

"مقررات أخلاقيات الإعلام في برامج الجامعات العربية ودورها في تعزيز التكوين المهني للصحفيين"

د. بسام عطية محمد المكاوي*

مقدمة:

في السنوات القليلة الماضية، قفز موضوع الأخلاق الإعلامية إلي الواجهة، وحظي باهتمام المؤسسات المهنية والأكاديمية علي حد سواء حيث خصصت له العديد من الجامعات العربية، مؤتمرات علمية بأكملها، كما عقدت المؤسسات المهنية ومنظمات المجتمع المدني العديد من ورش العمل والدورات التدريبية في حملات التوعوية في هذا الشأن. وقد ظهر العديد من التقارير التي أصدرتها الجهات المتخصصة بما يوضح المخاطر التي تترتب علي عدم الالتزام بالأخلاقيات من جانب وسائل الإعلام.

ورغم أن موضوع أخلاقيات المهنة الإعلامية ليس بجديد، فقد كانت أول محاولة لوضع ميثاق لأخلاقيات مهنة الصحافة في فرنسا عام ١٩١٨ بعد الحرب العالمية الأولى مباشرة، وندد هذا الميثاق بالوسائل غير أخلاقية للحصول علي المعلومات وعدم قبول أي شكل من أشكال الرشوة تلاها ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية في الولايات المتحدة ١٩٢٣، وميثاق شرف المهنة في بريطانيا حيث قام الصحفيون بوضع ميثاق لشرف المهنة الصحفية بمبادرة منهم وبعد ذلك قام الاتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة ١٩٣٠، وعهد الشرف الصحفي في بوردوا ١٩٣٩، ثم الإعلان الصادر عن اليونسكو في مكسيكو عام ١٩٨٠ (مكاوي، ١٩٩٤).
وفيما يخص المحاولات العربية فقد كانت أول محاولة في مصر عام ١٩٦٠ تحت عنوان "ميثاق الشرف للمشتغلين في وسائل الإعلام" ثم ميثاق الشرف الإعلامي العربي الذي أقره مجلس الجامعة العربية في ١٤ سبتمبر ١٩٧٨ (حمزة، ٢٠٠٢).

ولكن ظهرت من جديد الحاجة الملحة لتنزيه المهنة وتشجيع ممارستها علي أساس قيم أخلاقية، في ظل ظهور عوامل مستجدة أدت إلي أهمية طرح هذا الموضوع، لاسيما مع تركيز وسائل الإعلام في كيانات كبيرة يسيطر عليها القطاع

(* الأستاذ المساعد بقسم الصحافة بالجامعة القاسمية - الإمارات العربية المتحدة.

الخاص الهادف للربح في المقام الأول، كما أن المشهد الذي يعمل فيه الصحفيون الآن يختلف كثيرا عن المشهد الذي شهده القرن العشرين. فقد تطلب ظهور وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية طريقة جديدة للنظر في المسائل الأخلاقية التي تواجه الصحفيين الممارسين، مما زاد من أهمية وضع إطار أخلاقي لمهنة الصحافة بقصد تجنب الشعوب سلبيات الممارسة الإعلامية وتحقيق رسالة إعلامية فعالة تتسم بالموضوعية.

فالممارسة الصحفية الكلاسيكية كانت تنضبط بمجموعة من القواعد و المبادئ والأخلاقيات التي يلتزم بها الصحفي في أداء مهنته وعلى رأسها المصداقية والموضوعية، غير أن البيئة التواصلية الافتراضية الجديدة أدت إلى انبعاث أنماط جديدة من المعلومات و الأخبار التي قد تكون غير دقيقة أو غير معلومة المصدر وبذلك تتخلي عن الالتزام بقيم المصداقية والحرفية.

وبالرغم من تغير خارطة تكنولوجيا التواصل وتأثيرها في بيئة ومنظومة الممارسة الإعلامية إلا أنه يتعين على الصحفي أن يتمسك بمبادئ وأخلاقيات المهنة الصحفية مع ممارسة حقه في الاتصال والوصول إلى المعلومات. و في ظل تعاظم تأثير الإنترنت وتطبيقاتها على مهنة الصحافة على المستوى التقني و الموضوعي اتجهت المؤسسات الصحفية الغربية إلى توطين مبادئ وأخلاقيات جديدة تتماشى مع التغيرات التي طالت مهنة الصحافة حتى تصونها وترتقي بها .

