



جامعة طنطا
كلية الحقوق

مواثيق الشرف الإعلامية

بحث مقدم من
الباحثة

نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي

المؤتمر العلمي الرابع

في الفترة من ٢٣ - ٢٤ إبريل ٢٠١٧

تحت عنوان

القانون والإعلام

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



صدق الله العظيم

المقدمة

أولاً: أهمية البحث

بعض الفضائيات الخاصة تعتمد على ترويج وسائل الترفيه والتسلية والتسطيح والتهميش على حساب الموضوعات الجادة، بالإضافة إلى دخول رأس المال الخاص التجارى فى سوق الفضائيات العربية أدى إلى سيطرة المصالح التجارية على العمل التلفزيونى، مما أدى إلى تدنى مستوى البرامج فى هذه القنوات.

ومن واقع ما انتهت إليه الدراسات المختلفة حول الفضائيات العربية الخاصة تبدو الدعوة ملحة لوجود معايير تلتزم بها هذه القنوات فيما تنبثه من مضامين عبر البرامج، وهذا لا يعنى المساس بالحرية الإعلامية لهذه القنوات، وإنما الغرض منها وضع معايير وضوابط تحقق الصورة المثلى لأخلاقيات العمل الإعلامى بالشكل الذى يسمو بالجماهير ومستوياتهم المختلفة.

لذا كان من الضرورى أن تلتفت أنظار المتخصصين فى العالم العربى إلى ضرورة التوصل إلى صيغة ملائمة لأخلاقيات العمل الإعلامى؛ تلتزم بها الفضائيات العربية العامة والخاصة، من خلال المواثيق الإعلامية المنظمة للعمل الإعلامى.

ثانياً: مشكلة البحث

إن المواثيق الأخلاقية لا يلتزم بها كثير من الإعلاميين، بسبب عدم وجود عقوبات يتعرض لها الإعلامى الذى لا يلتزم بهذه الأخلاقيات، أو ينتهكها، وهذا ما يجعلها تظل مجرد نصوص جامدة، ولذلك توصف المواثيق الأخلاقية بأنها "بدون أنياب"، وأنها قليلة الأهمية، وعلى الرغم من المحاولات التى بُذلت للبحث عن وسائل لتوقيع عقوبات على عدم الإلتزام بالأخلاقيات إلا أنها تظل عقوبات لا قيمة لها، ولا تؤدى إلى الإلتزام بالأخلاقيات.

وتكمن صياغة المشكلة البحثية فى مدى الإلتزام بهذه المواثيق الأخلاقية فى العمل الإعلامى.

ثالثاً: الهدف من البحث

تمارس وسائل الإعلام دوراً هاماً فى المجتمع، يتمثل فى التعبير الحر عن مطالب الجماهير ورغباتهم، لذا يجب أن تلتزم هذه الوسائل أخلاقياً بطرح ومناقشة القضايا البارزة فى المجتمع، وتهدف هذه الدراسة إلى:

١- التعرف على أهم المواثيق الإعلامية العالمية والإقليمية

٢- عرض مجموعة القيم الضرورية لنزاهة العمل الإعلامى

وقد تبين لنا من خلال هذا البحث أن موضوع الأخلاق الإعلامية وإن عاد يطرح نفسه منذ حوالى عشر سنوات فى العالم العربى عموماً؛ من خلال ظهور بعض مواثيق الشرف والتشريعات

الإعلامية فى مؤسسات الإعلام العربية، غير أنه لم يترسخ بعد لا فى المفاهيم ولا فى الممارسة، وهو ما زال غائباً عن أطر عمل غالبية المؤسسات، وإن كان هناك من إعلاميين يتمتعون بأخلاقيات لا يرقى إليها شك.

ومن المسلم به أن ضبط معايير ما لممارسة تطبيقية أو مهنة معينة لا يمكن أن يكون من قبل الأمور العبثية، ولذلك فإنه من الضرورى الوقوف ولو بصفة عرضية حول الأهداف التى كمنت وراء وضع معايير السلوك المهنى فى العمل الإعلامى.

رابعاً: منهج البحث

اتبعت الباحثة فى هذه الدراسة المنهج الوصفى التحليلى الإنتقادى، حيث سعت الباحثة إلى الجمع بين معظم أساليب مناهج البحث العلمى، وفقاً لما اقتضى حال كل جزئية من جزئيات هذه الدراسة.

خامساً: خطة البحث

تتناول الباحثة هذا الموضوع من خلال مبحثين، يحمل المبحث الأول عنوان "مواثيق الشرف الإعلامى الدولية والإقليمية المنظمة للعمل الإعلامى"، وينقسم هذا المبحث إلى مطلبين، يتناول المطلب الأول المواثيق الإعلامى الدولية المنظمة للنشاط الإعلامى، أما المطلب الثانى فيتناول المواثيق الإعلامى الإقليمية التى تنظم النشاط الإعلامى.

وتستعرض الباحثة فى المبحث الثانى والذى يحمل عنوان "أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامى" وهى عبارة عن مطلبين، المطلب الأول يتناول الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات، أما المطلب الثانى فيتناول الأخلاقيات الخاصة بالعمل الإعلامى، وتنتهى الباحثة بحثها بمجموعة من التوصيات والنتائج، وذلك على النحو التالى:

المبحث الأول: مواثيق الشرف الإعلامى الدولية والإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامى

المطلب الأول: مواثيق الشرف الإعلامى الدولية المنظمة للنشاط الإعلامى

المطلب الثانى: مواثيق الشرف الإعلامى الإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامى

المبحث الثانى: أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامى

المطلب الأول: الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات الإعلامى

المطلب الثانى: الأخلاقيات الخاصة بالعمل الإعلامى

الخاتمة
النتائج
التوصيات
المراجع
الفهرس

مواثيق الشرف الإعلامية

مواثيق الشرف الإعلامية

تمهيد وتقسيم:

دار الجدل خلال العقد الأخير من القرن العشرين حول جدوى مواثيق الشرف الأخلاقية كآلية لضبط الأداء الإعلامى لمختلف المؤسسات الإعلامية المسموعة منها والمرئية، وقد ذهب فريق كبير من الباحثين المهتمين بأخلاقيات العمل الإعلامى إلى أن مواثيق الشرف الأخلاقية قد شكلت مرجعية رصينة يستند إليها الإعلاميون فى ضبط ممارساتهم الإعلامية، بما يضمن عدم إضرارهم بمصالح المجتمع ومقدراته المادية والمعنوية.

تتناول الباحثة فى هذا الفصل المواثيق الإعلامية على كل من المستوى الدولى والإقليمى، مع توضيح لبعض أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال مبحثين:

المبحث الأول: مواثيق الشرف الإعلامية الدولية والإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامى

المبحث الثانى: أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية

المبحث الأول
مواثيق الشرف الإعلامية
الدولية والإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامي

المبحث الأول
موثيق الشرف الإعلامية
الدولية والإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامي

تمهيد وتقسيم:

يُعدّ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان من أهم النصوص القانونية الدولية التي تُشكل أساساً تستقى منه دساتير الدول أحكامها فيما يتعلق بحرية الإعلام، خاصةً المادة ١٩ منه، والتي تنص على أن: «لكل فرد الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون تدخل، واستقاء المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها من خلال أية وسيلة كانت دون اعتبار للحدود». وكذلك القرار رقم ٥٩ للجمعية العامة للأمم المتحدة والصادر عام ١٩٤٦ والذي عُدّ أول نص دولي تناول الحقوق الإعلامية؛ مؤكداً أن: «حرية الإعلام حق إنساني أساسي وملك لكل الحريات التي كرست لها الأمم المتحدة»، وتنقسم موثيق الشرف الإعلامية إلى:

١. موثيق صادرة من منظمات دولية مثل المبادئ التوجيهية للإتحاد الدولي للصحفيين، والمبادئ الأخلاقية لليونسيف لإعداد التقارير الإعلامية
٢. موثيق صادرة من منظمات إقليمية وعربية، مثل الميثاق الإفريقي، وميثاق الإعلام العربي، وأخلاقيات التعامل الإعلامي
٣. موثيق صادرة من مؤسسات إعلامية، مثل المبادئ التوجيهية لهئية الإذاعة البريطانية "BBC"، ميثاق الشرف لإتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري^(١).

وتتناول الباحثة هذا المبحث من خلال مطلبين:

المطلب الأول: موثيق الشرف الإعلامية الدولية المنظمة للنشاط الإعلامي

المطلب الثاني: موثيق الشرف الإعلامية الإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامي

١- أ. عمرو محمد محمود عبد الحميد: حقوق الطفل كما تعكسها برامج الأطفال في إذاعة وتلفزيون مصر "دراسة مسحية"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، ٢٠١٢، ص ١٣٢، راجع عيبر الرحباني: الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ٢٠١١، ص ٢٣٣

المطلب الأول

مواثيق الشرف الإعلامية

الدولية المنظمة للنشاط الإعلامي

لم تخل مهنة ذات بال على مدار التاريخ المعاصر من ميثاق شرف وقواعد سلوكية تنظم عمل العاملين والمنخرطين فيها، ومن ثم فإن امتهان القضاء أو المحاماة أو الطب أو الصيدلة أو التعليم وصولاً إلى الإعلام اقتضى من باب تطوير المهنة وتحقيق رسالتها الإنسانية ضبط مواثيق شرف أخلاقية تحفظ حقوق أصحاب المهنة، وتضمن للمتعاملين معها حقوقهم التي لا ينبغي التعدي عليها، ضمن إطار يُقدّس خصوصية حياتهم وسرية جانب منها، ويؤخذ بعين الاعتبار مقتضيات أخرى تحددها آداب اللياقة في التعامل مع ظواهر المجتمع البشري(١).

