازمة المصادقية في وسائل الاعلام المختلفة.

٢- تطوير جودة المضمون الذي تطرحه الوسائل الاعلامية.

(١) بسبوني حمادة، مشروع ميثاق الشرف المهني والأخلاقي للصحافة والإعلام، تقرير في مؤتمر، مسقط: ٢٠١٣، ص ٣٨.

٣- حماية الجمهور من الاستخدام غير المسؤول الصحافة، وذلك عن طريق استخدام الوسائل الإعلامية بما يسيء للمجتمع واستخدامها لأغراض الدعاية او التضليل الاعلامي.

٤- حماية الصحفيين ومن يعملون كمراسلين من اجبارهم على العمل بطرق ووسائل غير مسؤولة او بطريقة تخالف ما يمليه عليه ضميرهم.

٥- حماية حق الصحافة في تلقي المعلومات من مصدرها الام عدا الامور المتعلقة بالأمن القومي او التي تمس امن الدولة والتي ستمكن الجمهور من معرفه كيف يدار ويحكم المجتمع، كما يمكن للجماهير من استخدام الصحافة لعرض وايضاح آرائهم سواء كان ناقدين او مؤيدين.

بالإضافة الى ان الميثاق الاخلاقي يساهم في تشكيل صورته واضحة عن ممارسه المهنة ويحدد ما يتوقعه من منهم المجتمع وتعزيز الاحساس الداخلي والانتماء المهني والحرص على كرامته وصورته لدى المجتمع.<sup>(١)</sup>

ثالثاً: مواد ميثاق الشرف الإعلامي العربي.

وقد تضمن النص المعدل وفقاً لتوصيات فريق العمل الذي قام بتحديث هذه الوثيقة وتطويرها . والذي انعقد في تونس خلال الفترة من ٢ - ٤/٥/٢٠١٣، الأمانة العامة لجامعة الدول العربية -قطاع الإعلام والاتصال، إدارة الأمانة الفنية لمجلس وزراء الإعلام العرب، لمجموعة من النصوص نذر منها ما يلي:<sup>(٢)</sup>

١. تأكيد المحافظة على هوية الفرد العربي، مع ضرورة المحافظة على خصوصية مجتمعنا العربي.
٢. مواصلة تطوير دور وسائل الإعلام العربي في إثراء شخصية الإنسان العربي والعمل على تكاملها قومياً وإنمائياً فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً.

(١) فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٠، ص ١١٥.  
(٢) موقع الكتروني، ميثاق الشرف الصحفي العربي وبنوده، تمت زيارته بتاريخ ١٠/١٢/٢٠٢٠، وفق رابطة على الموقع التالي:

<https://www.facebook.com/notes/%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84>

٣. تشجيع البرامج الإعلامية التي تهتم بالحفاظ على سلامة اللغة العربية باعتبارها قوام الثقافة العربية ورمز الهوية العربية، والعمل على نشرها.
٤. الاهتمام الإعلامي بالقضايا الأساسية للوطن العربي، وحشد الطاقات والجهود العربية لنصرتها.
٥. الحرص على التضامن العربي في كل ما يقدمه الإعلام العربي للرأي العام، في الداخل والخارج، وتجنب نشر أو عرض أو إذاعة أو بث ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي.
٦. تسليط الأضواء الإعلامية على العمل العربي المشترك باعتباره السبيل الأمثل لتحقيق التكامل العربي في كافة المجالات.
٧. تكثيف الجهود على الساحة الدولية للتعريف بالوطن العربي، وتاريخه وحضارته وتراثه، وإمكانياته البشرية والمادية والمعنوية، وعدالة قضاياها الأساسية.
٨. الالتزام بالأمانة والموضوعية، واحترام كرامة الشعوب والدول وسيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية، والابتعاد عن الحملات الإعلامية التي تهدف إلى زعزعة الصف العربي.
٩. تحري الصدق والالتزام الدقة الالتزام فيما ينشر في اعلامنا العربي بكافة أشكاله من بيانات ومعلومات وأخبار واستقائوها من مصادرها الأساسية.
١٠. مراعاة أصول الحوار وآدابه وبخاصة الذي يعرض أو يذاع أو يبث على الهواء مباشرة.
١١. الحرص على حماية الاحداث والأطفال من خطورة المواد الإعلامية التي تحتوي مجموعة من مشاهد العنف أو انواعا سلوكية غير سليمة لا تتسجم مع قيم المجتمع.
١٢. عرض الصورة الواقعية والموضوعية بشأن المرأة العربية ونهوضها بمسؤولياتها الحياتية.
١٣. الالتزام بحقوق الملكة الفكرية وتوضيح تشريعاتها المختلفة.
١٤. الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي ومراعاة بنيته الأسرية وترابطه الاجتماعي.
١٥. يعتبر ميثاق الشرف الإعلامي وثيقة استرشادية لرصد وتقويم الأداء الإعلامي العربي وفي منح العضوية أو تعليقها أو إلغائها في الاتحادات والمنظمات العربية وما ينبثق عنها من مجالس وهيئات في مجال الإعلام العربي.
١٦. تسري أحكام هذا الميثاق على الإعلام العربي بأشكاله ووسائله كافة، ويعتبر وثيقة من وثائق جامعة الدول العربية.