ويؤكد الكثير من العلماء والممارسين في مجال الصحافة علي أن التغيرات في ممارسات الصحافة، والتطورات في تكنولوجيايات الإعلام الجديدة، واللوائح القانونية، وأنماط الملكية المتغيرة، لعبت دورا في خلق توترات أخلاقية للصحفيين، كما تفر الاستكشافات في أخلاقيات الإعلام العالمية بأن الصحفيين في جميع أنحاء العالم يواجهون ضغوطا متزايدة للالتزام بممارسات أخلاقية متنوعة على الصعيدين المحلي والعالمي على حد سواء، مع تصاعد العولمة والسعي العام إلى تحقيق صحافة نزيهة (Ayish, Rao & Routledge, 2013).

ويؤكد مايرز (Meyers, 2010) أن الالتزام بالقيم الأساسية والالتزام بالممارسات المهنية، يعد بمثابة خط الدفاع الأول الذي حافظ علي الصحافة من التحولات المتعددة التي مرت بها.^(٥)

كما أن الأخلاقيات تعد من أهم المداخل المستخدمة في دراسة وممارسة العمل الإعلامي في المجتمعات الحديثة، ومن بينها المجتمعات العربية، في ضوء الحاجة

الملحة إلى ضوابط واضحة تسهم في تمكين الإعلاميين ومؤسساتهم من اتخاذ القرارات المناسبة والصائبة أثناء تأديتهم لعملهم بعيداً عن إلحاق الأذى بأنفسهم وبالآخرين من حولهم.

١- الدراسات السابقة:

اهتمت العديد من الدراسات العربية والأجنبية بمجال أخلاقيات الصحافة والإعلام، فهناك دراسات تناولت الأخلاقيات الإعلامية من خلال مسح الممارسات الصحفية للوسيلة وأخرى تناولت الأخلاقيات من خلال استقصاء القائم بالاتصال وثالثة اهتمت بتدريس مقررات الأخلاقيات الإعلامية في الجامعات، حيث أشار (عايش، ٢٠١٦)، في دراسته "تدريس أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية: نحو قيم ومنهجيات جديدة، إلي ضرورة العمل على تطوير المناظير الأخلاقية العربية في الحقل الإعلامي، لتستمد روحها ومفاهيمها من المنظومة العربية الإسلامية والممارسات المهنية الحديثة في الإعلام، فضلاً عن التفاعل البناء مع المؤسسات الإعلامية وممارسي العمل الإعلامي من المهنيين، لإثراء المناهج الدراسية والعملية التعليمية بأفكارهم ورؤاهم عن أفضل الممارسات الإعلامية الملائمة للبنية الأخلاقية العربية. كما أكد علي ضرورة وجود دبلوم عال لتدريس الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي أسوة بكلية الإعلام جامعة القاهرة، وانتهت الدراسة إلي أن المقررات الدراسية في الجامعات العربية رغم أنها تتضمن مكونات أخلاقية مهمة في الإعلام والاتصال الجماهيري، فإن تلك المقررات تعاني مشكلات عدة، تتمثل في اعتمادها المفرط على المنهج المعياري والوصفي على حساب المنهج النظري والتحليلي المستند إلى الممارسات الإعلامية الحقيقية في الفضاء الاتصالي العربي.

كما قام مارتونو (Martono, 2017)، في دراسته حول تدريس أخلاقيات الصحافة، ببناء نموذج تجريبي لتدريس أخلاقيات الصحافة يُمكن الطلاب من فهم أفضل لأخلاقيات الصحافة واستكشاف الالتزام الأخلاقي على أساس الثقافات المحلية بحيث يكون لديهم تفكير أخلاقي أوسع عند الممارسة العملية. وخلصت الدراسة إلى أن الترتيب التسلسلي للمواد / المحتوى التدريسي يلعب دوراً مهماً جداً في نجاح هذه الطريقة، كما أن استخدام عبارات جافان يحسن بشكل كبير فهم الطلاب حول التفكير الأخلاقي وتطبيقه في الممارسات الصحفية.

وسعت دراسة (نصر، ٢٠١٦)، حول مدى إدراك طلبة الاتصال لمفاهيم أخلاقيات الإعلام، إلى التعرف علي اتجاهات دارسي الإعلام نحو درجة أهمية

أخلاقيات الممارسة الإعلامية على كل المستويات، كما سعت إلى قياس مدى إدراكهم لأسس ومفاهيم أخلاقيات الإعلام سواء منهم من درس مساق أخلاقيات الإعلام أو من لم يدرس بعد، بغرض عقد مقارنة تظهر مدى أهمية تدريس المساق بصورته الحالية ومدى الحاجة إلى تطويره، وتوصلت الدراسة إلى ضرورة تطوير مساقات أخلاقيات الإعلام لتتماشي مع ما نعيشه في عصر المعلومات والإعلام بمستجداته المتلاحقة التي تتطلب مواكبتها وتقييم معاييرها المهنية، بما يتوافق مع تراثنا وثقافتنا وهويتنا الوطنية.

