مجلـــــــةالاتصـــــال والصحـافة

المجلد 9 / العـدد: 02 (2022)، ص 33- 51.

العمل الصحفي: بين الأداء المهني والتمويل الإشهاري

The advertising as an ideology against journalistic work

سومية لعجوزي

أستاذة محاضرة "ب"

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام

ladjouzi.soumeya@ensjsi.dz

تاريخ الاستلام: 2022/05/20 تاريخ القبول: 2022/05/29 تاريخ النشر: 2022/06/16

ملخص:

سنحاول من خلال هذه الورقة البحثية، التعرف على الإشهار كوسيلة ضغط في يد السلطة والمعلنين، لتقييد عمل الصحفي والحد من حريته، إذ لا طال ما ارتبطت المؤسسات الإعلامية والمهن الصحفية بالمداخيل والمصادر التمويلية، فلا يمكنها الاستغناء على سوق الإشهار (مقارنة بسوق القرّاء!)، إذ يعتبر هذا الأخير بمثابة الضامن لاستمرارية المؤسسات الإعلامية في ممارسة وظيفتها، حيث أصبح هذا الارتباط يؤثر بشكل مباشر وغير مباشر على الأداء المهني للوظيفة الإعلامية. كما سنحاول عرض ولو بإيجاز الإطار القانوني الذي يعمل على تنظيم مهنة الصحافة، خاصة من ناحيّة أخلاقيّات العمل والمواثيق التي تسعى إلى حماية الصحفي في أداءه، سواء إن تعلق الأمر بالضغوطات التي يتعرّض لها من قبل مسئوليه أو صعوبة وصوله إلى مصدر الخبر، فرغم القوانين والتشريعات الإعلاميّة التي تسعى إلى حماية الصحفي وضمان حريته في الممارسة الإعلامية، إلّا أن النظم السياسيّة للدول، تعمل على الحد من نشاطات الصحفيين وذلك بشتّى الطرق والممارسات التضييقيّة.

الكلمات المفتاحية: الصحافة ؛ الأداء الصحفي ؛ الإشهار ؛ تمويل الصحافة المكتوبة ؛ أخلاقيات مهنة الصحافة.

المؤلف المرسل : **سومية لعجوزي**

Abstract:

Throughout this research paper, we will identify the advertising as an ideology against journalistic work, it is considered to be a powerful way of pressure on journalists by the authorities and the advertisers, to restrict them and limit their freedom. Major media institutions and journalism professions have always been linked with the publicity business. So it's not possible for these media to stand alone without the advertising funding (compared to the reader's market), which is like the guarantor to keep them alive. This relationship directly or indirectly affects the media's performance. We will also briefly present the legal framework that regulates the journalism profession, especially the work ethics and charters that seek to protect the journalist while doing his job, whether it comes to pressures exerced by his employers or the difficulties encountred while accessing the information.

Keywords: Journalism; press profession; advertising; financing of newspaper; ethics.

1 . مقدمة:

إنّ السياق التطوري للصحافة المكتوبة خلال القرون الماضية هو ما جعل أهميتها تتبلور في المجتمعات الحديثة، فقد أصبحت محل ارتباطات لعديد من المجالات في المحيط الذي تتواجد فيه، فظهور العديد من اليوميات والصحف واتسامها بالطابع الاقتصادي والتجاري جعل القائمين عليها يبدون أهمية كبيرة لهاته العلاقات الاقتصادية التي خلقتها المؤسسة الصحفية، فانتقلت من جمع الأخبار الى صناعتها بدأً بالطبع والتوزيع وصولا إلى الاشهار جمعه ونشره، وهذه الأخيرة – عملية جمع الإشهار ونشره – لازالت تشكل أهمية وتنمو مع المؤسسات الصحفية المعاصرة.

فما هي العلاقة التي تجمع بين الإشهار، كمصدر تمويلي للمؤسسة الصحفية، والآداء الصحفي؟

في منتصف القرن الماضي أصبحنا نتحدث عن الطابع التجاري الذي غلب على الصحيفة كمؤسسة إعلامية، وهذا بعدما أصبحت الجريدة وسيلة حيوية للإشهار، أين تحولت المساحات غير التجارية وقراء اليوميات محل مساومة من طرف المتعاملين الاقتصاديين، ترصد من خلالهم المؤسسة الربح، فأضحى الاشهار المدخل الأساسي

للمؤسسة مما أدى الى ممارسة الرقابة على الصحفي خلال أدائه المهني خوفا من تعرضه للضغوطات من رجال المال والأعمال.

ولعل السبب الوحيد الذي جعل المؤسسات الصحفية تتعرض للسيطرة الاقتصادية من قبل رجال الأعمال هو أن مصدر التمويل الرئيسي لها هو الإعلانات والاشهار. وفي هذا الشأن يوضح العديد من الباحثين أن "السيطرة الاقتصادية، لا بلد أن تلحق بهما سيطرة فكرية تتحكم في المضامين الإعلامية التي تنشرها الصحف، ومن هنا يبرز الدور الفعال للإشهار كأداة تأثير على المضامين الإعلامية والمنتوجات الصحفية والممارسة المهنية"[1] (عبد الرحمان 1984) وهو ما تعيشه الصحافة المكتوبة العلمية، فبعض الصحف تصل مداخيل إشهارها إلى 100 % من مجموع مداخيل تمويلها.

فإن تخلصت وسائل الإعلام من ضغط الحكومات فإنها تجد نفسها بيد سلطة جديدة لا تقل عن الأولى استغلالا لحاجة هذه الوسائل للإشهار، وهذا ما يفسر لنا التأثير الفعلي على الأداء المهني للصحفيين وخصوصا أن معظم الصحف إن لم نقل الكل – مصدرها الرئيسي للتمويل هو الاشهار بلا منازع ، مما يجعل الصحف المكتوبة لا تستطيع الاستغناء عن هذه المساندة الاعلانية سواء كانت تابعة للقطاع العمومي أو الخاص، ومن هنا يمكن القول أن رؤساء التحرير الحقيقيون لهذه الوسائل هم المعلنين فهم من يحددون أجندتها وخطها الافتتاحي ونوع المضامين[2] (عبد الرحمان 1984) وما يجب أن يُنشر وما يجب أن يُقرأ، بهذه السلطة الكبيرة التي يمتلكونها فهم يسعون لنشر ما يثير اهتمامات القراء لا ما ينفعهم بغرض الحصول على الاشهار، الذي يعتبر عامل مهم لتفسير التأثير الفعلي لهاته الوسيلة على الأداء المهني الذي تتعرض له الصحافة المكتوبة في العالم خاصة في ظل التكنولوجيات الجديدة.