## رابعاً: تقنيات الاعلام.

عبارة عن مجموعة الوسائل والأدوات او الأساليب المتنوعة التي يتم تجنيدها لغرض التعامل مع المحتويات والمضامين المراد ايصالها من طريقة الاتصال الوسطي او الجمعي او الشخصي او الجماهيري او التنظيمي، وبواسطتها يمكن جمع البيانات والمعلومات المرسومة والمصورة والمسموعة والمكتوبة والمرئية او الرقمية من خلال الحواسيب الالكترونية ومن ثم حفظ هذا المعلومات والبيانات واعادتها في أي وقت، او نقلها وبثها من مكان لآخر ومشاركتها، وقد تكون تلك التقنيات الية او كهربائية او يدوية او رقمية.<sup>(١)</sup>

وتكونت تقنيات الإعلام نتيجة لوجود تقنيات الاتصال وتقنيات المعلومات إذ استفاد العمل الإعلامي من ذلك وانتقل في استخدام التقنيات على عدة مستويات وصولاً إلى استخدام الانترنت، وتمكن الإعلام بواسطة الدمج بين عدة وسائل تكنولوجية من زيادة سرعته في نقل الرسائل الإعلامية في وقتها المحدد والتحديث المستمر لها وزيادة التفاعل بين المرسل والمستقبل.<sup>(٢)</sup> ولتقنيات الاعلام الحديثة خصائص عدة وهي:<sup>(٣)</sup>

١. العمومية: ويقصد بها التوسع والحرية في نقل الرسالة الإعلامية الى فرد واحد او الى جماعات كبيرة عكس الوسائل التقليدية سابقاً بالاقصرار على المجتمع بشكل عام فقط، أي ان هناك نظام تحكمي في إيصال الرسالة.

٢. التفاعل: وتكون تلك الميزة من خلال تشارك الافراد المعلومات ومبادلتها فيما بينهم وبطرق اتصالية متطورة.<sup>(٤)</sup>

٣. اللزمانية: وتعني عملية ارسال وتلقي الرسائل في أوقات ملائمة للأفراد، ولا تحتاج من كل المستخدمين استخدام المنظومة في نفس الوقت، فعلى سبيل المثال في طريقة ارسال ايميل

(١) حسن عماد مكاي ومحمود سليمان علم الدين، تكنولوجيايات المعلومات والاتصال، القاهرة: مركز جامعة القاهرة، ٢٠٠٠، ص٥٩.

(٢) عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣، ص١٠٨.

(٣) محمود علم الدين، تكنولوجيايات المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، القاهرة: مركز جامعة القاهرة، ٢٠٠٠، ص١٧٨.

(٤) عبد الأمير موييت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان: دار الشروق، ٢٠٠٤، ص١٦.

الالكتروني من المرسل الى شخص اخر لا يتوجب وجود الشخص المتلقي للإيميل على النظام،  
وانما بإمكانه فتح الايميل في أي وقت يشاء.<sup>(١)</sup>

٤. الحركية: هناك العديد من رسائل الاتصال إمكانية استخدامها والاستفادة منها في اية مكان

كالهاتف الجوال او هاتف السيارات والطائرات، او هواتف الساعات اليدوية وغيرها.<sup>(٢)</sup>

٥. قابلية التحويل والتوصيل: ونعني بها قدرة وسائل الاعلام والاتصال على نقل وايصال

المعلومات من واسطة الى أخرى، مثل امكانية تبديل الرسائل المسموعة وتحويلها إلى رسائل  
مطبوعة أو عكس ذلك.<sup>(٣)</sup>

٦. الكونية والشبوع والانتشار: ان سياق بيئة الاتصال والاعلام الحديثة دولية عالمية تتجاوز حدود

الأوطان والبلدان المحلية، واختصرت المسافات، وعرضت كثير من المجتمعات الى مخاطر كبيرة  
لغرض كسب ثقافات وتقاليد غريبة.<sup>(٤)</sup>

#### خامساً: مفهوم المؤسسة الاعلامية.

مجموعة القوى البشرية التي تقوم بجهود مجتمعة في مؤسسة ما، ولديهم القدرة على تمشية

الشؤون الإدارية من خلال اتباع نظام اداري هرمي منظم لسياسة المؤسسة، لان الامور التي تتعامل  
معها تخدم جمهور الراي العام طموحاته.

وهناك مجموعة من الخصائص تتميز بها المؤسسة الاعلامية وهي:<sup>(٥)</sup>

١- انها كيان اجتماعي، فيها فريق عمل يتفاعل مع بعضه لتحقيق هدف.

٢- تحقيق هدف المؤسسة لا يكون عشوائياً إنما بناء على تخطيط دقيق.

٣- تمارس الأعمال فيها بشكل مستمر.

(١) السيد بخيت، السيد، الانترنت وسيلة اتصال جديدة، (دبي: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤)، ص ١٨.

(٢) عبد الأمير مويث الفيصل، مصدر سابق، ص ٢٥.

(٣) فاروق حسين، الانترنت الشبكة الدولية للمعلومات، (بيروت: دار الراتب الجامعية، ١٩٩٧)، ص ١١٢.

(٤) السيد بخيت، السيد، مصدر سابق، ص ٢١.

(٥) علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥) ص ٥١.

٤- هنالك تباين بين مؤسسات الاعلام من حيث الانشطة.

٥- تعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف.

سادساً: نمط عمل المؤسسات الإعلامية.

- مؤسسات خاصة بالعمل الصحفي: وتختص بالمواد المقروءة كالمجلات والصحف.
- مؤسسات خاصة بالعمل الاذاعي: وتختص بالمواد السمعية.
- مؤسسات الفضائيات والقنوات التلفزيونية.
- مؤسسات خاصة بالعلاقات العامة.
- مؤسسات خاصة بالنشر عبر الانترنت.
- مؤسسات خاصة بالوسائط المتعددة او الاتصال التفاعلي.<sup>(١)</sup>

سابعاً: أنشطة المؤسسة الإعلامية.

ترتبط أنشطة المؤسسات الاعلامية بالجهد البشري والإنساني بدني او عقلي على حد سواء، وترتبط تلك الأنشطة بأهداف المؤسسة التي تطمح تلك المؤسسة الى إنجازها واكمال على اتم وجه، وتختلف أنشطة المؤسسة باختلاف وسائلها التي تستخدمها، فطبيعة الكتاب يختلف عن المجلة او الجريدة.