واقترح **كولفين (Colvin, 2015)**، تطوير دورة أخلاقيات مستقلة في مرحلة البكالوريوس في مجال الاتصال لتقدمها كجزء من المناهج الدراسية لدرجة البكالوريوس في العلوم في الاتصال بجامعة ويلمنجتون. حيث قامت الدورة التدريبية على وجه التحديد بإعداد الطلاب للاستجابة إلى أنواع المواقف الأخلاقية التي قد يواجهونها عادة كمتخصصين جدد في مجال الاتصال. واستنتج الباحث أن دورة أخلاقيات مستقلة ستفيد الطلاب في البرنامج القائم على الممارسة وأنه يجب الاستمرار في تعليم الأخلاقيات كوحدات تعليمية منفصلة ضمن دورات التواصل الأخرى كما هو الحال في الوقت الحالي.

وفي دراسة شاملة لـ **ميوري وآخرون , Miori, Doyle, & Campbell (2011)**، حول الاختلافات بين الجنسين في الأخلاقيات الأكاديمية مع توصيات لتغيير المناهج الدراسية، وذلك من خلال دراسة استقصائية علي مجموعة من طلاب كلية إدارة الأعمال، وجدت الدراسة أنه رغم أن الإناث عالمياً أكثر أخلاقية من الذكور وذلك طبقاً للاستطلاعات المنشورة ، لكن التجربة أكدت أن الإناث متخلفات عن الذكور في قدرتها على الحفاظ على قناعاتهن في مكان العمل والتصرف حيالها.

وتوصلت دراسة **كونواي وجوروشك (Conway & Groshek, 2008)** حول الاختلافات وأوجه التشابه في تصورات طلبة الاتصال الجماهيري عن الانتحال والفبركة، إلى وجود فجوة في الأخلاقيات يكون فيها الطلاب المهتمون بالمجالات الصحفية (الصحف والمجلات والبرث والتصوير الصحفي والإنترنت) أكثر اهتماماً بالأخلاق الصحفية من الطلاب المهتمين بالمجالات غير الصحفية (العلاقات العامة، الإعلان، وتصميم الرسوم البيانية، وغيرها). واقترح الطلاب المهتمون بالمجالات الصحفية عقوبات أشد على الانتحال والفبركة. ومع ذلك، وجدت تحليلات أخرى أن مكاسب الأخلاقيات بين الطلاب غير الصحفيين زادت إلى ما يقارب مستوى طلاب

الصحافة على مدى دراستهم الجامعية وخبراتهم التدريبية ، بما في ذلك العمل الإعلامي الطلابي والتدريب الداخلي مما يشير ذلك إلى أن معتقدات الطلاب الأخلاقية قابلة للنمو وتظهر نمواً كبيراً خلال التعليم الجامعي.

وأشار **كرافت (2017, Craft)** في دراسته، مميزات التمييز: إعادة النظر في العلاقة بين الوضع المهني للصحافة والأخلاقيات، إلى أهمية توظيف الأخلاقيات المهنية كمفارقة رئيسية بين الهواة من الجمهور والصحفيين المواطنين من جهة وبين الصحفيين المهنيين من جهة أخرى وأكد علي أنه يمكن استخدام الأخلاق للحفاظ على الحدود بينهما؛ حيث يجب أن تكون أخلاقيات الصحافة المجال الحصري للصحفيين المحترفين والموضوعية تعتبر العقيدة الأساسية لأخلاقيات مهنة الصحافة .

وأكد **واسيرمان (2017, Wasserman)** علي ما توصل إليه **كرافت** من ضرورة الفصل بين المهنية والأخلاق، حيث يري واسيرمان أن هذا الفصل يمكن أن يؤدي على المدى البعيد، إلى صحافة أكثر شمولية وتشاركية لخدمة المجتمعات الانتقالية أو التنموية التي لا تزال تعاني من عدم المساواة ، شريطة وجود أخلاقيات قوية للصحافة تستند إلى مبادئ مثل العدالة الاجتماعية والإنسانية. كما أصبح فصل المهنية والأخلاقيات الصحفية أمراً ضرورياً، نظراً لانتقالات واسعة النطاق للنموذج الصحفي القديم.