فرغم كون الكفاءة والممارسة المهنية للصحفي المادة الرمادية للمؤسسة والتي يجب ان يتحلّى بها عند تحرير وإخراج المنتوج الصحفي وكذا الوصول الى دقة المعلومة، إلّا أن الاشهار يبقى يؤثر على القناعات الفكرية والمبادئ وأخلاقيات المهنة للصحفي وعلى الممارسة المهنية.

مفهوم الأداء الصحفي:

يقصد بمفهوم المهنية تلك الوظائف التي تتطلب معرفة متخصصة وترتكز على جزء كبير من الأسس النظرية استنادا على دورات تدريبية لاكتساب مهارات معينة، كما يشار أيضا الى تلك الوظائف التي تتسم بالمكانة التي تتطلب خبراء ومدربين متخصصين ومهن عليا، تحتاج لمعارف وخبرات وكفاءات عالية كما يتميزون بميولهم الى ضبط جودة عملهم والتحكم فيه، كما أنهم يرفضون رقابة الجمهور مع أنهم يتأثرون به، كما أن النزعة المهنية تتجه نحو المسؤولية الفردية والتنظيم الذاتي، وروح الايثار المتزايدة وذلك بهدف رفع قيمة المهنة .[3] (خوجة 2008)

من اهم مقاييس التوجه المهني لـ جاك ماكلويد هي الخبرة والاستغلال والالتزام والمسؤولية.

ومن خلال ما سبق يمكننا تعريف الأداء المهني للصحفيين بأنه الممارسة الصحفية التي تكمن في انتاج المادة الصحفية أو الرسالة الإعلامية من معالجة معلومات إلى عرضها وتقديمها بكل حرية ودون قيود.

2. العوامل المؤثرة في الأداء الصحفي:

يتمحور الأداء الصحفي في جمع وتوزيع الاخبار والمعلومات وخدمة الرأي العام وهذه العملية بحد ذاتها تمثل سلطة يملكها الصحفيون والصحفيات فهم يمدون الناس بالمعلومات ويمنحونهم فرصة التعليق عليها ومن يسيئ استعمال هذه السلطة سواء من طرف أصحاب اتخاذ القرار في المستويات العليا في جهاز التحرير أو حتى من طرف الصحفيين الذين يبحثون عن أدق التفاصيل المتعلقة بالأخبار التي يحررونها، فإساءتهم في استخدام السلطة تجعلهم يخونون الثقة الممنوحة لهم من الرأي العام، فأشكال الإساءة في استغلال المسؤولية الصحفية[4] (رابح 2007) متعددة، منها تلوين خبر ما وتصغير آخر أو استخدام الأعمدة الصحفية في مساندة مرشح ما على غرار آخر. ويمكن الإشارة إلى أنّه يوجد ثلاث جوانب أساسية قد تكون مؤثرة ومعيقة للأداء الصحفي المهني ألا وهي[5] (رابح 2007) :

1.2 الذاتيّة وأخلاقيات المهنة:

أهم دعامة من دعامات ممارسة المهنة هو الاستقلال المهني، والممارسة المهنية للصحافة لا تعرف مبدأ التبعية الرئاسية التي تعد قاعدة في الوظيفة الإدارية، بل يجب أن يتميز

بصفات الفرد المهني وهي التأهيل العلمي والفني ودرجة عالية من التخصص، فالعمل المهني للصحفي يقوم على استقلال مهني في ممارسة الأنشطة وتحمل المسؤولية، فالصحفي مستقل لا سلطان عليه في أداء عمله إلّا القانون.

الموضوعيّة: يقصد بها النزاهة في القصد والتجرد من كل المشاعر الذاتية، وتطلق على كل نظرية أخلاقية، فالقيم الأخلاقية هي نسج مستقل من آراء الأفراد وسلوكهم.

الموضوعيّة الصحفيّة: يقصد بها تقرير الاخبار الصحفية بكل حيادية دون التأثر بالأحكام الشخصية أو التغيرات القبلية وهذا يكون من خلال الوضعية الذهنية للصحفي أو المراسل الصحفي التي تتطلب جهدا ووعيا بعدم الحكم على ما يرى، وتقديم الاحداث كما وقعت للقارئ وهذا من اجل تمكين القارئ من تكوين وجهة نظر صحيحة عن الوقائع المتضمنة في القصة الخبرية المحايدة، ومن الممارسات غير المهنية والتي تتجرد من الموضوعية، حذف الوقائع المهمة واضافة أخرى غير مهمة (التعتيم) لخداع القارئ وتوهيمه بشكل واع أنه غير واع.

2.2 الالتزام بالقناعات والانتماءات الفكرية:

ينقسم توجه الصحفيين في العالم إلى شقين، فهناك من هم أتباع لنظام الحكم، أو لتوجه حزبي أو ديني أو حتى عرقي معين، وهناك من يمثلون مجموعة مستقلة دون أي تبعية، غير أنّ الصحافة المستقلة لا يمكنها الصمود في ظل التحديات الاقتصادية، وهذا نظرا لضغوطات السوق ومشاكل التمويل.

وعند ما تسيطر الانتماءات السياسية على الصحفي فانه يجعل من العمل الإعلامي أداة لوضع صورة لامعة عن النظام، ترضي اغراضه وانتماءاته السياسية فيصبح يتلاعب بالمادة الصحفية من خلال تحريف العناوين واختيار منمق للكلمات من أجل إعطاء صورة للخبر ترضي توجّهاته السياسية. وفي هذا الصدد يقول الباحث الأمريكي ألفريد سميث "إن التوافق بين أجزاء النظام والتغيير المحدود يمكن أن يسيطر على الصحفيين بحيث يصبحون ناقلين للمعلومات الإيجابية عن النظام ويعملون من أجل تلميع صورته امام الرأي العام".