وان طبيعة أنشطة المؤسسة تختلف من واحدة الى أخرى وحسب الوظائف التي تؤديها، ونذكر

بعض الأنشطة منها:

- نشاط خاص بالأمور الصحفية: ويقوم به الكتاب والصحفيون والمراسلون والرسامون.
- نشاط خاص بالأمور الصناعية: ويتمثل في بيع المساحات الإعلانية وتوزيع الصحف والمجلات ويتولاها خبراء في التسويق والعلاقات العامة.
- نشاط مالي وإداري: ويتولاها المحاسبون والإداريون.<sup>(٢)</sup>

(١) علي عبد الفتاح كنعان، مصدر سابق، ص ٥٤.

(٢) علي عبد الفتاح كنعان، مصدر سابق، ص ١٢٧.

## المبحث الرابع: الدراسة الميدانية.

أولاً: التوصيف الإحصائي لعوامل البحث الديموغرافية.

١- التقسيم حسب نوع العينة الاجتماعي.

مخطط رقم (١) يبين التقسيم حسب نوع العينة الاجتماعي

نسبهم المئوية	عددهم	جنس العينة الاجتماعي
80%	102	ذكر
20%	26	انثى
١٠٠%	١٢٨	المجموع

يعرض المخطط (١) ان (٨٠.٠%) كانوا ذكوراً، وان (٢٠.٠%) كانوا اناثاً، ويوضح الشكل طغيان نسبة الذكور على الاناث.

٢- التقسيم حسب الجامعة التي ينتمي اليها افراد العينة.

جدول رقم (٢) يبين عينة التقسيم حسب الجامعة التي ينتمي اليها افراد العينة

الترتيب	نسبهم المئوية	عدد الاساتذة	الدولة
١	32%	41	الاساتذة في الجامعات العراقية
٢	29%	37	الاساتذة في الجامعات اللبنانية
٥	6%	8	الاساتذة في الجامعات الاردنية
٣	26%	33	الاساتذة في الجامعات

			السورية
٤	7%	9	الاساتذة في الجامعات الاماراتية
//	100%	١٢٨	المجموع

يعرض المخطط (٢) تقسيم العينة حسب الجامعة، وقد حاز الاساتذة في الجامعات العراقية على أعلى نسبة مئوية من العينة (٣٢%)، اما نسبة الاساتذة في الجامعات اللبنانية كانت النسبة المئوية (٢٩%)، بينما بلغت أساتذة الجامعات الاردنية على (٦%)، ثم اساتذة الجامعات السورية بنسبة (٢٦%)، وأساتذة الجامعات الاماراتية بنسبة (٧%)، ويتبين من الشكل أعلاه ان أعلى نسبة هي للجامعات العراقية.

### ٣- التقسيم حسب مؤهلات العينة العلمية.

مخطط (٣) يبين التقسيم حسب مؤهلات العينة العلمية

نسبتها المئوية	عددتها	الرتبة العلمية
18%	23	ماجستير
82%	105	دكتوراه
١٠٠%	١٢٨	المجموع

يعرض المخطط (٣) ان الفئة التي سادت من حملة الدكتوراه بمقدار (٨٢%)، وان (١٨%) من حملة الماجستير، ويوضح المخطط هيمنة حملة (دكتوراه) على اقرانهم من الماجستير.

### ٤- التقسيم حسب سنوات خبرة العينة.

جدول رقم (٤) توزيع عينة البحث حسب سنوات العمل

النسبة المئوية	العدد	سنوات الخبرة
13%	17	اقل من ١٠ سنوات

18%	23	من ١٠ الى اقل من ٢٠ سنة
49%	63	من ٢٠ الى اقل من ٣٠ سنة
20%	25	من ٣٠ سنة اكثر
١٠٠%	128	المجموع

يعرض المخطط (٤) ان (١٣%) كانت سنين الخبرة لديهم (اقل من ١٠)، وان نسبة (١٨%) (من ١٠ الى اقل من ٢٠)، وان (٤٩%) كانت من (٢٠ الى اقل من ٣٠)، وان (٢٠%) كانت (أكثر من ٣٠)، وفسرت هذه النتيجة الى أسباب تتلخص بكفاءة عمر هذه الفئة لخبرتها العلمية والأكاديمية في التعليم الاكاديمي في الوطن العربي.

ثانياً: تحليل ومناقشة محاور وفقرات الاستبانة.

١- محور البحث الاول: مدى التزام المؤسسات الاعلامية العربية بشرف المهنة الاعلامية

ومسؤوليتها نحو المجتمع في ظل اعلام حر وتكنولوجيا متقدمة حسب راي افراد العينة؟

جدول رقم (٥) يوضح مدى التزام المؤسسات الاعلامية العربية بشرف المهنة الاعلامية

ومسؤوليتها نحو المجتمع في ظل اعلام حر وتكنولوجيا متقدمة حسب راي افراد العينة.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
6	١.٧٧	٣.٨١	لا تلتزم بالدفاع عن حرية الراي والتعبير	١٢	١.١٢	٣.٢٥	تعمل على تحريف المعلومات والأخبار والوثائق والتقارير
١٨	١.٢٣	٢.٩١	تسيء إلى قيم	10	١.٨٣	٣.٥٤	تفتقر الى الأمانة والمصادقية

المجتمع وتقاليد			فيما تنشره				
9	١.١٠	٣.٥٦	ضعف التزامها بنشر قيم الدين والأخلاق للمجتمع	٣	1.71	3.92	لا تعتمد على الدقة والموضوعية فيما تنشره
١٥	١.٧٥	٣.١٥	تعزز الوحدة الوطنية	١٧	١.٩٠	٢.٩٥	تعتمد أسلوب الخداع والتضليل فيما تنشره
٢٠	١.٩٢	٢.٨٥	تعرض على العنف والجرائم	١٦	١.١٦	٣.٠٦	تساهم بتحقيق التماسك الاجتماعي في المجتمع
١٣	١.١٠	٣.٢٥	تسهم في توضيح قيم المواطنة للمجتمع	٤	1.71	3.92	تلتزم بعدم نشر النعرات العنصرية والطائفية
8	١.٨٠	٣.٥٩	تسهم في رفع مستوى الوعي السياسي لأفراد المجتمع.	١٤	١.١٥	٣.١٦	تسهم في تكريس قيم الديمقراطية في المجتمع.
7	١.١٥	٣.٦٥	تنفذ سياسات واجندة خارجية.	11	١.٦١	٣.٢٧	تسهم في تعزيز ثقافة المجتمع ومعارفه.
٢	١.٧٨	٤.٣٥	تسهم في تغيير الاتجاهات السياسية للمجتمع.	١٩	١.٢٢	٢.٨٦	تسهم بنشر الدعاية والشائعات.