ولقد بدأ تدوين أخلاقيات العمل الإعلامي ومواثيق الشرف وقواعد السلوك المهنية للمرة الأولى في بداية العشرينات من القرن الماضي، وهناك الآن أقل من ٥٠ دولة فقط من بين ٢٠٠ دولة في العالم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري ذات مواثيق لأخلاقيات المهنة؛ تؤثر بشكل فعال على القائمين بالاتصال أو تحمي التدفق الإعلامي الحر(٢).

ونوقشت لأول مرة في الأمم المتحدة في أوائل الخمسينيات من القرن العشرين مسألة إصدار ميثاق أخلاقي مهني لرجال الإعلام والصحافة(٣).

كما اهتمت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة "اليونسكو" بنشر ثقافة مواثيق الشرف الأخلاقية؛ كأحدى آليات ضبط الأداء المهني في المؤسسات الإعلامية المختلفة، وقامت المنظمة

١- طوني فرنسيس: الإعلام اللبناني بين الخبر والرأي والخبرات المفقودة، مشروع ممول من الإتحاد الأوروبي، لبنان، ٢٠٠٨ ص٩٤، راجع

Bertrand, Jean-Claude: "Déontologie des médias, Les exigences de la démocratie" Revue Médias Pouvoirs. N 4, troisième trimestre 1998. p54

٢- حنان يوسف: أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الإعلامية، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر الإعلاميات السادس، الأردن- عمان، ٢٠٠٧، ص ١٠، فايضة يخلف: إشكالية التشريع القانوني في ظل العولمة الإعلامية، ورقة عمل مقدمة في الملتقى الدولي الثالث "أخلاقيات الممارسة الإعلامية بين ضوابط القانون وواقع المهنة"، ٢٦-٢٧ أكتوبر ٢٠١٠، المركز الجامعي احميس مليانة

٣- د. كامل مطر: تشريعات إعلامية، كلية القانون والممارسات الفضائية، الأردن، ٢٠٠٨، ص ٣٠

بإجراء دراسات مقارنة لمواثيق الشرف الأخلاقية التي تتبناها دول العالم المتقدم وبعض دول العالم النامي(١).

وفي عام ١٩٥٣ وافقت اللجنة الفرعية لحرية الإعلام والصحافة على مشروع ميثاق أخلاقي دولي للعاملين في مجال الإعلام، أكد على أهمية تقديم الحقائق والأمانة في العمل الإعلامي؛ وقد اعتبر هذا الميثاق كقاعدة للسلوك المهني يجمع المشتغلين بجمع وبت ونشر الأخبار والمعلومات والتعليق عليها، لتحقيق أمن وأمانة الكلمة لدى المتلقى وكسب ثقته(٢).

ويُعد "إعلان بوردو" من الوثائق الدولية الهامة التي تناولت أخلاقيات الممارسة الإعلامية، وقد صدر في عام ١٩٥٤ بمدينة "بوردو الفرنسية"؛ وأكد على ضرورة المحافظة على أسرار المهنة بشأن مصادر المعلومات، وبذل الجهد في تصحيح أية معلومات غير دقيقة سواء كانت منشورة أو مُعدّة للنشر.

وفي نوفمبر ١٩٧١ عُقد بمدينة "ميونيخ الألمانية" اجتماع لممثلي ست دول أوروبية، صدر في ختامه "إعلان ميونيخ"؛ الذي أكد على احترام الحقيقة، والدفاع عن حرية الإعلام والتعليق والنقد، وتوخي الأمانة في الحصول على الأخبار والصور والمستندات(٣).

وبعد مباحثات استمرت عامين إنعقد في صيف ١٩٧٥ مؤتمر ضم أقطاب ٣٥ دولة في مدينة هلسنكي-عاصمة فنلندا- حول الإعلام والأمن والتكنولوجيا والاقتصاد والتعاون البيئي، وحول الإعلام الإذاعي جاء في الوثيقة ما يلي:

"إن الدول المشتركة في هذا الإعلان تلاحظ التوسع في بث الإعلام المذاع بطريق الراديو، وتعتبر عن أملها في استمرار هذا الإتجاه؛ من أجل تحقيق الإهتمام البادى للتفاهم المتبادل وللأهداف التي وصفها المؤتمر"(٤).

1-Clement Jones: *Mass Media Codes of Ethics and Council, A Comparative International study on Profeional Standars*, France, UNESCO, Press, 1980, pp1-82

٢- د. عبد الله زلطة: مدخل إلى الصحافة، دار الفكر العربي، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ٩٢

3-George W. Reynold: *Ethics in information technology*, Boston, 3ed, course technology, 2010, p22, see more, Kai Hafez et al: *Media Ethics in The Dilogue of Cultures*, Hamburg, Deutsches Orient Intitute, pp 9-249

٤- محمد فتحى: عالم بلا حواجز، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٢، ص ٢٣

وضع الإتحاد القومى للإذاعيين الأمريكيين فى الولايات المتحدة الأمريكية لائحة إرشادية؛ تغطى كل المواد المسموعة والمرئية -الإخبارية والإعلانية وبرامج الأطفال- كما تتعامل مع بعض الموضوعات الهامة، كالتحيز فى التغطية الخبرية، والتعليقات ووضع الإعلانات ضمن البرامج الإخبارية.

وتتضمن هذه اللائحة:

- ١- أن تتسم التغطية الإخبارية بالحقيقة والعدالة وعدم التحيز
- ٢- أن يتحلى الإعلامى بحسن المظهر والأداء
- ٣- أن تتم الإشارة إلى الفقرات الإعلانية التى تتخلل الأخبار باعتبارها ليست جزءاً منها، وفصل الآراء عن الأخبار
- ٤- تجنب تفاصيل الجرائم والجنس
- ٥- إبراز الفارق بين التعليق والتحليل وبين الخبر
- ٦- مراعاة الجوانب الأخلاقية عند إجراء المقابلات

إلا أن هذه الإرشادات كانت عامة، وغير ملزمة للمحطات الإذاعية(١).

وقد أجرى العديد من الباحثين دراسات حول الموثيق الإعلامية المنتشرة فى دول العالم لتحديد المشترك بينها، وعمدت الجمعية الأميركية لناشرى الصحف إلى تكليف اختصاصيين فى أخلاق المهنة "روبرت ستيل وجاى بلاك" بدراسة التشريعات الأخلاقية المعتمدة فى المؤسسات الأميركية.

شملت هذه الدراسة ٣٣ مؤسسة إعلامية أمريكية بيّنت أن غالبية النصوص تتناول ما هو مسموح للإعلاميين القيام به أو الممنوع عليهم خلال أدائهم لعملهم، والموضوع الأكثر تداولاً هو موضوع المصالح الفردية التى تعترض الإعلاميين، خاصةً موضوع الهدايا والتقديمات المجانية على أنواعها بالإضافة إلى موضوع الإلتزام السياسى(٢).

تُبين هذه الدراسة الفوارق الكبيرة بين التشريعات، سواء فى حجمها إذ يبلغ بعضها ثمانية آلاف كلمة فيما لا تتجاوز أخرى خمسمائة كلمة، وسواء فى المضمون إذ حوالى نصفها تتناول موضوع

1-David Berry: *Journalism Ethics and Society*, Burlington, Ashgate Publishing Limited, 2008, p1, Cornu, Daniel: *Ethique de l'information*, Ed, PUF, Paris, 1997, N, 3252, P12

2-Cooper Thomas W: *New technology effects inventory, Forty Leading ethical issues*, Journal of Mass Media Ethics, 1998, pp71-92

المصادر وموضوع التلاعب بالصور، وعدد أقل منها تتناول موضوع تصويب الأخطاء وسرقة الأفكار والمعلومات، وما ينقص في عدد كبير منها هو مبادئ العمل؛ إذ يغيب ذكر حماية الحياة الشخصية وموضوع التمييز العنصري، كما أغفلت الحماية القانونية للإعلامي.

وتعد موثيق الشرف المهنية "Professional Codes" من أهم محددات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام، والميثاق المهني في أبسط تعريف له هو أنه: "مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الإلتزام بها من جانب الإعلاميين في المجتمع"(١).

وترى الباحثة أن الدستور هو المصدر الأساسي للتشريعات الإعلامية، حيث يبين الحقوق الأساسية والحريات العامة المضمونة للأفراد والجماعات والأحزاب، بمعنى آخر يقوم الدستور بوضع القواعد الأساسية لتنظيم المجتمع، ومن هذه القواعد تُستمد التشريعات الأخرى التي تقوم بتنظيم أجهزة السلطة ونشاطاتها، وبذلك فإن النصوص القانونية التي تحكم النشاط الإعلامي تستند إلى قواعد الدستور ومبادئه الأساسية.