الرقابة الذاتية : هي تلك الرقابة التي يمارسها الصحفيون على أنفسهم أو رؤساء التحرير على ما يتبعهم من محررين، بحيث يكون للصحفي القدرة على استشعار المواضيع التي ينبغي أن يكتب فيها وتلك التي لا يصح له أن يُقر بها، وحتى بالنسبة للمصادر ونوعيتها[6] (حسام الدين 2003) التي يستطيع أن يلجأ اليها طلبا للمادة الصحفية، وهذه القدرة هي وليدة الخوف من غضب السلطة لكونها تملك المعيار الأساسي لحياة المؤسسة: التمويل.

ومن النتائج السلبية لهذا النوع من الرقابة هو تدهور مكانة المعايير المهنية، بحيث يصبح المنتوج الصحفي موجه والمادة الصحفية في ظل هذا النوع من الرقابة لها قدرة على خدمة السلطة ومصلحة الممول بالدرجة الأولى، وليس تنوير الرأي العام ولا الخدمة العمومية، فغاب عن المنتوج الصحفي الدقة والموضوعية والمصداقية والشفافية في التعبير عن الواقع.

3.2 الجوانب المتعلقة بالكفاءة المهنية للصحفي:

يركز هذا الجانب على العديد من العوامل الموضوعية التي تعكس الكفاءة المهنية للمنتوج الصحفي وتكون متعلقة بمستوى التحرير الصحفي وكيفية تناوله للمادة الخام للمعلومة، أهمها **الدقة :** هي عامل مكمل لصدق الخبر وتعني أن كل عبارة أو اسم أو تاريخ أو اقتباس في القصة الخبرية أو التقرير الخبري لابد أن تكون صحيحة، كما يجب أن تقدم عبارات الخبر بطريقة واضحة هي الأخرى، ومراعاة التفاصيل وتسلسلها الصحيح حتى يكون الانطباع العام ويتحقق الفهم عند القارئ. وحتى تحقق الرقابة يجب توفر معيار الصبر واليقظة، فلابد للصحفي من أن يعيد قراءة كل فقرة كتبها.

الاكتمال والإلمام : هي تلك الإحاطة بالخلفيات وتفاصيل الخبر التي يجب على الصحفي أن يكون على دراية بها من أجل أن يكون المنتوج الصحفي الذي يقدمه للقارئ مكتملا. وعادة ما تتضمن الخلفية ما يرتبط بالحدث من حقائق وما يجب شرحه وايضاحه كأهمية الحدث وحجمه وعلاقته بالقارئ وتأثيره عليه، وشرح الحادثة في اطار الظروف المحيطة به[7] (عبد الرحمان 1984).

3 العوائق الاقتصادية للأداء الصحفي وحرية التعبير[8] (حسام الدين 2003) :

1.3تمويل الصحف: المساعدات المالية التي تقدمها الحكومة للصحافة وضخامة الموارد المالية والاستثمارات التي تحتاجها الصحافة لأداء عملها ولمواكبة التطور التكنولوجي في مجال الصحافة، جعل المنتوج الصحفي ينحرف عن غرضه الرئيسي وهو خدمة الصالح العام وتزويد المواطن بالمعلومات والأخبار التي يحتاجها بصفة يومية، بل أصبح القارئ لا يجد سوى ما تقوله الحكومة والمؤسسات الاقتصادية التجارية وكمية كبيرة من الإعلانات التي ترصد بها المؤسسة الربح، وبهذا يكون القارئ من يدفع الثمن فتتحول الصحيفة من وسيلة تنوير وتثقيف وتوعية، الى وسيلة تظليل وتلاعب بالقارئ والرأي العام.

ومن البديهي أن مصادر التمويل للصحيفة هي من تتحكم في التوجه السياسي لها في غالب الأحيان، والجدير بالذكر أيضا أن الاشهار يعتبر المحرك الرئيسي لبقاء المؤسسة الصحفية واستمرارها في الصدور، باعتبار أن الصحيفة لا يمكنها الاعتماد على عائدات المبيعات، التي لا تكاد تمثل 15 % من مداخيلها.

صحيح أن الاشهار من أهم مصادر تمويل المؤسسة ويعتبر موردا ماليا مهم، إلا ان له آثارا بالغة على الأداء المهني للصحفي وحرية التعبير في الصحيفة، فالمعلن يصبح هو من يسطر أجندة المؤسسة ويجعل من الصحيفة أداة للتعريف بمنتجاته، ويخدم بها مصالحه الاقتصادية وانتماءاته السياسية والشخصية، وقد تؤدي حاجة المؤسسة الى المال بها الى الرضوخ له لضمان استمراريتها في الصدور.

ومن هنا يتضح أن مصادر تمويل المؤسسة الصحفية تَحُد من استقلاليتها وتصبح تابعة لها مادامت تحتاج المال للبقاء، وإن طبيعة النظام الاقتصادي المتبع في كل الدول يعكس وضع الصحافة فيها.

2.3 نمط ملكية الصحف وشكلها: نمط الملكية هو من يحدد نوع التغطية الإخبارية والعمل الصحفي في المؤسسة. والجدير بالذكر أن شخصية صاحب القرار والضغوط الداخلية والخارجية للمؤسسة لها نفس التأثير، كما أن تأثير نمط الملكية على العمل الصحفي ينطبق على الأشكال الرسمية لملكية وسائل الاعلام من بينها الصحافة والتي هي

ملكية الدولة المباشرة، أو هيئة تابعة لها أو الملكية الفردية الخاصة، وكذلك الشركات ذات الطابع الاقتصادي التي تستثمر في مجال الإعلام.

3.3 احتكار ملكية الصحف وأثره على حرية الصحافة: إن امتلاك الصحف من قبل أصحاب رؤوس الأموال الكبيرة هي ظاهرة عالمية لا تقتصر على بلدان العالم الثالث بل سبقتها إليها الدول المتقدمة، وهذا لما يفرضه النظام الرأسمالي من التعددية الفردية والحرية الاقتصادية التي تقوم عليه السوق الحرة، ولكن هذا جعل الصحفي والمؤسسة الصحفية مقيدة ومسيطر على حريتها من طرف رجال المال والاعمال، وهذا ما يجب أن يراعيه القانون بمنع امتلاك العديد من العناوين الصحفية.

احتكار المساحات الاشهارية : في ظل غياب القوانين المنظمة للإشهار أو وجودها، مع عدم التفعيل، أصبح أغلبية المعلنون والشركات الاشهارية تتعامل مع الصحف واسعة الانتشار، في حين أن الصحف الصغيرة في غالب الأحيان تحرم من الاشهار، ولا تأخذ القسط الضروري منه[9] (تيتوش 2014).