١	1.52	4.48	تبتعد عن المسؤولية الاجتماعية في طرح القضايا.	5	1.75	3.86	لا تفعل سلطة الرقابة المجتمعية.
3.46				المتوسط الحسابي العام		مجموع الفقرات	
١.٥١				الانحراف المعياري العام			

يعرض الجدول (٥) جانب محور (مدى التزام المؤسسات الاعلامية العربية بشرف المهنة الاعلامية ومسئوليتها نحو المجتمع في ظل اعلام حر وتكنولوجيا متقدمة)، اذ تراوحت في متوسطها الحسابي بين (2.85-4.48)، وجاءت الفقرات كما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة العشرون (تبتعد عن المسؤولية الاجتماعية في طرح القضايا) بالدرجة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (٤.٤٨)، ويعني ذلك ان هناك إقرار جيد على هذه الفقرة لإفراد العينة. وهذه الحصيلة توضح ضعف مهام ووظائف المؤسسات الإعلامية العربية بمختلف أشكالها، وقلة النشاط في قيمها ومعاييرها المهنية في الالتزام بالموضوعية والحيادية والتوازن والدقة والشمول، مع نقص في تنظيم نفسها بنفسها، وشبه غياب في رسالتها الوظيفية التعليمية والتثقيفية والاقتصادية في بيئة تطورات تكنولوجية خلقت فضاء مفتوح وحر بكل ما تعنيه الكلمة.
- المتوسط الحسابي للفقرة الثالثة (تحرض على العنف والجرائم) بالدرجة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٢.٨٥)، وهذا يعني ان هناك حياد على هذه الفقرة من قبل افراد العينة. أي ان افراد العينة يرون ان هذه الفقرة من الفقرات التي تكاد تكون معدومة في الرسالة الإعلامية للمؤسسات العربية حسب راي افراد العينة، وهي تعد فقرة إيجابية للمؤسسات الإعلامية العربية في خلوها لمثل هذه المواد التي تخلق جو متوتر ومشحون بالفوضى والاضطراب، وهناك امثلة واضحة لبعض القنوات

المؤسسات الإعلامية العربية التي اجبت احداث الربيع العربي عام ٢٠١١. ووجهت اليها أصابع الاتهام والتي أطاحت ببعض نظم الحكم العربية وتوالت بعدها الى فترة ليست بالبعيدة. وعلى وجه العموم ان محور (مدى التزام المؤسسات الاعلامية العربية بشرف المهنة الاعلامية ومسئوليتها نحو المجتمع في ظل اعلام حر وتكنولوجيا متقدمة حسب راي افراد العينة) يساوي 3.46، والانحراف المعياري بلغ 1.51، وهذا يوحي ان هناك إقرار متوسط في الاجابة لإفراد العينة في هذا المحور.

٢- محور البحث الثاني: الكيفية التي تنتهجها المؤسسات الاعلامية العربية في التعامل مع مصادر المعلومات بموجب ميثاق الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية حسب راي افراد العينة.

جدول رقم (٦) يوضح الكيفية التي تنتهجها المؤسسات الاعلامية العربية في التعامل مع مصادر المعلومات بموجب ميثاق الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية حسب راي افراد العينة حسب راي افراد العينة.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
١١	١.٣٧	٣.٤٤	اقتباس الصور من الحسابات الالكترونية ونشرها.	١٠	١.٤٧	٣.٤٨	تقوم بنشر المعلومات المكررة مع انها تعتبر غير قابلة للنشر.
١٣	١.٤٦	٣.٢٦	تنشر صور أشخاص	١٥	١.٦٤	٢.٨٩	ضعف احترامها للحقوق الأدبية

			بدون علمهم.				والفكرية للمعلومات.
٦	١.٤٥	٣.٧٧	عدم التوازن في عرض المعلومات.	١	١.٤٢	٤.٨٤	عدم التثبت من سلامة المعلومة وصدقها.
4	١.٣٣	٣.٩٨	لا تلتزم بالخصوصية في نشر المعلومات.	٣	١.٣٨	٤.٠٢	غير ملتزمة بإعادة المعلومات الى مصدرها الأصلي عند الاقتباس.
5	١.٤٣	٣.٧٨	تفتقر الى الموضوعية في نشر المعلومات.	١٢	١.٦٠	٣.٣٣	تعرف عن نفسها عند اجراء التحقيقات والتقارير الصحفية مع أي جهة كانت.
٩	١.٦٥	٣.٦١	لا تلتزم بالشفافية في نشر المعلومات.	١٦	١.٤٩	٢.٨٨	تحمي وتتحفظ على مصادر معلوماتها.
٨	١.٤٩	٣.٦٦	تفتقر الى النزاهة التحريرية في التعامل مع المعلومات.	١٤	١.٥٩	٣.١٦	تستخدم الأسماء المستعارة عند نشر المعلومات.
٢	١.٥٥	٤.٨٣	تستخدم أساليب غير مشروعة وغير قانونية عند الحصول على المعلومات ونشرها.	٧	١.٥٩	٣.٧٥	تخبر الجمهور عن الحالات التي تخفي فيها السلطات جزءاً من المعلومات والتي يسبب إخفائها ضرر بالمصلحة العامة.
3.66				المتوسط الحسابي العام			مجموع الفقرات