واستهدف **لينجو وآخرون (2016, Luengo, Barber & Requejo-Alemán)** تقييم الأخلاقيات التنظيمية لوسائل الإعلام الإخبارية الإسبانية وقاموا بتطبيق الدراسة علي ٤٢٠ من ممارسي الإعلام الإخباري ، كما أجروا ٣٠ مقابلة متعمقة مع مديري الإعلام ، وتوصلت النتائج إلى أن المبحوثين من ممارسي الإعلام الإخباري أكدوا على هيمنة المصالح المدفوعة باعتبارات السوق على القيم الأخلاقية باعتبارها واحدة من التهديدات الرئيسية للصحافة. ومع ذلك ، فإن الاختلافات بين تصورات الصحفيين والمديرين التنفيذيين الإعلاميين تكشف أن الأخيرة تعتقد أن الأخلاقيات الصحفية تتعلق بالسمات الشخصية للصحفيين أنفسهم.

ومن الدراسات التي أكدت علي هذا الاتجاه في البيئة العربية دراسة **(سعد، ٢٠٠٣)**، التي أشارت إلي وجود تفاعل دال بين السمات الشخصية للصحفيين ومعدل الالتزام بالمسئولية القانونية، حيث أظهرت الدراسة قوة تأثير الدوافع الداخلية المتمثلة في الدين والأخلاق الذاتية ومصداقية الصحفي والحق في المعرفة في حين تراجع تأثير متغيرات الانتماء والشهرة والترقية والعقاب، كما أظهرت الدراسة أن الأخلاق

الذاتية لها الحتمية الكبيرة لدي الصحفي عندما يواجه المآزق الأخلاقية القانونية، و كشفت الدراسة عن ارتفاع معدلات تقدير المسؤوليات القانونية لدي الصحفيين الذين لم يتعرضوا للمسائلة القانونية في حين انخفض الميل لدي الصحفيين الذين تعرضوا للمسائلة القانونية .

وكشفت دراسة (العباسي، ٢٠٠٣)، عن أسباب التجاوزات لمعايير الأداء الأخلاقي في العمل الصحفي بالصحف الخاصة المصرية، حيث أرجع الصحفيون موضع الدراسة ذلك إلي السعي لزيادة أرقام التوزيع وتحقيق الربح وجذب فئات جديدة من القراء والمعلنين، كما أشارت النتائج إلي أن عدد من الصحفيين بهذه الصحف لا يعرف بوجود ميثاق للشرف الصحفي بينما اعتبره البعض يفتقد آليات التنفيذ والطابع العملي، كما أبرز الصحفيون شعورهم بعدم توافر بيئة عمل صحفي مواتية في صحفهم تكفل لهم الممارسة المهنية الأخلاقية وأرجعوا ذلك للأوضاع المادية والوظيفية وغياب مظاهر ديمقراطية اتخاذ القرار داخل هذه الصحف.

وفي دراسته التي سعت إلي التعرف على الضوابط المهنية الحاكمة لآليات الممارسة للإعلام الجديد، أشار (اللبان، ٢٠١٤)، إلى ضرورة الحاجة إلي إصدار تشريعات جديدة تناسب طبيعة الإعلام الجديد، الذي تواجهه العديد من التحديات والذي يتقدمها - كما يري اللبان - قضية الأخلاقيات في الصحافة الإلكترونية، كما أوصي بضرورة التوصل إلي ميثاق شرف أخلاقي للعاملين في مجال الإعلام الإلكتروني يصدر من خلال التنظيم الذاتي سواء علي شكل اتحاد عربي للعاملين في الإعلام الإلكتروني أو اتحاد محلي (داخل كل دولة عربية على حدة).

كما أكدت (التلاوي، ٢٠١٦)، في دراسة عن تقييم مدى التزام المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية والمصرية بالأخلاقيات المهنية والإعلامية في تغطيتها الإخبارية، علي أنه يتوجب وضع قواعد أخلاقية جديدة تتفق مع طبيعة هذه الوسائل وإعادة صياغة عدد من القوانين والقواعد الأخلاقية الموجودة بالفعل لتتنسق مع هذا الوضع الإعلامي الجديد وتوفى احتياجاته .

وأشار فيليبس (Phillips, 2010) في دراسة بعنوان: الشفافية والأخلاقيات الجديدة للصحافة، أن وضع معايير جديدة للشفافية يمكن أن يساعد في حماية التقارير المهنية في الحقبة الجديدة، والشبكة، من انتشار وتأثير "تفكيك" الأخبار (أخذ مواد من مؤسسات إخبارية أخرى، دون إسناد) بالإضافة إلي تحسين المعايير الأخلاقية في الصحافة.