حصر الإعلانات الرسمية في الصحف الموالية: تمثل الإعلانات مصدر رئيسي لتمويل الصحيفة، وباعتبارهم دعم حكومي فإن الدولة تتعمد حصرها في الصحف الموالية للنظام على حساب الصحف المعارضة التي تكون بأمس الحاجة اليها لكي تكون لها مخرجا ولا تقع في عجز مالي. ولهذا نرى أن العديد من الصحف المستقلة أصبح لها أسلوب مرّن تتناول به المواضيع الحساسة تحاول أن تكون حيادية لكي تستفيد من الاشهار العمومي.

4.3 عوائق أخرى للأداء المهني للصحفي وحرية التعبير[10] (شرف 2000):

المساحة التحريرية : يعتبر معيار كمية المادة الصحفية هو معيار النشر وهذا لأن المواد الصحفية المعدة للنشر عددها كبير جدا وبعدما يتم تخصيص الأماكن للمادة الاعلانية فيصبح على الصحفي الانتقاء حسب الصفحة "الماكيت" كاختصار الموضوع أو حذف أجزاء مهمة منه.

مناخ حرية الصحافة : إن وتيرة الأداء المهني للصحفي ترتفع عندما يعمل الصحفي بأمان ويشعر أنه غير مقيد في تناول مواضيع مختلفة، ويحصل على معلومات صحيحة من مصادر متعددة بكل أريحية دون أي أدنى تقييد، فالمناخ هو العامل الأساسي لرفع

أو خفض وتيرة الأداء المهني للصحفي، ويسيطر على مناخ حرية الصحافة، البناء الاجتماعي والسياسي والاقتصادي للمجتمع الذي تنشط فيه الصحافة. ويمارس البناء الاجتماعي تأثيره على حجم النشاط الاتصالي وملكية أدوات الاتصال وطرق السيطرة عليها والمضمون الذي تنشره وتذيعه.

سياسة الصحيفة: يقصد بها توجه الصحيفة أو ما يعرف "بالخط الافتتاحي" للجريدة كمؤسسة إعلامية. وسياسية الصحيفة تعتبر عنصرا من العناصر الهامة المتحكمة في العمل الصحفي وتقويمه، فيجب أن تتفق المادة الصحفية والمنتوج الإعلامي للمؤسسة مع خطها الافتتاحي [11] (شرف 2000)، فالجريدة بالنسبة للجمهور هي شخصية اعتبارية، والجمهور يملك عدسة التحليل وقياس مدى تطابق ما تقدمه المؤسسة وهل يعكس توجهها أم لا.

وتعتبر سياسة التحرير من أهم العوامل في اختيار الخبر ومقوماته، فتفصل واحدا على غيره وتهمل اخر اهمالا تاما، فالخط الافتتاحي هو العامل الأساسي الأكثر تأثيرا في اختيار الاخبار، فالصحفي يتمكن من فهم هذا بعد أن يرى أجندة المؤسسة والاخبار التي تعيرها الأهمية.

4. أخلاقيات مهنة الصحافة :

عُرّفت أخلاقيات المهنة على أنها "مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني التي وضعت لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاتها من قبل القضاة"[12] (حسان، البدوي 1991).

وترتبط أخلاقيات الممارسة الإعلامية في أغلب الدول بالعادات والتقاليد والمزيج الثقافي للبلد، لذلك اهتم العديد من بلدان العالم بتحقيق هذا الترابط فأصدروا مواثيق شرف إعلامية تحتوي على المعايير الأخلاقية التي يجب أن يحترمها ويسير عليها الإعلاميين والصحفيون ليتمكنوا من رصد ذلك القدر من الأمانة والصدق في إيصال المعلومة. وأهم وأقدم ميثاق من هذه المواثيق "قواعد الاخلاق الصحفية" الذي صدر عام 1926 في واشنطن ويرجع ظهور مواثيق الشرف إلى عام 1913 كان الهدف منها تحسين الأداء المهني الإعلامي للصحفيين وتوجيهه لصالح الجمهور. وفي عام 1931 تم انشاء محكمة دولية للشرف تعتبر وليدة الاتحاد الدولي للصحفيين. سنة 1953 في هيئة الأمم المتحدة تم مناقشة مسألة اصدار ميثاق أخلاقي مهني لرجال الاعلام والصحافة وتمت الموافقة

عليه من طرف اللجنة الفرعية للإعلام المهني لجميع العاملين، وفي عام 1954 تم اصدار ميثاق بوردو بفرنسا والذي يعتبر من المواثيق الدولية الهامة التي تناولت اخلاقيات الممارسة الإعلامية، أكد الميثاق على ضرورة حفظ أسرار المهنية والنزاهة والشفافية والدقة في نقل المعلومة. سنة 1971 صدر ميثاق " ميونيخ " بالألمانية والذي كان نتيجة اجتماع لممثلي عدة دول اوربية وجاء بتعاليم تنص على الدفاع عن حرية الاعلام والتعليق والنقد ودقة المصدر وأمانته عند الحصول على الاخبار والصور والمستندات[13] (الخطيب 2008).

أما نهاية التسعينات فكانت حافلة بإصدارات للمواثيق حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية أبرزها "اعلان واندهوك" في 03 ماي 1991، و"ألماتا" في 19 أكتوبر 1992، وإعلان "سنتياجو" وصنعاء في 1194 و1996 على التوالي.

وفي الولايات المتحدة الأمريكية وضع الاتحاد القومي للإذاعيين لائحة ارشادية تتضمن إرشادات عامة وغير ملزمة للمحطات الاذاعية وتتمثل في:

- اتسام التغطية الإعلامية بالحقيقة والعدالة.
- عدم التحيز في التغطية الإعلامية.
- مراعاة الجوانب الأخلاقية.
- عدم التطرق الى تفاصيل الجرائم والجنس.
- اظهار الفرق بين التعليق والتحليلي وبين الخبر والرأي.
- وفيما يخص الصحافة العربية ومواثيق الشرف الخاصة بهما ففي عام 1953 تم صدور أول ميثاق شرف صحفي لهما وهذا بعد انعقاد المؤتمر الأول للصحافة العربية بالقاهرة بدار نقابة الصحفيين واحتوى على ستة مواد تناولت مواضيع حرية الصحافة وحصانة الصحفيين وشرف المهنة.
- ويتسم الميثاق بأنه لا يتوفر على طابع الإلزامية، فهذه الأخيرة مرهونة بالضمير الصحفي ومبادئه التي تلزمه باحترام والسير على مبادئ التي نص عليها الميثاق، فبعض الصحفيون يسعون الى خدمة مصلحة الممول وكتابة ما يريده وخدمته، على حساب المجتمع وشرف المهنة وهذا نتيجة انحيازهم وعدم تطبيقهم لمبادئ الميثاق مقابل ما تحصلوا عليه من أموال. ولهذا لا يجب على الصحفي أن يتخلى عن الضوابط المهنية تحت أي ظرف كان لأن التخلي عنها يحدث خلل كبير على مستوى الأداء.