١- د. جورج صدقة: الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت، ٢٠٠٨، ص ٤٥، راجع Frost,Chris: *journalism ETHICS and Régulation*, 2nd edition ,Pearson Longman ,London , 2008, P.246 , Willett, Gilles: *La communication modélisée*, Ed, ERPI, Ottawa, Canada, 1992 p.548

هناك أيضاً موثيق وطنية مثل ميثاق شرف الإعلام الكندي، ميثاق شرف رابطة مديري الأخبار في كندا، والموثيق الصادرة عن مؤسسات إعلامية مثل مجموعة الإرشادات التحريرية لدى هيئة الإذاعة البريطانية، مدونة السلوك المهني لقناة فوكس الإخبارية، وميثاق شرف قناة الجزيرة الفضائية

المطلب الثانى

موثيق الشرف الإعلامية

الإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامى

أولاً: الموثيق الإعلامية العربية

١- ميثاق الشرف الإعلامى العربى (١)

تنفيذاً لميثاق التضامن العربى الصادر عن مؤتمر القمة بالدار البيضاء ١٥/٩/١٩٦٥، وانطلاقاً من سائر التوصيات والقرارات الصادرة عن مؤتمرات القمة ومجلس جامعة الدول العربية ومجلس وزراء الإعلام العرب التى استهدفت إيجاد سياسة إعلامية بناءة على الصعيدين القومى والإنسانى، والتزاماً بتوصيات اللجنة الدائمة للإعلام العربى فى دور انعقادها الثلاثين والحادى والثلاثين التى نصت على ضرورة وضع ميثاق شرف إعلامى عربى قومى، وعملاً بالموثيق والإتفاقيات الدولية، واستلهاماً لنصوص الموثيق والإتفاقيات العربية، وإيماناً بالدور الكبير للإعلام فى تعبئة الرأى العام فى الوطن العربى، وحفاظاً على الرسالة الإعلامية وسمو أهدافها الوطنية والقومية والإنسانية فقد تم الاتفاق على إعلان ميثاق الشرف الإعلامى العربى.

حوى هذا الميثاق ١٥ مادة؛ تناولت كافة جوانب الممارسة الإعلامية، وأخلاقيات العمل الإعلامى العربى، حيث أكدت المادتين السابعة والثامنة (٢) من الميثاق على الأخلاقيات التى يجب مراعاتها من جانب الإعلاميين العرب.

١- ناهد صالح: العلم والأخلاقيات "دراسات فى أخلاقيات قياس الرأى العام"، المركز القومى للبحوث الاجتماعية، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٢٠٥، أنظر ميثاق الشرف الإعلامى العربى على:

<http://www.moinfo.gov.eg/page.php?ID=3>, Date of Search: 20/8/2013

٢- (٧م) يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والأمانة فى تأديتهم لرسالتهم ويمتنعون عن اتباع الأساليب التى تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن فى كرامة الشعوب، مع احترام سيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية، وعدم التدخل فى شئونها الداخلية، وعدم تحويل الإعلام إلى أداة للتحريض على استعمال العنف، وعدم التجريح بالنسبة لرؤساء الدول، والانحراف بالجدل عن جادة الاعتدال حرصاً على قدسية الرسالة الإعلامية وشرفها (٨م) يلتزم الإعلاميون العرب بالصدق والموضوعية فى نشر الأنباء والتعليقات، ويمتنعون عن اعتماد الوسائل غير المشروعة فى الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من مواد الإعلام، ويحافظون على سرية مصادر الأخبار إلا فيما يمس الأمن الوطنى والقومى، ويعتبر الافتراء أو الاتهام دون دليل من الأخطاء الجسيمة التى تتعارض مع أخلاقيات مهنة الإعلام، ويلتزم الإعلاميون بتكذيب الخطأ أو تصحيحه

٢- الميثاق الإذاعي العربي

يؤكد على أهمية الكلمة "المسموعة" في التقريب بين الإنسان العربي "لغة وثقافة"، وقد صدر هذا الميثاق عن "إتحاد الإذاعات العربية"، وأقرته الجمعية العمومية للإتحاد في الأردن أوائل مارس ١٩٧٠.

وجاء في ديباجة الميثاق أنه تقديراً لدور الإذاعة كوسيلة ذات تأثير كبير بإعتبارها أكبر مصادر المعرفة، لذا يجب أن تقوم بدورها كاملاً في التقريب بين الإنسان العربي لغة وثقافة^(١).

وقد تناول البند الثالث من الميثاق الإذاعي العربي أخلاقيات العمل في الإذاعات العربية، وجاء هذا البند تحت عنوان "مراعاة القيم الأخلاقية".

٣- ميثاق الشرف الإذاعي الإسلامي^(٢)

صدر هذا الميثاق عن منظمة المؤتمر الإسلامي تأكيداً لمعطيات مؤتمر القمة الإسلامية، وأهم مبادئه تنص على أن يلتزم الإذاعيون المسلمون بأخلاقيات الإسلام.

وتنص (م ١) على مسئولية الكلمة تجاه الإنسان المسلم، وتحدد مسئولية الإعلام إزاء الإنسان المسلم بما يلي^(٣):

أ- تقديم الحقيقة خالصة

ب- أن تعمل على تكامل الشخصية الإسلامية مع تميّتها فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً

ت- تبيين له واجباته تجاه الآخرين وحقوقه وحرياته

ث- ترسيخ إيمانه بالقيم الإسلامية والمبادئ الخلقية النابعة من الدين

١- د. ليلي عبد المجيد: تشريعات الصحافة في مصر وأخلاقياتها "رؤية تحليلية"، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٩، ص ٣٤، راجع د. سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠٠٣، ص ١٩٠، كريستيان أوسى: أخلاقيات الإعلام أم الأدبيات الإعلامية، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر أخلاقيات الإعلام في العالم العربي، النظرية والتطبيق والتحديات المستقبلية، لبنان، بيروت، الجامعة الأمريكية، في الفترة من ٩-١١ يونيو، ٢٠٠٤، ص ٨

٢- د. ناهد صالح: العلم والأخلاقيات، مرجع سابق، ص ٢٠٥

٣- د. عبد الله زلطة: تشريعات الصحافة والإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، ١٩٩٠، ص ١٧٥

٤- وثيقة مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية

اعتمد مجلس وزراء الإعلام العرب في اجتماعه الاستثنائي يوم الثلاثاء ١٢ فبراير ٢٠٠٨ برئاسة وزير الإعلام المصري آنذاك "أنس الفقى" وثيقة "مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية".

والتي شددت على ضرورة التزام هيئة البث ومقدموا خدمات البث وإعادة البث الفضائي بتطبيق المعايير والضوابط المتعلقة بالعمل الإعلامي في شأن كل المصنفات التي يتم بثها، واحترام كرامة الإنسان وحقوق الآخر في كامل أشكال ومحتويات البرامج والخدمات المعروضة.

واحترام خصوصية الأفراد والامتناع عن انتهاكها بأى صورة من الصور، والامتناع عن التحريض على الكراهية أو التمييز القائم على أساس الأصل العرقي أو اللون أو الجنس أو الدين، والامتناع عن بث كل شكل من أشكال التحريض على العنف والإرهاب مع التفريق بينه وبين الحق في مقاومة الإحتلال^(١).

٥- الوثيقة الإطارية للتكامل بين السياسات الإعلامية والثقافية في العالم العربي "الاجتماع

المشترك لمجلسي وزراء الإعلام والثقافة العرب"^(٢)

٦- العشرية العربية للتنمية التشاركية للإعلام والاتصالات (2009 - 2018)، "الاجتماع

المشترك لمجلسي وزراء الإعلام والاتصالات العرب"^(٣)

١ - <http://www.adrare.net/XYZNWSK/snpm1.htm>، مبادئ تنظيم البث والاستقبال الفضائي الإذاعي

والتلفزيوني في المنطقة العربية

٢- تهدف إلى دعم التنمية الإعلامية والثقافية في العالم العربي وحماية الهوية والثقافة العربية مما يواجهها من طمس وتشويه أو غلو وتطرف، أهمية تشجيع الإنتاج الثقافي والإعلامي العربي البيئي بما يلائم احتياجات المواطن العربي، وثقافته ويضمن التنشئة السليمة ويوفر التحصين اللازم للأطفال واليافعين.

٣- تهدف إلى تحقيق التكامل بين قطاعي الإعلام والاتصال في العالم العربي، تعزيزاً لحق الإنسان العربي في الحصول على الخدمات المتطورة في الإعلام والاتصالات، تمكيناً للوطن العربي من الإسهام بفاعلية مع المجتمع الدولي في بناء مجتمع معلومات جامع ذى توجه تنموي يضع الإنسان في صميم اهتماماته الأهداف: جسر الفجوة الرقمية وتنمية المحتوى الرقمي العربي من خلال إطلاق الخدمات الرقمية عبر مختلف الوسائل في المنطقة العربية، ضرورة تعميم الخدمة الشاملة بما يسهل الحصول على الخدمات، وخصوصاً الفئات التي لم تتمكن بعد من الإندماج في عالم الاتصالات، وذوى الاحتياجات الخاصة والنساء والأطفال، وفي المناطق النائية بغية تعزيز اندماجهم في المجتمع.

٧- الاستراتيجية الإعلامية العربية^(١)

ثانياً: المواثيق الإعلامية المصرية

١- ميثاق الشرف للعاملين باتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري

تضمن ميثاق الشرف بابين:

أ- الأول: تناول الواجبات الملقاة على عاتق الإذاعيين فى الإذاعة "المسموعة والمرئية"

ب- الثانى: تناول المحظورات التى لا يجوز الاقتراب منها فيما يُكتب ويُقدم من مواد إخبارية وثقافية وغيرها، تحقيقاً لمصادقية أمن وأمانة الكلمة، وتطبيقاً للمبادئ والقواعد التى تنظم الممارسة الإعلامية؛ ومنها عدم المساس بالأديان، والآداب العامة، والسياسة العليا للدولة، والعقائد، والقوانين، وكيان الأسرة (٢).