الانحراف المعياري

العام

١.٤٩

يعرض الجدول (٦) جانب محور (الصيغة التي تتبعها مؤسسات ومراكز الاعلام العربية في التعامل مع مصادر المعلومات بموجب ميثاق الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية)، اذ تراوحت في متوسطها الحسابي بين (2.88-4.84)، وجاءت الفقرات كالآتي:

- الوسط الحسابي للفقرة الثالثة (عدم التثبت من سلامة المعلومة وصدقها) بالدرجة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (٤.٨٤)، ويعني هذا ان هناك إقرار جيد على هذه الفقرة لإفراد العينة. وهذه الحصيلة توضح حسب رأي افراد العينة ان المؤسسات الإعلامية العربية تفتقر الى شروط المهنة الصحفية في صدق وسلامة المعلومة ونشرها، مع استخدامها أساليب غير شرعية او قانونية سليمة عند النقاط المعلومات ونشرها، علماً ان الالتزام بسلامة المعلومة يساهم في زرع الثقة بتلك المؤسسات من قبل المتابع، وهذا يعطي تفسيراً واضحاً لتأثير التكنولوجيا الراهنة والفضاء المفتوح للإعلام على المؤسسات الإعلامية بشكل لا يتناسب مع المعايير الاصلية لشرف المهنة الصحفية، وهذا يعكس انعكاس سلبي على الانطباع العام للمؤسسة وطبيعة نشرها للمعلومات والايخبار في فقدان الثقة بالإضافة الى تراجع في عملية المتابعة وضعف الثقة في المادة الإعلامية المنشورة .

- المتوسط الحسابي للفقرة السادسة (تحمي وتتحفظ على مصادر معلوماتها.) بالدرجة الاخيرة بوسط حسابي بلغ (٢.٨٨)، وهذا يظهر ايضاً ضعفا ملحوظاً في طريقة التحفظ وحماية مصادر معلومات المؤسسة الإعلامية في البعد عن معايير اخلاقيات الممارسات الإعلامية، خصوصاً والتطورات التكنولوجية الهائلة المتزايدة التي لا مفر منها، وكذلك يعكس تأثيراً على اخلاقيات الشرف الصحفي والإعلامي والاعتماد على فضاء مفتوح لا يمكن الالتزام بكل المعايير او الضوابط التي تحكم العمل المؤسساتي الإعلامي الا من خلال اتفاق جمعي لكل المؤسسات الإعلامية العربية وفق ضوابط وشروط يتم اطلاقها على جميع مؤسسات ومراكز الإعلام العربية.

وعلى وجه العموم ان محور (الكيفية التي تنتهجها المؤسسات الاعلامية العربية في التعامل مع مصادر المعلومات بموجب ميثاق الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية حسب رأي افراد العينة حسب رأي افراد العينة) يساوي ٣.٦٦، والانحراف المعياري بلغ ١.٤٩، وهذا يوحي ان هناك إقرار متوسط في الاجابة لإفراد العينة في هذا المحور.

٣-محور البحث الثالث: مقدار التزام الصحفيون العاملون في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ الاخلاقية الاعلامية في ظل اعلام حر وتقنية متقدمة.

جدول رقم (٧) يوضح مقدار التزام الصحفيون العاملون في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ الاخلاقية الاعلامية في ظل اعلام حر وتقنية متقدمة.

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة
٣	١.٤١	٤.٥٣	عدم الحفاظ على سرية مصادر المعلومات	١	١.٤١	٤.٦٢	لا يدافع الصحفيون عن شرف مهنتهم الصحفية
٥	١.٤١	٤.٤١	الانتقاص من حقوق زملائهم الصحفيين الآخرين أو مضايقتهم	٦	١.٤٢	٤.٢٦	لا يمارس الصحفيون المهنة الصحفية بشكل يتوافق مع الأنظمة والقوانين الصحفية.

			او ازعاجهم أو التعدي على خصوصياتهم.				
٤	١.٤١	٤.٤٧	يبتعد الصحفيون من التجاوز والتعدي والمهارات الصحفية التي تحط من شرف المهنة.	٨	١.٥١	٣.٨٦	تتبع تنقلات زملائهم الصحفيين أو محاولة معرفة روابط مصادرهم، وعدم التنصت والاختراق.
٧	١.٣٩	٤.٢٢	غياب الشفافية والنزاهة والمسؤولية تجاه الجمهور	٢	١.٤٠	٤.٥٥	لا يدافع الصحفيون عن حرية الرأي والتعبير.
٩	١.٥٣	٣.٨٥	عدم الالتزام بكيان النقابة الصحفية والرجوع إلى قوانينها.	١٠	١.٥٨	٣.٦٢	عدم التعدي على حقوق المؤسسات الاعلامية الأخرى.
4.23				المتوسط الحسابي العام			مجموع الفقرات
1.44				الانحراف المعياري العام			

يعرض الجدول (٧) جانب محور (مقدار التزام الصحفيون العاملون في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ الاخلاقية الاعلامية في ظل اعلام حر وتقنية متقدمة)، اذ تراوحت في متوسطها الحسابي بين (3.62-4.62)، وجاءت الفقرات كما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الاولى (لا يدافع الصحفيون عن شرف مهنتهم) بالدرجة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (٤.٦٢)، ويعني هذا ان هناك إقرار جيد على هذه الفقرة لإفراد العينة. ويعزو الباحث تلك النتائج بان افراد العينة يرون بان الصحفيون العاملون في المؤسسات الصحفية لا يلتزمون بالدفاع عن شرف مهنتهم، وربما يكون السبب وراء ذلك هو ضعف رقابة الجهات الصحفية من قبل مؤسسات الصحافة وعدم تفعيل قانون شامل يحكم الصحفي في عمله، بالإضافة الى أمور تتعلق بالجانب المالي، كون الصحفيون العاملون في اغلب المؤسسات الإعلامية يعانون من ضعف الكسب المادي في هذا الميدان، وهذا بدوره يؤدي الى استخدام طرق غير مشروعة لنيل مكسب مادي يتناسب مع جهده كصحفي.