5. ضوابط الأداء الإعلامي في الجزائر:

تنص قوانين الصحافة على أنه من أولى اهتمامات ومهام الإعلام هو إعلام الجمهور بحقيقة ما يحدث حوله، وابداء الرأي النزيه في كل الموضوعات التي تهم الرأي العام ملتزما بالمبادئ والقيم التي يتضمنها الدستور والقانون، دون تجاوز مقتضيات الشرف والأمانة والصدق وآداب المهنة الصحفية.

1.5 الضوابط التشريعية للأداء الصحفي:

تتمثل الضوابط التشريعية للأداء الصحفي في ذلك الإطار التشريعي للصحافة، وهو مجموعة القواعد الدستورية التوجيهية التي ترتب التزامات على السلطة في مواجهة الصحافة والشروط التي تضمن حسن تنفيذ هذه الالتزامات. كما يقصد بقوانين الصحافة أو قوانين وسائل الإعلام الجماهيرية، مجموعة القواعد التي تحدد الأحكام العامة للنشر والطبع والبث الإذاعي والتلفزيوني وكل الوسائل الجماهيرية التي تنتج وتوزع المعلومات والآراء عبر القنوات التقليدية والإلكترونية، المعروفة أو المحتملة. وتتمثل أبرز هذه الضوابط فيما يلي[14] (قادم 2019):

مراعاة الحق في الخصوصية: يعتبر مبدأ الحق في الخصوصية، من أبرز المبادئ التي تقوم عليها أخلاقيات وسائل الإعلام. وتعني الحياة الخاصة خصوصيات الفرد التي ينبغي أن تكون بعيدة عن أعين الناس وألسنتهم، ومن حقه أن يحتفظ بها في داخله، وهي الحياة التي لا تمس واجبات الفرد نحو المجتمع وليس لها تأثير على الصالح العام ولا يتحقق بنشر هذه الأسرار سوى تشويه صورة الفرد وزلزلة ثقة الناس فيه. وتؤدي إلى انتهاك حق من حقوق الإنسان الأساسية؛ وهو حريته الشخصية في السلوك والعمل دون رقيب سوى الضمير الإنساني.

وتنص العديد من التشريعات الإعلامية على ضرورة حماية مبدأ "الحق في الخصوصية" ويعني هذا أن لكل منا حياته الخاصة التي يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير. فالحياة الخاصة التي لا تهم الرأي العام ولا تفيد الصالح العام، ويعد استخدام اسم الفرد أو صورته في إعلان تجاري بدون إذن منه انتهاكا للخصوصية. فإذا كان ما نشر عن الحياة الشخصية صحيحا، وليس فيه ما يخدش الاعتبار، فإن نشره

حتى وإن كان مباحا قانونا، قد تقتضي آداب الصحافة التي تنظمها مواثيق الشرف الأخلاقية عدم نشره طالما أن فيه ما يمس الحياة الخاصة للمواطنين.

عدم التأثير على سير العدالة والتحقيق: منح القانون مختلف وسائل الإعلام الحق في أن تنشر أخبار الجرائم والحوادث والقضايا لكي تؤدي رسالتها داخل المجتمع، مادام النشر يحقق الصالح العام، ويراعى فيه الضوابط التي تحكمه وتمنع خروجه عن حدود النشر وأخلاقياته. بل قد يكون النشر وجوبيا في بعض الجرائم ويصدر الحكم به على نفقة فاعل أو مرتكب الجريمة، حيث يعد هذا الحق من الحقوق العامة الجوهرية في الممارسات الإعلامية. ويعتبر حق المتهم في محاكمة عادلة من الحقوق الجوهرية المتعددة العناصر. كما يرتبط بالعديد من المبادئ كمبدأ المساواة أمام القانون، ومبدأ المساواة أمام القضاء ومبدأ الشرعية ومبدأ الفصل بين السلطات.

ونتيجة لما سبق، ينبغي أن تحافظ وسائل الإعلام على حق المتهم في محاكمة عادلة، لأن التغطية الإعلامية غير الرشيدة قد تسبب في حرمان المتهم من محاكمة عادلة تماما، بالإضافة إلى أنها تشكل الرأي العام وتعبئه ضد المتهم قبل صدور حكم القضاء، ولاسيما في جرائم القتل والاغتصاب والفساد بكل أنواعه ومستوياته. حيث أنه كثيرا ما تصدر أحكام القضاء التي تبرئ المتهم بعد أن أدانته الصحافة وعبئت الرأي العام ضده وهيئت له الأمور كلها لإدانته.

الالتزام بتجنب السب والقذف والتشهير: يعتبر السب والقذف من أكثر القضايا التي تثير المشكلات بين وسائل الإعلام والسلطات وبين وسائل الإعلام والجمهور. حيث تعتبر كل من جريمتي السب والقذف من جرائم الاعتبار، حيث أن لكل انسان الحق في أن يكون له اعتبار، مهما علت أو نزلت مكانته ومستوا ه داخل المجتمع. فله الحق في المحافظة على كرامته واعتباره، وعدم التشهير به أو اتهامه بالباطل. والتشهير يعني الجهر بالشيء وتعميم اظهاره. أما السب فيعرف على أنه إسناد واقعة معينة إليه، بينما يعرف القذف على أنه اسناد واقعة محددة تستوجب عقاب من تنسب إليه أو احتقاره اسنادا علنيا عمديا. فنص المشرع الجزائري في قانون العقوبات على تجريم القذف في أي ادعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف واعتبار الأشخاص أو الهيئة المدعى عليها به أو إسنادها اليهم أو إلى تلك الهيئة ويعاقب على نشر هذا الادعاء أو ذلك الإسناد مباشرة أو بطريق

إعادة النشر حتى ولو تم ذلك على وجه التشكيك أو قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم.