٢- ميثاق الشرف الإذاعى

تسرى أحكام هذا الميثاق على الإذاعيين والمتعاملين مع اتحاد الإذاعة والتلفزيون، والإذاعيين هم العاملون بالاتحاد كافة أياً كانت مستوياتهم أو درجاتهم، ويشمل المتعاملون كل من يتفق معه الاتحاد على أداء أى عمل فى مختلف أوجه النشاط الإذاعى مسموعاً كان أو مرئياً، ويحظر على الإذاعيين ما يلى:

أ- المساس بالعقائد والقيم وأى تعرض لما فيه إثارة بين الطوائف

ب- المساس بالأهداف القومية والتراث القومى

ت- تجاوز عن الحريات المكفولة للغير بالقانون أفراد أو جماعات

ث- إذاعة أسرار الأمن القومى

١- توفر للإعلام العربى بمؤسساته وأجهزته المنظور الشامل للمنطلقات وأهداف العمل الميدانية للاستعداد بها فى رسم

السياسات البرمجية، أهمية استمرار الإعلام العربى فى الحفاظ على رسالته الحيوية فى خدمة المجتمع العربى فى مجالات التوعية والتنقيف والتنمية والخدمات التعليمية، إسهام الإعلام فى الحفاظ على الهوية الثقافية والحضارية للأمة العربية فى عصر العولمة، وإغناء شخصية المواطن العربى فى إطار متوازن من الأصالة والمعاصرة.

٢- د. لىلى عبد المجيد: تشريعات الصحافة فى مصر وأخلاقياتها، مرجع سابق، ص ٣٤، راجع د. سعدى محمد الخطيب:

التنظيم القانونى لحرية الاعلام المرئى والمسموع، منشورات الطبى الحقوقية، بيروت، ٢٠٠٩، ص ٨٨، د. عبد الرزاق

محمد الدليمى: أخلاقيات الإعلام وتشريعاته فى القرن الحادى والعشرين، دار اليازورى، الأردن-عمان، ٢٠١٥، ص ١٢٣

- ج- إذاعة ما يدعو إلى الإنحلال أو ما يدعو إلى الإحباط
- ح- إذاعة أى إعلان تجارى لا يتماشى مع أخلاقيات الإذاعة، أو لا يتفق مع مصلحة المجتمع والصحة العامة والذوق العام، أو يتعارض مع الوحدة الوطنية والسلام الاجتماعى
- خ- إذاعة ما يدعو إلى استخدام العنف أو نشر الجريمة أو الإثارة الجنسية(١).

١- د. عبد الله زلطة: تشريعات الصحافة والإعلام فى مصر، دار المصطفى للطباعة والترجمة، بنها، ٢٠٠٣، ص ١٤٦

المبحث الثاني
أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية

المبحث الثانى

أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية

تمهيد وتقسيم:

أخلاقيات المهنة هي "مجموعة من المبادئ والقيم المنظمة لِمَا هو صحيح وموضوعى فى العمل الإعلامى"، وهى تعتمد على مجموعة منتقاة من المبادئ الموجهة للسلوك الأخلاقى؛ وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة فى أوقات الأزمات، وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية(١).

حتى لا تبقى أخلاقيات العمل الإعلامى تجاه الجمهور والمواطنين فى مثل هذه المواضع الخطيرة وغيرها حبيسة ضمائر العاملين بالإذاعة والتلفزيون، كان للتشريع دوراً بارزاً فى بيان الخيط الأبيض من الخيط الأسود فى القضايا الخلافية، أو فى المسائل التى حظيت بكثير من الإجماع لسير هذه الأخلاقيات، وتظهر أخلاقيات المهنة الإعلامية فى أشكال عدة تتناولها الباحثة من خلال مطلبين:

المطلب الأول: الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات الإعلامية

المطلب الثانى: الأخلاقيات الخاصة بالعمل الإعلامى

١- د. عبد الرازق محمد الدليمى: مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن - عمان، ٢٠١٢، ص ١٠٢، راجع د. السيد بخيت: أخلاقيات العمل الإعلامى، دار الكتاب الجامعى، الإمارات العربية المتحدة - العين، ٢٠١١، ص ٣٤٦، د. السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة "الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، دار الكتاب الجامعى، الإمارات العربية المتحدة - العين، ٢٠٠٤، ص ٤٨٥،

Bernier, Marc-François: *Ethique et déontologie du journalisme*, Ed, Les Presses de l'Université Laval, Canada, 2004, pp 50-52, Civard-Racinas, Alexandrine: *La déontologie des médias*, Principes et pratiques, Ed, Ellipses, Paris 2003, p4

المطلب الأول

الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات الإعلامية

أولاً: تعريف أخلاقيات المهنة

عَرَّف قاموس الصحافة والإعلام أخلاقيات المهنة بأنها: "مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة"^(١)

فالأخلاق المهنية ليست مرتبطة بالممارسة السليمة للمهنة فحسب، بل تتبع من الأهداف السامية للكلمة، وقد عرفها جون هوهنبريج "John hohenberg" على أنها: "تلك الإلتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل إعلامي، والمتمثلة بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها"^(٢).

وشعور هذه القنوات بالمسؤولية لا يمكن أن يُفرض بحكم القانون؛ بل تأتي من رقابتها الذاتية لنفسها، والالتزامها بمعايير المهنة الرفيعة، فكلما كانت القناة ملتزمة بالقوانين حصلت على احترام وثقة الآخرين^(٣)، والقناعة السائدة أن موضوع الأخلاق الإعلامية هذا يشكل تحدياً ورهاناً للمجتمع^(٤).

ثانياً: أنواع الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات الإعلامية:

١- جون هونبرغ- ترجمة كمال عبد الرؤوف: الصحفى المحترم، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٦ ص ٥١، راجع

د. بسام عبد الرحمن المشاقبة: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ٢٠١٢، الطبعة الأولى، ص ٧٠

٢- أحمد أنور بدر: الأخلاقيات المهنية فى المكتبات وأجهزة المعلومات المعاصرة، مجلة الإتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات، الجزء الخامس، العدد العاشر، يوليو ١٩٩٨، ص ١٤

٣- جان كرم: الإعلاميون وأخلاقيات المهنة، مشروع ممول من الإتحاد الأوروبي، لبنان، ٢٠٠٨، ص ٥٧

4-Cornu, Daniel: *Ethique de L'information*, Ed, PUF, Paris, 1999, 2eme edition, P9

تتقسم الأخلاقيات الخاصة بالعمل إلى عدة أنواع؛ منها ما يتعلق بتعامل الإعلامى مع زملائه فى العمل، ومنها ما يتعلق بتعامله مع المواطنين من الجمهور المشاهد أو المستمع لأعماله، ومنها ما يتعلق بالتعامل مع مصادر معلوماته، وكذلك الأخلاقيات الخاصة بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده.

(١) الأخلاقيات الخاصة بتعامل الإعلامى مع مصادره

أ- أن يلتزم الإعلامى بسرية المصادر، لا أن يكشف عن هوية وإسم المصدر الذى استقى منه الأخبار والمعلومات

ب- حرص الإعلامى على صحة معلومات المصدر ومصداقيتها؛ لأنه سوف يكون مسئولاً عنها تجاه الجمهور

ت- حرية الوصول إلى مصادر المعلومات الموضوعية، والعمل على بثها ونشرها

ث- احترام السرية المهنية: فالسرية المهنية هى حق وإلزام فى الوقت نفسه؛ وهدفها هو حماية الإعلامى وحرية الإعلام على حد سواء، وتيسير الوصول إلى مصادر المعلومات

ج- عدم إعاقة الإعلامى لممارسة مهنته باللجوء إلى أى ضغط أو ترويع أو نفوذ لحمله على تقديم رواية غير صحيحة أو مُحرفة عن الحقائق؛ وبذلك يكون الإعلامى مُلزمًا بالامتناع عن عرض المعلومات الزائفة أو الغير المؤكدة (١)

١- آمال سعد المتولى: مدخل إلى الصحافة، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر، طنطا، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣، ص ١٩٢، راجع د. عبد الرازق محمد الدليمى: قضايا إعلامية معاصرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن-عمان، ٢٠١٢،

ص ١١٥، سعيد غريب: المعايير المهنية والأخلاقية فى البرامج الحوارية "توك شو"، مشروع ممول من الإتحاد الأوروبى ، لبنان، ٢٠٠٨، ص ١٥٤

(٢) الأخلاقيات الخاصة بتعامل الإعلامى مع المواطنين

أ- يأتى فى مقدمة هذه المبادئ الأخلاقية عدم اختراق خصوصية المواطن العادى، فكل من حياته الخاصة التى يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير، طالما أنك لا تتصدر العمل العام (١)

ب- الامتناع عن إذاعة أى معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان، أو تنقص من اعتبره، أو تسيء إلى كرامته وسمعته، فحياة الناس الخاصة وأسرار عائلاتهم ومشاكلهم الشخصية كلها أمور لا تهم الرأى العام، ولا تعنى المصلحة العامة، بل إن الخوض فيها يمس حقاً مقدساً من حقوق الإنسان، وهو حرته الشخصية فى التصرف والقول والعمل بغير رقيب إلا القانون والضمير (٢)

ت- الخوض فى الحياة الخاصة من الإعلاميين هو أمر يُعرض من قام به للوقوع تحت طائلة القانون، ويترتب على مخالفة هذا المبدأ فى بعض الأحيان الوقوع فى الجرائم التى ترتكب من خلال الوسائل الإعلامية، وهى جريمة القذف والسب

ويحظر الميثاق العالمى لحقوق الإنسان الصادر فى عام ١٩٤٨ التدخل فى حياة الفرد الخاصة بحياته وأسرته وبيته ومراسلاته، وأى إعتداء على شرف الإنسان وسمعته، وأن أى فرد له الحق فى الحماية القانونية ضد هذا التدخل والإعتداء (٣).