- المتوسط الحسابي للفقرة الخامسة (عدم التعدي على حقوق المؤسسات الاعلامية الأخرى). بالدرجة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٣.٦٢)، وهذا يعني ان هناك حياد على هذه الفقرة من قبل افراد العينة كون نسبة الموافقة ضعيفة. ويمكن ان نعزو هذه النسبة الى ان رؤية افراد العينة لهذه الفقرة بعدم الموافقة بان هناك انتهاكات من قبل الصحفيين لحقوق الصحافة في مؤسسات الإعلام وعدم الالتزام بشرف مهني يحتم عليهم الانضباط وعدم التعدي على حقوق المؤسسات الإعلامية الأخرى، وهذا بدوره يوضح الخلل المهني في هذا المجال وعدم وجود الية نظامية مؤسسية او قيود وعقوبات تفرض على من يتجاوز على حقوق الغير وبدون استئذان او مشورة.

وعلى وجه العموم ان محور (مقدار التزام الصحفيون العاملون في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بالمبادئ الاخلاقية الاعلامية في ظل اعلام حر وتقنية متقدمة) يساوي ٤.٢٣، والانحراف المعياري بلغ ١.٤٤، وهذا يوحي ان هناك إقرار متوسط في الاجابة لإفراد العينة في هذا المحور.

٤- محور البحث الرابع: ما القيم الأخلاقية التي يمكن اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية مناسبة في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية حسب راي افراد العينة.

جدول رقم (8) يوضح القيم الأخلاقية التي يمكن اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية مناسبة في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية حسب راي افراد العينة.

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبرة	الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبرة
١٨	١.١٣	٣.١٣	احترام الكرامة الإنسانية ومراعاة المشاعر والذوق العام	1	٨٤.	٤.٧٤	الالتزام بشرف المهنة الصحفية.
١٤	١.٢٢	٣.٢٦	الابتعاد عن أساليب المبالغة والإثارة عند نشر الأخبار	١٩	١.٦٤	٣.١٢	الالتزام بمبادئ حقوق الإنسان والعمل وترسيخ مبدأ الديمقراطية، وإظهارها في مضمون الرسالة الاعلامية
٢٠	١.١٦	٣.٠٩	عدم الكشف عن هوية المصدر واسمه	٦	٨٤.	٣.٩٠	الالتزام بالمستوى الأخلاقي والاجتماعي
٤	١.٤٢	٣.٩٣	التثبت من سلامة المعلومة وصدقها	٣	٨٤.	٤.٠١	الأمانة والمصداقية وعدم التحيز في نقل المعلومة
٥	١.٤١	٣.٩١	عدم الخروج عن الحدود والقانونية	٩	١.٣٨	٣.٧٥	الالتزام بالموضوعية في نقل المعلومة
١٧	١.٢٧	٣.٢٠	العمل على حماية الاستقرار الداخلي من خلال الرسالة	١٦	١.٢٧	٣.٢٢	نشر ثقافة السلام الاجتماعي

الاعلامية							
٨	١.٢٢	٣.٨١	ترسيخ الحرية الإعلامية في طريقة التعبير والوصول الى معلوماتها بمرونة وحرية تامة	١٥	١.١٤	٣.٢٤	تجنب استخدام منصات الاعلام كوسيلة دعائية او الازدراء السياسي
١٣	١.٢٠	٣.٤٤	تطهير السلوك الإعلامي من نماذج التطرف والعنف والتمييز العنصري	2	١.٢٨	٤.١٣	ضرورة التزام الإعلاميين في مراقبة أدائهم بأنفسهم بدون رقابة إضافة الى الالتزام بمسؤولياتهم المهنية
١٢	١.٥٠	٣.٥٨	إقرار أهمية احترام شخصية الانسان في طريقة التعامل المهني للإعلاميين	١١	١.٠٦	٣.٦٩	رفض كل أنواع الضغوطات السياسية والمادية
١٠	١.٢٠	٣.٧٣	عدم اتباع اجندات سياسية داخلية او خارجية	٧	١.٤٢	٣.٨٥	النزاهة والتجريد في نقل المادة الإعلامية
3.64				المتوسط الحسابي العام		مجموع الفقرات	
1.22				الانحراف المعياري العام			

يعرض الجدول (8) جانب محور (القيم الأخلاقية التي يمكن اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية مناسبة في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية حسب راي افراد العينة)، اذ تراوحت في متوسطها الحسابي بين (3.12-4.13)، وجاءت الفقرات كما يلي:

- المتوسط الحسابي للفقرة الاولى (الالتزام بشرف المهنة الصحفية.) بالدرجة الاولى بمتوسط حسابي بلغ (٤.٧٤)، ويعني هذا ان هناك إقرار جيد على هذه الفقرة لإفراد العينة. وبالإمكان عزو هذه النتيجة حسب رأي افراد العينة ان معنى الالتزام بشرف المهنة هو الانضباط التام والتقيد بأخلاقيات مهنة الاعلام والصحافة التي تسيّر عمل الاعلام في مؤسسات الصحافة والاعلام ضمن المعايير المنصوص عليها وفق قانون شامل يضبط العمل الإعلامي خصوصاً ان الموجة التكنولوجية التي يشهدها العالم الان تجعل من الصعب وجود اليات او معايير تلتزم بها كل المؤسسات الصحفية والعاملين بها، باختلاف المنصات الإعلامية الى فضاء مفتوح من شبكات تواصل اجتماعي وناشطين اعلاميون يستخدمون تلك المنصات الخالية من الرقابة الإعلامية او وجود قانون يضبط تلك المنصات الحرة، بالإضافة الى ضرورة التزام الإعلاميين في مراقبة أدائهم بأنفسهم بدون رقابة إضافة الى التعهد بواجباتهم الخاصة، وهذا يترجم لصعوبة الظروف التي تخوضها مرحلة العمل الإعلامي نتيجة الانفلات الكبير والموجه الهائلة التي اثرت سلباً على ظروف العمل الإعلامي بكافة اشكاله.