حيث تتحقق جريمة القذف التي ترتكب من طرف وسائل الإعلام، بإذاعة الأمور الماسة بشرف واعتبار الأشخاص على نطاق واسع وكبير بحكم تنوع وسائل الإعلام وسرعة انتشار الأخبار بموجبها على الكافة، وبالتالي يزداد الضرر المترتب ويكون أكثر خطورة وضررا عما لو تم إذاعته شفويا[15] (سويح 2019). فإذا وقع الصحفي في تهمة القذف، لا بد من عمل تصحيح للخبر، أو تراجع أو اعتذار عما نشر وهذا ما يطلق عليه تسميته بحق الرد.

الالتزام بنشر الجريمة في حدود قيم المجتمع والآداب العامة: تشمل الأداب العامة كل ما يتصل بأسس الكرامة الأدبية للجماعة وكذلك أركان حسن سلوكها ودعائم سموها المعنوي والالتزام بها وعدم الخروج عليها. كما أنه ليس للآداب العامة مقياسا ثابتا يمكن الأخذ به كمعيار يمكن على أساسه قياس مدى التزام الصحف بعدم خروجها على الآداب، لاختلافات المجتمعات والثقافات. ولكن يرى البعض أن هناك معايير يقاس على أساسها مدى التزام الصحف بعدم الخروج على الآداب مثل مستويات الجماعة ومدى التأثير المتوقع للمضمون المقدم على الفرد العادي. ولذلك فإن مراعاة الصالح العام تقتضي من الصحفي أن يسأل نفسه ما هو مباح وغير مباح عند تناوله لجريمة ما.

2.5 الضوابط الأخلاقية للأداء الصحفي

إن تعاظم دور وسائل الإعلام في الحياة العامة، بعد أن شهدت الساحة الإعلامية انتشارا واسعاً للوسائل الإعلامية المختلفة تزايد عدد الممارسين للإعلام. أضحى من الضروري أن يهتم العاملون في هذا الوسط باحترام أسس ومبادئ العمل الصحفي وأخلاقياته التي تمثل ضمان ممارسة الحريات على نطاق واسع تُمكن الصحفي من إيصال رسالته إلى الرأي العام والإسهام في بناء المجتمع. فرغم جدلية الحرية والأخلاق في الممارسة الصحفية، إلا أن تحديد الأسس والمبادئ الأخلاقية لمهنة الصحافة هو الضامن والحامي لحرية التعبير من الملاحقة والمحاسبة القانونية، كون أن الالتزام بالمعايير والمبادئ الأخلاقية للإعلام يؤثر في تحسُن الممارسة الصحفية وبالتالي الرفع في مستويات الأداء الإعلامي[16] (عثمان، الطيب 2020). وتتمثل الضوابط الأخلاقية للأداء الإعلامي في

مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة. أو هي مختلف المبادئ الأخلاقية والمهنية التي يجب أن يلتزم بها الصحفي بشكل إرادي عند أداء مهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى انتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام. وهي نابعة أساسا من ضميره المهني الصرف ومدى تمسكه بما تفرضه عليه هذه المهنة من مهام مثل الصدق والشرف والنزاهة. والغرض في النهاية هو تحسين الأداء الإعلامي والتحكم في وسائل الإعلام لصالح عامة الناس. ومن أهم الضوابط الأخلاقية يمكن ذكر[17] (قادم 2019):

الالتزام بالموضوعية والدقة: ويعد من أبرز المبادئ التي لابد أن يتحلى بها العمل الصحفي، فينبغي على الصحفي أن يتجرد من ذاتيته وانتماءاته وميولاته وعواطفه في ممارسته الصحفية.

الالتزام بحق الرد والتصحيح: هو التزام أخلاقي ينبغي على المهنين تطبيقه في حالة نشر أخطاء أو جملة من المغالطات في حق أي شخص أو هيئة. ويُعتبر مؤشر هام على مهنية المؤسسات الإعلامية وتجسيد حرية الصحافة. فعدم الالتزام بحق الرد والتصحيح يستوجب المعاقبة كما يقره التشريع الإعلامي في معظم الدول. حيث يمثل حقا للمواطن في أن يتاح له فرصة الرد على ما تنشره الصحافة ضده من أقاويل ومعلومات غير صحيحة والتعبير عن آراءهم وتقديم شروحاتهم حول المعلومات المنشورة في وسائل الإعلام.

الالتزام بعدم تجهيل الخبر: المقصود بعدم تجهيل الخبر، معرفة مصدر وهوية الخبر وذكره، فظاهرة المصادر المجهلة، يقصد بها الممارسة التي ينتهجها الصحفيين للالتفاف حول حدود الموضوعية، بعدم ذكر البيانات كاملة عن مصدر الخبر أو مصدر فقرة داخله. والاستعاضة عنها بمجموعة من البدائل بالعبارات اللغوية. وتثير ظاهرة الأخبار المجهولة أو ما يطلق عليه تسمية الاستعانة بالمصادر المجهولة، قضايا أخلاقية خطيرة، فبعض وسائل الإعلام تحظر استخدام المصادر المجهولة، في حين تبيحها وسائل أخرى، ولكن مع التقيد بقواعد صارمة.

3.5 الضوابط المهنية للأداء الصحفي:

مكن المشرع سلطات الضبط من نظام رقابي دائم يشمل من الناحية المادية على مدى احترام القوانين والتنظيمات السارية المفعول. وكذا رقابة مدى احترام الأعوان الاقتصاديين للقوانين والأنظمة المنصوص عليها في مجال الإعلام.

الالتزام بإجراءات ممارسة النشاط الصحفي: يأخذ شكل تدخل سلطات ضبط الإعلام بصفة مسبقة قرارات فردية تتضمن رخص واعتمادات، تسمح للمتعاملين بالدخول إلى السوق بناء على معايير انتقاء تنافسية. وفيما يتعلق بمجال رقابة الالتحاق بالنشاط فقد مكن المشرع سلطة ضبط الصحافة المكتوبة من رقابة فعلية، في حين لم يمكن سلطة ضبط السمعي البصري إلا من مشاركة السلطة التنفيذية في رقابة الالتحاق[18] (سويح 2019).