ث- الحصول على ثقة الجمهور هو أساس الإعلام المتميز، وبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإعلامى للقناة خالياً من أى تزييف، وأن يغطى جميع الجوانب وينشر العدالة (٤)

(٣) الأخلاقيات الخاصة بتعامل الإعلامى مع زملاء العمل

- ١- د. لىلى عبد المجيد: التشريعات الإعلامية العربية، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠، ص ١٥، راجع د. شريف درويش اللبان: الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، رؤى استراتيجية، القاهرة، ٢٠١٤، ص ١١٨
- ٢- د. عبد الرازق محمد الدليمى: الإعلام والتنمية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن-عمان، ٢٠١٢، ص ١٦٠
- ٣- أ. سلوى إمام: الصدق والثبات فى استمارتى الاستقصاء وتحليل المضمون، المجلة العلمية لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، يوليو ١٩٨٩، ص ٥٤
- ٤- د. محمد سعد خلف الله الشحيمى: من أخلاقيات زمالة العمل، دابرة الشؤون الإسلامية والعمل الخيرى، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩، ص ٨، راجع فهد بن سعود العثيمين: أخلاقيات الإدارة فى الوظيفة العامة، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٩٩٣، ص ٨٩

أ- عدم الإعتداء على زملاء المهنة بالقذف أو السب أو المعاملة السيئة من احتقار، أو السخرية من رأى الآخرين(١)

ب- عدم الإعتداء على حق زميل كسرقة مادته الإعلامية، وانتحال آراء غيره ونسبها إليه رغم أن التنظيمات الإدارية للمؤسسات العمالية قد تكفلت بالحفاظ على الكثير من أدبيات التعامل بين الزملاء، فإن هناك الإنسان وضميره، وشعوره بالأخوة والمسئولية، فالتنظيمات الأخلاقية التى كفلتها القوانين لن تسير بأريحية ويسر إلا إذا عضدها وازع الأخلاق(٢).

(٤) الأخلاقيات الخاصة بالمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده

أ- عدم التحريض على كل ما يخالف القيم والعادات والمعايير التى يقوم عليها المجتمع

ب- عدم إثارة الفاحشة

ت- عدم التحريض على العنف والسلوكيات الشاذة

ث- عدم إثارة الشهوات وما يساعد على الإنحلال والابتذال

ج- عدم التأثير على العدالة وسيرها مثل التعليق على القضايا المعروضة على القضاء

ح- عدم تجميل الجريمة وتحسين صورة المجرم، وعرض تفاصيل جريمته مهما كانت آثارها السيئة

خ- تجنب عرض صور مرتكبى الجرائم حتى تحفظ لهم حقهم فى عيش حياتهم المستقبلية

د- مراعاة قاعدة "البراءة هى الأصل" فى التقارير الإخبارية والاستطلاعات التى تعالج الشئون القضائية

ذ- مراعاة مشاعر عائلة الشخص المعنى بالأمر فى حالة إدانته، إضافة إلى وجود حماية الضحايا واحترام الكرامة الإنسانية

١- أ. أميرة العباسى: رؤية الصحفيين فى الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة الصحفية، المؤتمر العلمى السنوى

التاسع، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٣، ص ١-٧٠

٢- د. بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعى والتلفزيونى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ١٩٩٦، ص ٨٧

ر- أن يتصرف الإعلامى بشكل مسئول اجتماعياً، ويحترم مسئوليته إزاء الرأى العام وحقوقه ومصالحه(١)

ز- احترام حقوق الإنسان ومبادئ التعاون بين الشعوب والاشتراك فى الكفاح من أجل هذه الحقوق

س- عدم الدعاية للحرب أو الحز على الكراهية القومية أو العرقية أو الدينية والتي تشكل تحريضاً على العنف

ش- الامتناع عن نشر الموضوعات الخليعة والتي تُحَرِّض على الإجرام والانحرافات الجنسية وتحبذ المخدرات وما إلى ذلك

ص- الإلتزام بالقيم الثقافية المقبولة للمجتمع

ض- أن يراعى مسئوليته تجاه المجتمع الدولى فيما يتعلق باحترام القيم التي اتفق عليها المجتمع الدولى(١)

ط- احترام كرامة البشر، وعدم التعرض لحياتهم الخاصة وجعلها بمنأى عن العلانية

١- د. خالد مصطفى على فهمى إدريس: المسئولية المدنية للصحفى عن أعماله الصحفية "دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه، جامعة طنطا، كلية الحقوق، ص ٣٧، د. عبد الرازق محمد الدليمى: التخطيط الإعلامى، مرجع سابق، ص ١٧٢، الصادق رايح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعى، الإمارات العربية المتحدة- العين، الطبعة الأولى، ٢٠٠٤، ص ٢٤

٢- أ. رحيمة الطيب عسانى: مدخل إلى الإعلام والاتصال "المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة فى عصر العولمة الإعلامية"، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ٢٠١٠، ص ٣٤٥، د. أشرف فهمى خوخة: التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مكتبة الوفاء القانونية، الأسكندرية، ٢٠١٣، ص ٤٧

المطلب الثانى

الأخلاقيات الخاصة بالعمل الإعلامى

أخلاقيات المهنة الإعلامية هى: "وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية والسلوكية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعية مهنية"، وتُعرف أيضاً بأنها: "بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسئولياتهم المهنية"^(١).

تهدف الأخلاقيات إلى أن يكون الأداء المهنى وفق قواعد أخلاقية محددة- فلا يكون الأداء منافياً لهذه القواعد- بحيث يتم القيام بالأعمال المسموح بها أخلاقياً وإلا كان الأداء غير سليم من المنظور الأخلاقى^(٢).

تتنوع الأخلاقيات الخاصة بالعمل^(٣)، فهى تشمل عدة أوجه، منها السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية، والمستوى المهنى للعاملين فى هذه المؤسسات الإعلامية سواء كانت مسموعة أو مرئية، كما تشمل أخلاقيات الإعلان.

أولاً: الأخلاقيات الخاصة بالسياسات التحريرية للقناة

تقوم على الصدق والدقة فى تحرى الأخبار والموضوعية، وعدم الانحياز بالإضافة إلى النزاهة والاستقلالية:

١- **الصدق** هو: الدافع لأدبيات التعامل مع المادة الإعلامية، فالحقيقة هى المحور المحرك للإعلامى والوصول إليها ليس عن الطرق الملتوية، ولا القصيرة المشوية بما يخذش دقتها وصدقها وواقعيتها؛ بل يمكن الوصول إليها عن طرق صعبة ولكن سليمة تكون مدعاة السرور وجلب الاطمئنان إلى التميز^(٤)

١- د. مصطفى حسان | د. عبد المجيد البدوى: قاموس الصحافة والإعلام، المجلس الدولى للغة الفرنسية، لبنان، ١٩٩١، ص ١٧

٢- د. سعيد مقدم: أخلاقيات الوظيفة العمومية "دراسة النظرية التطبيقية"، دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، ١٩٩٧، ص ٥١

٣- د. حسنى محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامى، دار الكتاب الجامعى، الإمارات العربية المتحدة- العين، الطبعة

الأولى، ٢٠١٠، ص ٢٧٠

٤- د. عبد اللطيف حمزة: أزمة الضمير الخلقى، دار الفكر العربى، الطبعة الرابعة، القاهرة، ١٩٩٦، ص ١٧٥

٢- الدقة من السمات الإنسانية، وهي أكثر الأمور ارتباطاً بالمهنة، لأن الإعلامى هو العين المُبصرة والأذن الصاغية للناس كافة؛ ولذا عليه أن يكون دقيقاً فيما ينشره من حقائق فعلية (١)

٣- الموضوعية وعدم الانحياز (٢) تعتبر أفضل طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية، فالموضوعية تعنى أن يُعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور دون التأثير مباشرة بأمور الذات وقضاياها واهتماماتها، ولا بالعواطف والتصورات، فالإعلامى الحق يتجرد من أهواءه الحزبية والفكرية والاجتماعية والسياسية حين يعرض الخبر

٤- النزاهة: تعنى تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد، وتجنب الخلط بين الأمور؛ مثل الخلط بين الخبر والتعليق، وبين الصالح العام والصالح الخاص، كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى

٥- الاستقلالية: عبارة عن معيار أخلاقى مهنى متعلق بالسلوك الفردى، وعليه استقلالية المهنة ونزاهة العامل فى جمع ونشر الأنباء والمعلومات والآراء على الجمهور؛ ينبغى مد نطاقها لتشمل كل العاملين فى وسائل الإعلام الجماهيرى، والاستقلالية فى العمل وعدم الخضوع لأى تأثير أو رقابة داخلية- المنشأة- كانت أم خارجية- الجمهور-، والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها (٣)

هناك أيضاً بعض الإلتزامات المهنية الإضافية يفرضها التطور التكنولوجى وتتمثل فى بعض القواعد التى ينبغى أن يلتزم بها العاملون فى بنوك المعلومات أهمها:

-
- ١- أ. السيد بخيت: العمل الصحفى فى مصر "دراسة سيكولوجية للصحفيين المصريين"، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨، ص ١٧٤، راجع د. سامى عزيز: الصحافة مسئولية وسلطة، دار التعاون للطبع والنشر، القاهرة، ١٩٨١، ص ١٧، قيس عوض: فنون الاتصال، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٥، ص ١٣٤
- ٢- د. عبد الله زلطة: فن الخبر "الأسس النظرية والتطبيقات العملية"، دار المصطفى للطباعة والترجمة، بنها، ٢٠٠٣، ص ٨٢، راجع د. سليمان صالح: إشكالية الموضوعية فى وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام، العدد الثالث، القاهرة، ٢٠٠١، ص ١٣٥، د. عبد الفتاح عبد النبى: الصحافة المعاصرة، دار الشروق، بيروت، ١٩٩٨، ص ٧١، د. عبد الكريم الجاسم: معايير الإعلام فى القرن العشرين، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٣، ص ٥٥، جون مارتين وآخرون- ترجمة على درويش: نظم الإعلام المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩١، ص ٩٩
- ٣- أ. سعيد الغريب النجار: التصوير الصحفى الفيلمى والرقمى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٢٩، راجع سامى زيبان: الصحافة اليومية والإعلام، دار المسيرة للصحافة والطباعة، بيروت، ١٩٨٧، ص ٣٥٥

١) الحفاظ على أسرار المهنة والإلتزام بعدم التصريح بالإطلاع على معلومات معينة إلا للمصرح لهم بذلك فقط

٢) الحصول على موافقة الشخص الذى يتم تخزين المعلومات عنه، فيما عدا الحالات التى ينص عليها القانون صراحة كالأمن القومى والإجراءات الجنائية، وبصفة خاصة بالنسبة للبيانات الخاصة بالآراء السياسية والدينية والعنصرية والأصول العرقية(١)

هناك إلتزامات خاصة بالمراسلين الذين يعملون فى البلاد الأجنبية بأن تكون كتاباتهم عن هذه البلاد دقيقة وعادلة.

من خلال ماتقدم نستخلص أهم مبادئ السياسات التحريرية الأخلاقية فى:

١. الصدق والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير إعلامية، وإسناد الحقائق إلى مصادرها
٢. تجنب التحريف والتشويه أو إخفاء بعض المعلومات الهامة
٣. التمييز بين ما هو خبر أو وقائع، وبين ما هو رأى واستنتاجات
٤. الإنصاف والتوازن ومعاملة كل الأطراف بشكل متساو، وعرض كل وجهات النظر واحترام كل الأطراف فى التعبير عن آرائها
٥. عدم الخداع فى أساليب تقديم المعلومة واستخدام العناوين والصور
٦. نقل الأنباء وكتابتها دون تحيز أو خداع أو تضليل
٧. الإلتزام قدر الإمكان بالموضوعية والصدق
٨. الحرص على العمل من أجل التدفق الحر والمتوازن للإعلام
٩. عدم نشر معلومات غير مؤكدة، أو لأهداف دعائية
١٠. احترام أسرار المهنة

١- د. أشرف فهمى خوخة: التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مرجع سابق، ص ٤٥، راجع د. جمعة أحمد قاجة: التشريعات الإعلامية ومستقبل العمل الإعلامى الرسمى، المؤتمر السنوى الحادى عشرة، "مستقبل وسائل الإعلام العربى"، الجزء الرابع، القاهرة، ٢٠٠٥، د. بسام عبد الرحمن المشاقبة: فلسفة التشريعات الإعلامية دراسة مقارنة بين التشريعات الحداثية الإعلامية والغربية"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، ٢٠١١، ص ١٤٠

١١. الإلتزام بأحكام القانون

١٢. الامتناع عن التشهير أو الاتهام بالباطل والقذف والسب

١٣. عدم انتحال آراء الغير ونسبها إلى نفسه

١٤. عدم التحريض على أى عمل غير قانونى ضد أى شخص أو مجموعة من الأشخاص

١٥. عدم نشر أمور من شأنها التأثير فى سير العدالة، حتى تتوافر الضمانات للمتهمين فى

محاكمة عادلة أمام قاضيهـم الطبيعى، فلا يجوز محاكمتهم على صفحات الصحف قبل

حكم القضاء، والامتناع عن نشر أنباء جلسات المحاكم السرية(١)

ثانياً: الأخلاقيات الخاصة بمعايير المستوى المهنى للإعلاميين(٢)

١- يجب أن يتمتع الإعلامى بدرجة عالية من الرفعة، بحيث يضع فى تفكيره فكرة الإعلامى

الصالح؛ الذى يسعى إلى التفوق فى مهنته مُلتزماً بقوانينها، لا ساعياً وراء مصلحة

شخصية أو ذاتية

٢- ألا يقبل أى رشاوى مُغرية مقابل إنجاز مصلحة للغير، وألا يجمع بين عمله وجلب

الإعلانات

٣- يجب أن يتمتع الإعلامى بالمظهر الجيد، ويسعى دائماً إلى النجاح فى عمله؛ وبالتالي

نجاح القناة التى يعمل بها

٤- يجب عليه أن يتمتع بثقافة عالية ورؤيا جيدة للأمور(٣)

٥- الإلتزام الإعلامى بمستوى أخلاقى عالٍ، بحيث يتمتع بالنزاهة ويمتنع عن كل ما يُسئ

لمهنته، كأن يكون دافعه للكتابة مصلحة شخصية على حساب الصالح العام

١- د. بشير أحمد صالح على: مسئولية الصحفى المدنية فى حالة المساس بسمعة الشخص العام "دراسة مقارنة"، رسالة

دكتوراه، جامعة طنطا، كلية الحقوق، ص ١٥٦

٢- د. فارس عطوان: الفضائيات العربية ودورها الإعلامى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، الطبعة الثانية، ٢٠٠١

ص ١٦٢، راجع د. محمد المحجوب: أخلاقيات العمل الصحفى، دار الشروق، عمان، ٢٠٠٠، ص ٦

٣- د. محسن عبد الحميد إبراهيم البيه: النظرية العامة للإلتزامات، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، الجزء الثانى ٢٠٠١،

ص ٦

٦- عليه فى هذا الإطار أن ىمتنع عن العمل مع أجهزة المخابرات لتزويدها بالمعلومات والقيام بأعمال التجسس لحسابها تحت ستار واجباته المهنية(١)

ثالثاً: الأخلاقيات الخاصة بالإعلان

- ١- الحفاظ على الآداب والأخلاق العامة
- ٢- الحرص على تجنب نشر الإعلانات الخاصة بالخمور والمخدرات والسجائر واليانصيب والمضاربات المالية
- ٣- عدم عرض الإعلانات التى تشتمل على السب والقذف والألفاظ النابية وانتهاك الآداب العامة
- ٤- الحرص على نسبة المادة الإعلانية المتفق عليها دولياً
- ٥- الحرص على مضمون الإعلان وما يدعو إليه من قيم وسلوكيات قد لا تتفق مع معايير ومبادئ المجتمع والممارسات القومية
- ٦- عدم استغلال المرأة أو الطفل كأداة ترويجية وبيعية(٢)

وترى الباحثة أن ضبط معايير ما لممارسة مهنة معينة لا يمكن أن يكون من الأمور العبيئية، ولذلك فإنه من الضرورى الوقوف ولو بصفة عرّضية حول الأهداف التى كمنت وراء وضع معايير السلوك المهنى فى العمل الاعلامى.

-
- ١- د. أشرف فهمى خوخة: التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مرجع سابق، ص ٤٥
 - ٢- فاطمة حسين عواد: الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، ٢٠٠٩، ص ٩٥، راجع د. عبد المنعم الميلادى: الإعلام، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٧، ص ١٤، د. راسم محمد الجمال: الاتصال والإعلام فى العالم العربى، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦، ص ١٧٣، عبد العزيز حمد عبد الله حسن: وسائل الإعلام والإعلان، مجلة عالم الاقتصاد، رقم العدد ١٦٨، ٢٠٠٦/١/١، د. محمد حسين منصور: المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٩، ص ٣٣٠، د. أحمد محمد غنيم: الإعلان، المكتبة العصرية، القاهرة، ٢٠٠٨، ص ٥٨، د. هويدا مصطفى: الإعلان فى الأنظمة الإعلامية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٩، ص ١٧١، د. النور مع الله أحمد: الإعلان "الأسس والمبادئ"، دار الكتاب الجامعى، العين، ٢٠٠٥، ص ١٩٢، د. على السلمى: الإعلان، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٧٨، ص ١٠٧

الخاتمة

النتائج والتوصيات

أولاً: النتائج

يتضح لنا من خلال هذا البحث أن:

١- كثير من الجمهور لا يطلع على الموثيق الأخلاقية للإعلام، ولا يعلم الواجبات والأخلاقيات التي يجب على وسائل الإعلام أن تلتزم بها، لأن معرفة المتلقى للموثيق الأخلاقية للإعلام تمثل المقياس الذي يقيس به أداء الوسيلة الإعلامية ومدى التزامها، وبيتعد بذلك عن التفكير الخاطيء الذي يفترض بشكل غير صحيح أن مالك القناة الفضائية له أن يعرض فيها ما يشاء بدون أى ضوابط وأى التزامات وأى أخلاقيات!!