- المتوسط الحسابي للفقرة التاسعة (عدم الكشف عن هوية المصدر واسمه) بالدرجة الاخيرة بمتوسط حسابي بلغ (٣.٠٩)، وهذا يعني ان هناك حياد على هذه الفقرة من قبل افراد العينة كون نسبة الموافقة ضعيفة. ويمكن ان نعزو هذه النسبة الى ان افراد العينة يرون ان الفقرة ليست بالأهمية مقارنة بمعايير المهنة الصحفية الأخرى او انها تكون ضمناً أحد فقرات تلك المعايير التي تتعهد بها مؤسسات الصحافة في عملها في ظل فضاء مفتوح واعلام حر. وعلى وجه العموم ان محور (القيم الأخلاقية التي يمكن اعتمادها بمثابة قواعد أخلاقية مناسبة في مؤسسات ومراكز الاعلام العربية حسب رأي افراد العينة) يساوي ٣.٦٤، والانحراف المعياري بلغ ١.٢٢، وهذا يوحي ان هناك إقرار متوسط في الاجابة لإفراد العينة في هذا المحور.

٥- محور البحث الخامس: "هل توجد فروقات احصائية في درجة تعهد المؤسسات الاعلامية العربية بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة في العالم العربي تعزى للمتغيرات الديموغرافية (النوع الاجتماعي، الجامعة، المؤهل العلمي، سنوات العمل)؟"

جدول رقم (٨) يوضح توجد فروقات احصائية في درجة تعهد مؤسسات ومراكز الاعلام العربية بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة في العالم العربي تنسب لمتغيرات البحث الديموغرافية (نوع المستجوبين الاجتماعي، جامعاتهم، مؤهلهم العلمي، سنوات عملهم).

درجات المبحوثين في مقياس إشكالية الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة للمؤسسات الاعلامية في العالم العربي.		المتغيرات		
R2	R			
٥%	0.22	ذكر	النوع الاجتماعي	إشكالية الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة للمؤسسات الاعلامية في العالم العربي.
٣%	0.18	انثى		
١٥%	0.39	العمر		
٧%	0.27	المؤهل العلمي		
٢٣%	٠.٤٨	سنوات الخبرة		

أظهرت نتائج التحليل الإحصائي بارتفاع قيمة معامل الارتباط بين مدى الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة لمؤسسات ومراكز الاعلام العربية ومتغير سنوات الخبرة، إذ بلغت القيمة (٠.٤٨)، باثر بلغ (٢٣%)، ثم تلاها ارتفاع متغير العمر بقيمة (٠.٣٩) باثر بلغت قيمته (١٥%) من بين المتغيرات الاخرى (المؤهل العلمي، النوع

الاجتماعي) التي انخفضت فيها النسب مقارنة بمتغير (سنوات الخبرة) و (العمر)، ونجد هنا ان هناك فروقاً في إشكالية الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة لمؤسسات ومراكز الاعلام العربية تنسب ل (خبرة المبحوثين و اعمارهم) من بين باقي المتغيرات (نوع المبحوثين الاجتماعي، مؤهلهم العلمي)، وهذا يثبت ان متغيري (خبرة المبحوثين و اعمارهم) ذات اثر مرتفع في مدى قياس الفروق بين المتغيرات الاخرى، ويشير الى ان مستويات استجابة افراد العينة لمدى الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة لمؤسسات ومراكز الاعلام العربية كانت متقاربة من ناحية متغيري (سنوات الخبرة و العمر)، وهذا يعكس مدى معرفة افراد عينة البحث بأخلاقيات الممارسات الإعلامية التي يجب ان تحكم المؤسسات الإعلامية على اختلاف سنوات خبرتهم في مجال عملهم مع الرؤية العلمية والنضوج الفكري لأفراد العينة في التجربة العلمية تجاه العمل الاعلامي ومعايير المهنة الصحفية .

#### ❖ خلاصة نتائج البحث والاستنتاجات.

- ١- اوضحت النتائج ان المؤسسات الإعلامية العربية تبتعد عن المسؤولية الاجتماعية في طرح القضايا، ولها دور في تغيير الاتجاهات السياسية للمجتمع، اضافة الى انها لا تعتمد على الدقة والموضوعية فيما تنشره.
  - ٢- كشفت نتائج البحث بعدم تثبت المؤسسات الإعلامية العربية من سلامة المعلومة وصدقها، واستخدامها أساليب غير شرعية او قانونية في طريقة تلقي المعلومات ونشرها، مع عدم التزامها بإعادة المعلومات الى مصدرها الأصلي عند الاقتباس.
  - ٣- اظهرت النتائج ان الصحفيون لا يدافعون عن شرف مهنتهم الصحفية ولا يدافعون عن حرية التعبير والرأي، مع عدم الحفاظ على سرية مصادر المعلومات.
  - ٤- اوجدت النتائج ضرورة تبني مؤسسات ومراكز الاعلام العربية شرف المهنة الصحفية، مع ضرورة التزام الإعلاميين في مراقبة أدائهم بأنفسهم بدون رقابة إضافة الى الالتزام بمسؤولياتهم المهنية.
  - ٥- أظهرت النتائج ان على المؤسسات الإعلامية العربية مهمة الالتزام بالأمانة والمصداقية وعدم التحيز في نقل المعلومة، مع ضرورة التثبت من سلامة المعلومة وصدقها، وعدم الخروج عن الحدود والقانونية.
  - ٦- بينت نتائج الفحص الاحصائي لمتغيرات البحث تصاعد نسبة متغيري (سنوات الخبرة و العمر) من مجموع المتغيرات الاخرى لأفراد عينة البحث في مدى قياس الفروق بين متغيرات البحث ومدى الالتزام بأخلاقيات الممارسات الإعلامية في عصر فضاء الاعلام الحر والتقنية المتقدمة للمؤسسات الإعلامية في العالم العربي حسب نظرة عينة البحث.
- واستخلصت النتائج ان المؤسسات الإعلامية العربية لا تلتزم بميثاق الشرف الاعلامي في ضوء التطورات التكنولوجية الراهنة، مع عدم وجود رقابة عليا على تلك المؤسسات تلزمها بالالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية ولا تمتلك مواد ومواثيق كافية تلزم وتنظم عملها الاعلامي بشكل صريح يتناسب مع المسؤوليات الأخلاقية التي يجب أن تتبعها تجاه مسؤوليتها في مختلف الجوانب.