- **الرقابة الفعلية لسلطة ضبط الصحافة المكتوبة:** تمارس سلطة ضبط الصحافة المكتوبة رقابة قبلية، عن طريق قرارات فردية على المهنيين قبل دخولهم مجال نشاط الإعلام. وذلك من خلال منح الاعتماد المسبق، والذي يعتبر بمثابة الموافقة على الصدور؛ يسلم من طرف سلطة ضبط الصحافة المكتوبة في أجل (60) يوماً.
- **رقابة المشاركة لسلطة ضبط السمعي البصري :** لم يمنح المشرع لسلطة ضبط السمعي البصري آليات فعالة لممارسة الرقابة على الدخول، ولم يمكنها إلا من المشاركة في منح الرخصة.

الالتزام بتطبيق القواعد والنصوص القانونية: تقتضي الرقابة التي تفرضها سلطات ضبط الإعلام على وسائل الإعلام الالتزام بالقواعد من أجل التطبيق الحسن للنصوص القانونية احترام القواعد التنظيمية. وتتم هذه الرقابة بناء على تصريحات مسؤولي النشريات الدورية النسبة للصحافة المكتوبة، في حين يعرف نشاط خدمات السمعي البصري مجالا واسعا من حيث الرقابة على أساس تصريحات مسؤولي الخدمات أو تدخل سلطة الضبط ذاتها[19] (سويح 2019).

6. جدلية صحافة/ إشهار/ سلطة:

يعتبر الإشهار أهم مورد مالي ويمثل ثلاث أرباع عائدات المؤسسة فهو المصدر الرئيسي لتمويلها والباقي من مبيعات الجريدة و مداخيل أخرى؛ وهذه الحقيقة منحت المعلنين سلطة تجسدت في تسطير واقع الجريدة وأجندتها وهذا من خلال تأثيرهم على السياسة التحريرية أو ما يعرف بالخط الافتتاحي للمؤسسة بكونهم يملكون وسيلة ضغط عليها ألا وهي الإعلانات، فأصبح الصحفيون يسخرون أقلامهم لخدمة من يمول الجريدة من معلنين وليس خدمة الرأي العام؛ وما يقوم به المعلنون من تأثيرات على المقالات

التحريرية للجريدة هو شيء بديهي، وهذا نتيجة اعتماد الصحيفة على مورد واحد للتمويل وهو الإعلانات.

وعلى غرار المعلنون فهناك جهات أخرى لها تأثير على الخط الافتتاحي والأداء الصحفي، كرجال المال والأعمال والأحزاب السياسية والنقابات والشخصيات السياسية والثقافية البارزة والفاعلة في المجتمع، وتأثيرها يكمن في أنها تحاول صناعة الأخبار بالصورة التي ترضيها وترضي أهدافها وخدم توجهاتها، فصحيح أنها تقوم بإمداد الجرائد بالأخبار الهامة وفي غالب الأحيان تكون حصرية، إلا أنها تعمل في نفس الوقت على جعل الجريدة تخدم مصالحها، لأن الصحف لا يمكنها أن تفتح المجال لكل الفاعلين في نفس الوقت، وفي معظم الأحيان هذه الجماعات الضاغطة لا يكون تأثيرها على الصحافة فقط بل حتى في قرارات الدولة وتشكيل الرأي العام.

والسائد في كل الحكومات هو تأثر الوسيلة الإعلامية بأنظمة الحكم. ففي معظم الأحيان تكون مرآة عاكسة للتوجهات السياسية للحكومة مما يسبب للصحفي حرجا في نقل الحقائق، لكن العلاقة معقدة باعتبار أن الأخبار السياسية هي مصدر مهم للصحيفة.

الأمر المتفق عليه هو أن محتوى الصحف غالبا أو في معظم الأحيان ما يتأثر بملاكها وبانتماءاتهم وأيديولوجياتهم؛ وهذا التأثير بالآراء والأفكار لصاحب الصحيفة يتعارض مع الحقائق فيمنع نشرها أو يتم تحريفها لخدمة مصالح وبرامج الحكومات؛ و هنا نرى بأن بنية المؤسسة الصحفية هشة خصوصا عندما لا يكون ملاكها أقوياء ويستطيعون المجازفة لخدمة الصالح العام والمجتمع ويحافظون على الخط الافتتاحي الذي يسعون لتحقيقه، وهذا ما يؤكده العديد من رؤساء التحرير "أن المؤسسات الصحفية مؤسسات هشة وأن هناك تدخلا واختراق للصحافة العربية بالأموال بهدف تبعية لهذه الصحف إلى خط سياسي معين كما أن هناك الاختراق الأجنبي؛ حيث الصحافة العربية مهددة بدخول المؤسسات الإعلامية الكبرى إلى سوق الإعلام العربية"[20] (الجندي 1980).

ولعل موضوع الإشهار هو من المواضيع الجد حساسة والمهمة في نفس الوقت وهذا لأن الأموال الطائلة المخصصة للإشهار هي مصدر حياة وبقاء للمؤسسة الإعلامية؛ فقد بينت الدراسة أن المؤسسات الصحفية على مدى اختلافها وتعددها إلا أنها تشرك في عامل واحد وهو مصدر التمويل الذي يقتصر على الإعلانات وأنها تسد جميع أعباء المؤسسة

عن طريق الاشهار بالدرجة الأولى، وهو الشيء الذي يجعل المؤسسة الإعلامية عرضة للضغط من قبل المعلنون ورجال المال والاعمال، فاتصاف المؤسسة الإعلامية بطابع اقتصادي تجعلها تواجه نوعين من الضغوطات الأولى إعلامية والثانية صراعها من اجل البقاء (الاقتصادية والمالية).

وهذا الواقع الاقتصادي الذي فرض على المؤسسة الإعلامية جعل أقلام الصحفيون تفقد براعتها وصار الصحفي يمارس الرقابة الذاتية على نفسه ويحرص أن يكتب في المواضيع التي تعجب وتخدم مصالح المعلن والواقع بالنسبة للصحفي الذي يعمل في جريدة خاصة أسوأ، فهو الاكثر عرضة لمقص الرقابة.