٢- يجب أن يكون هناك حل لمشكلة عدم إلتزام بعض وسائل الإعلام بالموثيق الأخلاقية، فحن مثلاً نلاحظ أن وسيلة الإعلام التي تعندى على شخص معين بذاته يستطيع مقاضاتها لدى الجهات الرسمية، ويحصل بذلك على حقه المادى والمعنوى، بينما تظل قضية انتهاك أخلاقيات الإعلام التي لا تتعلق بشخص معين بذاته بدون حل واضح حتى الآن.

ثانياً: التوصيات

ترتبط أخلاقيات الممارسة الإعلامية فى دول عديدة ومن بينها مصر بالتقاليد والأعراف أكثر من ارتباطها بالقوانين؛ لذا اهتم العديد من بلدان العالم لتحقيق المصدقية وأمن وأمانة الكلمة لدى المتلقى بإصدار موثيق شرف إعلامية، تحوى المعايير الأخلاقية التي يجب أن يسير على نهجها رجال الإعلام، فمن الضروري أن يتعرف الإعلامى على هذه الموثيق حتى يستطيع تقديم رسالة هادفة ثقافياً وفكرياً لملايين المستمعين والمشاهدين.

وعلى ذلك توصى الباحثة بعدد من التوصيات التي توصلت إليها بعد دراستها لهذا الموضوع وذلك على النحو التالى:

إلتزاماً بما تنص عليه المواثيق والمعاهدات الدولية من تعزيز حرية التعبير والإعلام، وإلتزاماً بالضوابط المتعددة والواجبات والحقوق والقيود المنصوص عليها فيها، تجدر الإشارة إلى أهمية قيام الدول العربية بما يلي:

١- تبني منهجية إعلامية عامة لوضع ضوابط تنظم البث الإعلامي المحلى والخاص- عابر القارات- على المستوى السمعى والبصرى والإلكترونى، فضلاً عن ضرورة إلتزام كل مؤسسة أرقام البث الإعلامي بإصدار مدونات سلوك المهنة، وضوابطها

٢- يجب أن يلتزم الإعلامي بالأسس الذاتية للرقابة، وأن يعتمد على المنطلقات الأخلاقية فى كل تصرفاته وأنشطته المهنية، لأنه كشخصية عامة يجب أن يعرف بأنه موضع ثقة وإعجاب الكثيرين، لذا عليه أن يكون على قدر كبير من المسؤولية

٣- إنشاء مراكز لتدريب الإعلاميين الجدد بالتعاون بين مراكز التدريب الموجودة، وتنظيم برنامج تدريبي مستمر للإعلاميين الممارسين، يستهدف تدعيم وعيهم بميثاق الشرف الإعلامي وأخلاقيات العمل الإعلامي، ومشكلات التطبيق فى الممارسة العملية

٤- ضرورة تدريب الإعلاميين على ممارسة أعمالهم بمسؤولية لتحقيق الصالح للفرد والمجتمع، وعمل دورات تدريبية للإعلاميين من مندوبين ومحررين وجميع العاملين فى المؤسسات الإعلامية، وحثهم على احترام الدقة والموضوعية والإلتزام بالصدق

٥- إجراء الدراسات والبحوث العلمية عن أخلاقيات العمل الإعلامي، وتدريبها كمنهاج لطلاب الإعلام فى الكليات والمعاهد، وتخصيص مقرر مستقل حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية بشقيها النظرى والعملى، ضمن البرامج الدراسية فى كليات وأقسام الإعلام فى الجامعات المصرية والعربية، يراعى التأثيرات المستحدثة للوسائل الإلكترونية الجديدة كالإنترنت والفضائيات على أداء الوسائل التقليدية

٦- أن تقوم كلية الإعلام جامعة القاهرة بإصدار دليل يتضمن حصراً بنصوص القوانين واللوائح والمواثيق المنظمة للممارسات الإعلامية والإعلانية فى كافة الوسائل، وتوزيعه على المؤسسات الإعلامية ووكالات الإعلان ونقابة الصحفيين واتحاد الإذاعة والتليفزيون

٧- تفعيل دور الجمهور ومنظمات المجتمع المدني فى الحكم على المضامين والأشكال الإعلامية، فى وسائل الإتصال فى مصر، بالدعوة إلى تأسيس جمعيات حماية جمهور وسائل الإعلام من الممارسات غير الأخلاقية لبعض هذه الوسائل، وتوفير الضمانات التشريعية لتقوم هذه الجمعيات بدورها فى التقاضى نيابة عن الجمهور

٨- التأكيد على ضرورة إتزام الممارسات الإعلامية المختلفة بالمسئولية الاجتماعية وأخلاقيات المهنة، فى تناول كافة القضايا والموضوعات، وتفعيل التشريعات والمواثيق الأخلاقية الحالية لتقوم بدورها فى ضبط الأداء الإعلامى

٩- إنشاء نقابة كمرجعية موحدة تجمع إعلامى الوسائل المسموعة والمرئية، والتوافق بين أعضاء هذه النقابة على ميثاق حول السلوكيات الأخلاقية فى الإعلام، تكون من ضمن وظائفها تقديم الدعم للإعلاميين

تتمنى الباحثة أن تكون قد وفقت فى تحفيز الباحثين للتصدى إلى هذا الموضوع، وهذا البحث المقتضب لا ترى فيه إلا نقطة انطلاق نحو إيجاد دراسات أكثر شمولية للعمل على فاعلية مواثيق الشرف الإعلامية

والله ولى التوفيق

المراجع

أولاً: الكتب

- د.أحمد محمد غنيم: الإعلان، المكتبة العصرية، القاهرة، ٢٠٠٨
- د.أشرف فهمى خوخة: التشريعات الإعلامية بين الرقابة وحرية التعبير، مكتبة الوفاء القانونية، الأسكندرية، ٢٠١٣
- د.السيد بخيت: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة- العين، ٢٠١١
- د.السيد بخيت: الإنترنت وسيلة اتصال جديدة "الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية"، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة- العين، ٢٠٠٤
- د.السيد بخيت: العمل الصحفي في مصر "دراسة سيكولوجية للصحفيين المصريين"، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٨
- الصادق رابح: الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة العين، الطبعة الأولى، ٢٠٠٤
- د.النور مع الله أحمد: الإعلان "الأسس والمبادئ"، دار الكتاب الجامعي، العين، ٢٠٠٥
- آمال سعد المتولى: مدخل إلى الصحافة، دار ومكتبة الإسراء للطبع والنشر، طنطا، الطبعة الأولى، ٢٠٠٣
- د.بركات عبد العزيز: الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ١٩٩٦
- د.بسام عبد الرحمن المشاقية: أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، الطبعة الأولى، ٢٠١٢
- د.بسام عبد الرحمن المشاقية: فلسفة التشريعات الإعلامية دراسة مقارنة بين التشريعات الحدائية الإعلامية والغربية"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن- عمان، ٢٠١١
- د.جورج صدقة: الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت، ٢٠٠٨
- جون مارتن وآخرون- ترجمة على درويش: نظم الإعلام المقارنة، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩١

- جون هونبرغ-ترجمة كمال عبد الرؤوف: **الصحفي المحترم**، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٦
- د.حسنى محمد نصر: **قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي**، دار الكتاب الجامعى، الإمارات العربية المتحدة- العين، الطبعة الأولى، ٢٠١٠
- د.راسم محمد الجمال: **الاتصال والإعلام فى العالم العربى**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٦
- د.رحيمة الطيب عسانى: **مدخل إلى الإعلام والاتصال "المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة فى عصر العولمة الإعلامية"**، عالم الكتب الحديثة، الأردن، ٢٠١٠
- د.سامى زيبان: **الصحافة اليومية والإعلام**، دار المسيرة للصحافة والطباعة، بيروت، ١٩٨٧
- د.سامى عزيز: **الصحافة مسئولية وسلطة**، دار التعاون للطبع والنشر، القاهرة، ١٩٨١
- د.سعدى محمد الخطيب: **التنظيم القانونى لحرية الإعلام المرئى والمسموع**
- أ.سعيد الغريب النجار: **التصوير الصحفى الفيلمى والرقمى**، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ٢٠٠٨
- د.سعيد مقدم: **أخلاقيات الوظيفة العمومية "دراسة النظرية التطبيقية"**، دار الأمة للطباعة والترجمة والنشر والتوزيع، الجزائر، الطبعة الأولى، ١٩٩٧
- د.سليمان صالح: **أخلاقيات الإعلام**، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، ٢٠٠٣
- د.شريف درويش اللبان: **الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد**، رؤى استراتيجية، القاهرة، ٢٠١٤
- د.عبد الرازق محمد الدليمى: **أخلاقيات الإعلام وتشريعاته فى القرن الحادى والعشرين**، دار اليازورى، الأردن-عمان، ٢٠١٥
- د.عبد الرازق محمد الدليمى: **التخطيط الإعلامى**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، ٢٠١٢
- د.عبد الرازق محمد الدليمى: **الإعلام والتنمية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن-عمان، ٢٠١٢
- د.عبد الرازق محمد الدليمى: **قضايا إعلامية معاصرة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن-عمان، ٢٠١٢