#### ❖ مقترحات وتوصيات:

- ١- ضرورة عقد مؤتمرات وندوات متخصصة من قبل المؤسسات الاعلامية والمهتمين بالشأن الاعلامي تناقش ضوابط الممارسات الاخلاقية الاعلامية ومواثيق الشرف الاعلامي.
- ٢- إنشاء مركز تدريبي عربي مختص بتدريب الصحفيين والاعلاميين، وكذلك من الطلاب خريجي الجامعات في تخصص الاعلام والصحافة، بحيث يتضمن هذا المركز قوانين واخلاقيات ممارسات المهنة الاعلامية.
- ٣- تشكيل لجنة عربية مركزية من المختصين واصحاب الخبرات والكفاءة الاعلامية، لغرض اعداد مسودة تتعلق بميثاق شرف صحفي موحد، ومن ثم يتم عرضه على الهيئة المركزية العامة لغرض المصادقة عليه بشكل نهائي.
- ٤- العمل على إعادة صياغة ميثاق الشرف الصحفي العربي الحالي، بما ينسجم مع التطورات التكنولوجية المعاصرة، بحيث يتضمن كافة الممارسات والمسؤوليات التي تتفق مع العمل الاعلامي ومتطلباته.
- ٥- اهمية تفعيل دور نقابات الصحفيين في كل بلد عربي لمحاسبة الذين ينتهكون مواثيق الشرف الاعلامي ويتجاوزون حدود المهنة الاعلامية.
- ٦- تحفيز المؤسسات الإعلامية في تبني مواثيق شرف داخلية خاصة بالمؤسسة، ترسخ المفهوم العام لأخلاقيات المهنة، وتكون ملزمة للعاملين فيها.
- ٧- اهمية فرض رقابة ذاتية من قبل الاعلاميين على أنفسهم تجنباً لمخالفة مواثيق الشرف الصحفي.
- ٨- التبادل في مشاركة الخبرات بين مؤسسات ومراكز الاعلام فيما يخص بأخلاقيات ومواثيق الشرف الاعلامية وكيفية تطبيقها بمهنية دون الاضرار بمستوى الحريات الاعلامية.

### قائمة المراجع

١. بسام عبد الرحمن مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ٢٠١٢.
٢. بسيوني حمادة، مشروع ميثاق الشرف المهني والأخلاقي للصحافة والإعلام، تقرير في مؤتمر، مسقط: ٢٠١٣.
٣. جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، بيروت: مؤسسة مهارات للنشر، ٢٠٠٨.
٤. حسن عماد مكايي ومحمود سليمان علم الدين، تكنولوجيايات المعلومات والاتصال، القاهرة: مركز جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
٥. حسن عماد مكايي، أخلاقيات العمل الإعلامي، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، ٢٠١١.
٦. دوروين كاترين ترجم بواسطة محمد طلعت، تنظيم وقيادة الجماعات، القاهرة: مطبعة عيسى، ١٩٦٥.
٧. السيد بخيت، الانترنت وسيلة اتصال جديدة، دبي: دار الكتاب الجامعي، ٢٠٠٤.

٨. طاهر محسن الغالبي وصالح مهدي العامري، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال والمجتمع، عمان: دار وائل للنشر والطباعة، ٢٠١٠.
٩. عبد الأمير موبت الفيصل، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان: دار الشروق، ٢٠٠٤.
١٠. عبد الرزاق الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، بيروت: مطبعة رشاد بريس، ٢٠١٥.
١١. عبد العزيز شرف، الإعلام الإسلامي وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة: دار قباء للطباعة، ١٩٩٨.
١٢. عبد الملك ردمان الدناني، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ٢٠٠٣.
١٣. علي طاهر وإسحاق مبارك، الإدارة والتطوير في الإذاعة والتلفزيون، القاهرة: دار العلوم للنشر، ٢٠١٠.
١٤. علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٥.
١٥. فاروق حسين، الانترنت الشبكة الدولية للمعلومات، بيروت: دار الراتب الجامعية، ١٩٩٧.
١٦. فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، ٢٠١٠.
١٧. محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، القاهرة: الدار المصرية للطباعة، ٢٠٠٣.
١٨. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحف، القاهرة: مركز جامعة القاهرة، ٢٠٠٠.
١٩. وجيه محجوب، البحث العلمي ومناهجه، بغداد: الكتب للطباعة والنشر، ٢٠٠٢.
٢٠. موقع الكتروني، ميثاق الشرف الصحفي العربي وبنوده، تمت زيارته بتاريخ ١٠/١٢/٢٠٢٠، وفق رابطته على الموقع التالي:

<https://www.facebook.com/notes/%D8%AC%D8%A7%D9%85%D8%B9%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%AF%D9%88%D9%84>