7. خاتمة:

تسعى الصحف إلى رصد عدد كبير من المعلنين وهذا لكون الإشهار المصدر الرئيسي لتمويلها وضمان استمرارية صدورها، فنجد أن إدارات تحرير ومسؤولي الجرائد يولون أهمية كبيرة للأخبار المتعلقة بالمعلنين ويعملون لترويج منتوجاتهم وشركاتهم، ويتخوفون من تغطية الأحداث والقضايا التي تخص الشأن العام؛ وهذا ما يتعارض مع أخلاقيات مهنة الصحافة؛ والضمير الصحفي؛ وهو ما يُخرج الصحافة عن مهمّتها النبيلة والسامية. كما نجد أنه من النادر أن يتم التطرق إلى مواضيع تمس المعلنين ومصالحهم أو أنهم ينتقدون منتجاتهم، بل على العكس تماما تسعى الصحف دائما لتجميل صورة المعلنين الذين يتخذون منها دعامة لرسائلهم الإشهارية. ومن الأنواع الصحفية التي تستعمل الكتابات الترويجية للشركات الاقتصادية والتجارية نجد كل من الخبر، والربورتاج، والتقري. هاته الممارسات عبارة عن انتهاك لأخلاقيات المهنة. فعدم تعرض الصحفي لهيئات أو شخصيات معينة في مقالاته خوفا من التبعات المالية للمؤسسة، يخرج مهنة الصحافة من هدفها النبيل أي خدمة الصالح العام، ويفقدها طابعها الإعلامي فتصبح كأي مؤسسة تجارية تبحث فقط عن الأرباح.

ويبقى الإشهار عامل مؤثر على أداء الصحفي. فالاتصال بمختلف وسائله (الملصقات الاشهارية، والرعاية، والاتصال المناسباتي، والعلاقات العامة والمقالات الصحفية الترويجيّة و...) أصبح ايديولوجية ضد الأداء الصحفي، تضغط به المؤسسات والمجمعات الاقتصادية من أجل السيطرة على مضامين الصحف، خاصة على تلك التي تعمل في

إطار استقلالية مالية وعدم تبعيّتها لاتجاهات أو تيارات سياسية. فبمجرّد أن تقع الصحيفة في ضائقة مالية، تتجه للمعلنين من أجل خروجها من المأزق، لكن غالبا ما يكون ذلك على حساب مضمونها والمساحة المخصصة للمادة التحريرية. هذا ما يدفعنا إلى الحديث عن الرقابة الممارسة على الأداء الصحفي، والتي تترجم إمّا بإلغاء المادة الصحفية على حساب ملصق إشهاري، وإمّا بتعديل أو حذف خبر من شأنه المساس بأحد المعلنين الممولين للجريدة، أو حتى بإدراج أخبار ترويجية لعلامات تجارية، دون الإشارة إلى أنها مساحات إشهاريّة.

إنّ علاقة الإشهار بالصحة المالية للمؤسسة يؤثر بشكل كبير ومباشر على بقاء واستمرارية صدور اليومية، كما أن له تأثير على مستوى أداء الصحفيين وتعاملهم مع المنتوج الإعلامي وعلى انتماءاتهم الفكرية والسياسية، ويَحُدُّ من حيز حرّية التعبير لهم كما يؤثر على أخلاقيات المهنة لدى الصحفيين من حيث الدقة في الطرح، والموضوعية، والشفافية، والنزاهة، والحياد أثناء التعامل مع الخبر. ويمكن القول أن حاجة المؤسسة للإشهار في غالب الأحيان يخرج المؤسسة الإعلامية عن طابعها الإعلامي وخدمة الرأي العام فتصبح مؤسسة تجارية بحتة تصارع من اجل البقاء.

8. التهميش :

[1] عواطف عبد الرحمان (1984)، قضايا التبعية الإعلامية الثقافية، الكويت، دار المعرفة، ص77 .

[2] نفس المرجع السابق، ص 134.

[3] أشرف فهمي خوجة (2008)، المؤسسات الصحفية بين التنظيم والرقابة، مصر، دار المعرفة الجامعية، ص 50.

[4] بلقاسم رابح (2007)، التوازن المالي للصحف الوطنية بالجزائر، (رسالة ماجستير غير منشورة)، جامعة الجزائر III، الجزائر، ص 196.

[5] نفس المرجع السابق، ص 196.

[6] محمد حسام الدين (2003)، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ص 172.

[7] عواطف عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص100.

[8] محمد حسام الدين، مرجع سبق ذكره، ص 124

[9] فاطمة الزهراء تيشوش (2014)، سلطة الضبط المستقلة في مجال الإعلام، (رسالة ماجستيرغير منشورة) جامعة الجزائر ا، الجزائر، ص 76.

[10] عبد العزيز شرف (2000)، الأساليب الفنية في التحرير الصحفي، مصر، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، ص 133.

[11] نفس المرجع السابق، ص 134.

[12] مصطفى حسان، عبد المجيد البدوي (1991)، قاموس الصحافة والإعلام، لبنان، المجلس الدولي للغة الفرنسية، ص 17.

[13] سعدى محمد الخطيب (2008)، العوائق أمام الصحافة في العالم العربي، لبنان، منشورات الحلبي الحقوقية، ص 30.

[14] جميلة قادم، 2019، الضوابط القانونية، الأخلاقية والمهنية للأداء الإعلامي في الجزائر :دراسة ميدانية للقائمين بالاتصال في الصحف اليومية الخاصة، مجلة الاتصال والصحافة، المجلد 06، العدد 01، المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الجزائر، ص-ص 22، 31.

[15] دنيا زاد سويح، 2019، التنظيم القانوني لحرية الممارسة الإعلامية في الجزائر، أطروحة دكتوراه علوم في القانون، تخصص قانون دستوري، قسم الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الحاج لخضر باتنة1، الجزائر، ص169.

[16] حبيبة عثمان عباس الطيب، 2020، دور المعايير الأخلاقية في تحسين الأداء الإعلامي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب، ملخص بحوث اليوم الأول للمؤتمر الدولي الثالث للإعلام والاتصال، كلية الآداب والعلوم، جامعة قطر، قطر، ص26.

[17] جميلة قادم، الضوابط القانونية، الأخلاقية والمهنية للأداء الإعلامي في الجزائر: دراسة ميدانية للقائمين بالاتصال في الصحف اليومية الخاصة، مرجع سبق ذكره، ص 24.

[18] دنيا زاد سويح، مرجع سبق ذكره، ص126.

[19] نفس المرجع السابق، ص128.

[20] الجندي أنور (1980)، الصحافة والأقلام المسمومة، مصر، دار الاعتصام، ص 12.