- د. عبد الرزاق محمد الدليمي: **مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن - عمان، ٢٠١٢
- د. عبد الفتاح عبد النبي: **الصحافة المعاصرة**، دار الشروق، بيروت، ١٩٩٨
- د. عبد الكريم الجاسم: **معايير الإعلام في القرن العشرين**، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، ١٩٩٣
- د. عبد اللطيف حمزة: **أزمة الضمير الخلقى**، دار الفكر العربى، القاهرة، الطبعة الرابعة، ١٩٩٦
- د. عبد الله زلطة: **تشريعات الصحافة والإعلام فى مصر**، دار المصطفى للطباعة والترجمة، بنها، ٢٠٠٣
- د. عبد الله زلطة: **تشريعات الصحافة والإعلام**، دار الفكر العربى، القاهرة، ١١٩٩٠
- د. عبد الله زلطة: **فن الخبر "الأسس النظرية والتطبيقات العملية"**، دار المصطفى للطباعة والترجمة، بنها، ٢٠٠٣
- د. عبد الله زلطة: **مدخل إلى الصحافة**، دار الفكر العربى، القاهرة، ٢٠٠٢
- د. عبد المنعم الميلادى: **الإعلام**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، ٢٠٠٧
- عبير الرحباني: **الإعلام رسالة ومهنة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، ٢٠١١
- د. على السلمى: **الإعلان**، مكتبة غريب، القاهرة، ١٩٧٨
- د. فارس عطوان: **الفضائيات العربية ودورها الإعلامى**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، الطبعة الثانية، ٢٠٠١
- د. فاطمة حسين عواد: **الاتصال والإعلام التسويقي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن - عمان، ٢٠٠٩
- د. فهد بن سعود العثيمين: **أخلاقيات الإدارة فى الوظيفة العامة**، مؤسسة الرسالة، بيروت، ١٩٩٣
- د. قيس عوض: **فنون الاتصال**، دار الفكر العربى، القاهرة، ١٩٩٥
- د. كامل مطر: **تشريعات إعلامية**، كلية القانون والممارسات الفضائية، الأردن، ٢٠٠٨
- د. ليلى عبد المجيد: **التشريعات الإعلامية العربية**، دار النهضة العربية، القاهرة، ٢٠٠٠
- د. ليلى عبد المجيد: **تشريعات الصحافة فى مصر وأخلاقياتها "رؤية تحليلية"**، العربى للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٩

د.محسن عبد الحميد إبراهيم البيه: النظرية العامة للإلتزامات، مكتبة الجلاء الجديدة، المنصورة، الجزء الثاني ٢٠٠١

د.محمد المحجوب: أخلاقيات العمل الصحفي، دار الشروق، عمان، ٢٠٠٠

د.محمد حسين منصور: المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، ٢٠٠٩

د.محمد سعد خلف الله الشحيمي: من أخلاقيات زمالة العمل، دايرة الشئون الإسلامية والعمل الخيري، الإمارات العربية المتحدة، الطبعة الأولى، ٢٠٠٩

أ.محمد فتحي: عالم بلا حواجز، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ١٩٨٢

د.ناهد صالح: العلم والأخلاقيات"دراسات فى أخلاقيات قياس الرأى العام، المركز القومى للبحوث الاجتماعية القاهرة، ١٩٩٦

د.هويدا مصطفى: الإعلان فى الأنظمة الإعلامية المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩٩

ثانياً: الرسائل العلمية

١- رسائل الدكتوراه

د.بشير أحمد صالح على: مسؤولية الصحفي المدنية فى حالة المساس بسمعة الشخص العام"دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه، جامعة طنطا، كلية الحقوق

د.خالد مصطفى على فهمى إدريس: المسؤولية المدنية للصحفى عن أعماله الصحفية"دراسة مقارنة"، رسالة دكتوراه، جامعة طنطا، كلية الحقوق

٢- رسائل ماجستير:

أ.عمرو محمد محمود عبد الحميد: حقوق الطفل كما تعكسها برامج الأطفال فى إذاعة وتلفزيون مصر "دراسة مسحية"، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية

الإعلام، ٢٠١٢

ثالثاً: المجالات والدوريات

أحمد أنور بدر: الأخلاقيات المهنية فى المكتبات وأجهزة المعلومات المعاصرة، مجلة الاتجاهات الحديثة فى المكتبات والمعلومات، الجزء الخامس، العدد

العاشر، يوليو ١٩٩٨

سلوى إمام: الصدق والثبات فى استمارتى الاستقصاء وتحليل المضمون، المجلة العلمية لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الأول، يوليو ١٩٨٩

د.سليمان صالح: إشكالية الموضوعية في وسائل الإعلام، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، العدد الثالث، القاهرة، ٢٠٠١

-عبد العزيز حمد عبد الله حسن: وسائل الإعلام والإعلان، مجلة عالم الاقتصاد، رقم العدد ١٦٨، ٢٠٠٦/١/١

رابعاً: الأبحاث والندوات

-أميرة العباسي: رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة الصحفية، المؤتمر العلمي السنوى التاسع، أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، مايو ٢٠٠٣

-جان كرم: الإعلاميون وأخلاقيات المهنة ، مشروع ممول من الاتحاد الأوروبي ، لبنان ، ٢٠٠٨

د.جمعة أحمد قاجة: التشريعات الإعلامية ومستقبل العمل الإعلامى الرسمى، المؤتمر السنوى الحادى عشرة، "مستقبل وسائل الإعلام العربى"، الجزء الرابع، القاهرة، ٢٠٠٥

-حنان يوسف: أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف الإعلامية، ورقة عمل مقدمة فى مؤتمر الإعلاميات السادس، الأردن-عمان، ٢٠٠٧

-سعيد غريب: المعايير المهنية والأخلاقية فى البرامج الحوارية "توك شو"، مشروع ممول من الإتحاد الأوروبى، لبنان، ٢٠٠٨

-طونى فرنسيس: الإعلام اللبناني بين الخبر والرأى والخبرات المفقودة، مشروع ممول من الإتحاد الأوروبى، لبنان، ٢٠٠٨

-فايزة يخلف: إشكالية التشريع القانونى فى ظل العولمة الإعلامية، ورقة عمل مقدمة فى الملتقى الدولى الثالث "أخلاقيات الممارسة الإعلامية بين ضوابط القانون وواقع المهنة"، ٢٦-٢٧ أكتوبر ٢٠١٠، المركز الجامعى خميس مليانة

-كريستيان أوسى: أخلاقيات الإعلام أم الأدبيات الإعلامية، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر أخلاقيات الإعلام فى العالم العربى، النظرية والتطبيق والتحديات المستقبلية، لبنان، بيروت، الجامعة الأمريكية، فى الفترة من ٩-١١ يونيو، ٢٠٠٤

خامساً: المعاجم والقواميس

-د.مصطفى حسان ا.د.عبد المجيد البدوي: قاموس الصحافة والإعلام، المجلس الدولي للغة

الفرنسية، لبنان، ١٩٩١

سادساً: المراجع الأجنبية

١- المراجع الفرنسية

- Bernier, Marc-François: **Ethique et déontologie du journalism**, Ed, Les Presses de l'Université Laval, Canada, 2004
- Bertrand, Jean-Claude: **Déontologie des medias, Les exigences de la démocratie**, Revue Médias Pouvoirs, N 4, troisième trimestre 1998
- Civard-Racinas, Alexandrine: **La déontologie des medias, Principes et pratiques**, Ed, Ellipses, Paris 2003
- Cornu, Daniel: **Ethique de L'information**, Ed, PUF, Paris, 2eme edition, 1999
- Willett, Gilles: **La communication modélisée**, Ed, ERPI, Ottawa, Canada, 1992
- La Convention relative au Droit international de rectification du 31 mars. 1953

٢- المراجع الإنجليزية

- Clement Jones: **Mass Media Codes of Ethics and Council**, A Comparative International study on Professional Standards, France, UNESCO, Press, 1980

- Cooper Thomas W: **New technology effects inventory**, Forty Leading ethical issues, Journal of Mass Media Ethics, 1998
- Frost,Chris: **journalism ETHICS and Régulation**,2nd edition ,Pearson Longman ,London , 2008
- David Berry: **Journalism Ethics and Society**, Burlington, Ashgate Publishing Limited, 2008
- George W. Reynold: **Ethics in information technology**, 3ed, Boston, course technology, 2010
- Kai Hafez et al: **Media Ethics in The Dilogue of Cultures**, Hamburg, Deutsches Orient Intitute

سابعاً: المواقع الإلكترونية

مبادئ تنظيم البث والاستقبال <http://www.adrare.net/XYZNWSK/snpm1.htm>

الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية

ميثاق الشرف الإعلامي العربي على:

<http://www.moinfo.gov.eg/page.php?ID=3>, Date of Search: 20/8/2013

الفهرس

ص	الموضوع
٢	المقدمة
٦	موثيق الشرف الإعلامية
٨	المبحث الأول موثيق الشرف الإعلامية الدولية والإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامي
٩	المطلب الأول: موثيق الشرف الإعلامية الدولية المنظمة للنشاط الإعلامي
١٣	المطلب الثاني: موثيق الشرف الإعلامية الإقليمية المنظمة للنشاط الإعلامي
١٣	الموثيرق الإعلامية العربية
١٦	الموثيرق الإعلامية المصرية
١٩	المبحث الثاني أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية
٢٠	المطلب الأول: الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات الإعلامية
٢٠	تعريف أخلاقيات المهنة
٢١	أنواع الأخلاقيات الخاصة بالمعاملات الإعلامية
٢٥	المطلب الثاني: الأخلاقيات الخاصة بالعمل الإعلامي
٣٠	الخاتمة
٣٣	المراجع
٤٠	الفهرس