ورصد (الشايح، ٢٠١٦)، في دراسته عن مدى وعي الشباب الجامعي بقانون الجرائم الالكترونية في المملكة العربية السعودية، أن نسبة وعي الشباب بنظام الجرائم الالكترونية منخفض، وأن كثيرا من المبحوثين لا يعرف حقوقه وواجباته عند مشاركته في وسائل الإعلام الجديدة.

٢ - محددات الدراسة:

الأخلاقيات: تعرف بأنها "مجموعة من المبادئ تدور حول أربعة محاور رئيسية هي القيام بالإعمال الهادفة وعدم إلحاق الضرر بالآخرين وعدم الخداع في أي تعاملات وعدم التحيز في القيام بأي ممارسات لصالح طرف دون الآخر" فإذا تميز أي نشاط في المجتمع بهذه الخصائص يمكن في هذه الحالة الحكم بأخلاقيات هذا النشاط" (نيازي، ٢٠٠٩).

آداب وأخلاقيات المهنة: مجموعة من القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة ، بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة وشرفها (نيازي، ٢٠٠٩).

أخلاقيات الإعلام: هي عملية صنع القرار أو الاختيار في وسائل الإعلام علي مبادئ أخلاقية (نصر، ٢٠١٧)

التشريعات الإعلامية: هي مجموعة القواعد القانونية الناظمة للعملية الإعلامية ووسائلها ونشاطاتها كافة (من صحافة ومطبوعات دورية وإذاعة وتلفاز وسينما وأفلام وثائقية ووكالات أنباء... إلخ) حيث تبين هذه القواعد ضوابط النشاط الإعلامي (حقوق الإعلاميين وواجباتهم) والمسؤولية الناجمة عن خرق هذه الضوابط.

موثيق الشرف المهنية : هي مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الالتزام بها من جانب الصحفيين والإعلاميين في المجتمع (نصر، ٢٠١٧).

التربية الإعلامية : والمقصود بالتربية الإعلامية في هذا الموضوع: هو عملية تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة ، من خلال إكسابهم معلومات ومعارف ومهارات تساعد في التعامل بشكل صحيح مع هذه الوسائل.

٣ - مشكلة الدراسة:

من خلال التعرض للدراسات السابقة التي تناولت أخلاقيات الإعلام اتضح للباحث أن هناك دراسات حاولت الوقوف علي دور مقررات الأخلاقيات الإعلامية

من خلال تحليل محتوى هذه المقررات التي يتم تدريسها في الجامعات العربية (عايش، ٢٠١٦). وأن دراسات أخرى حاولت التعرف علي دور مقررات أخلاقيات الإعلام من خلال رأي طلبة كلية الاتصال (نصر، ٢٠١٦). وجاءت هذه الدراسة لتغطية محور جديد وهو الوقوف علي دور مقررات الأخلاقيات الإعلامية في تعزيز التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين من خلال رأي الصحفيين أنفسهم ، حيث تتبلور مشكلة الدراسة في رؤية القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية لدور مقررات أخلاقيات الإعلام التي درسوها في البرامج الجامعية في تعزيز تكوينهم المهني والأخلاقي، وذلك للتعرف علي مدى فاعلية وكفاءة هذه المقررات وعلي جوانب القصور الأكاديمي التي ينبغي الالتفات إليها في البناء المعرفي لمناهج ومقررات أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية.

٤- تساؤلات الدراسة :

تتمحور الدراسة في سؤال رئيس مفاده :

إلى أي مدى أسهمت مقررات أخلاقيات الإعلام التي يتم تدريسها في البرامج الأكاديمية بالجامعات العربية في تعزيز التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين؟

ومن خلال هذا السؤال يحاول البحث الإجابة علي التساؤلات التالية:-

- ماذا يعني مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية بالنسبة للصحفيين موضع الدراسة؟
- ما المصادر التي استفاد منها الصحفيين في الإلمام بقواعد أخلاقيات المهنة؟
- ما عدد مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي تم دراستها في المرحلة الجامعة؟
- ما مدى كفاية مقررات الأخلاقيات من حيث شمولية المحتوى؟
- ما مسمي مقررات الأخلاقيات التي تم دراستها خلال سنوات الدراسة الجامعية؟
- ما عناوين الموضوعات المهمة، ولم تحتويها مقررات الأخلاقيات؟
- إلي أي مدى تتضمن مقررات الأخلاقيات الإعلامية كل ما يصدر من موثيق الشرف الصحفية؟
- إلي أي مدى تساعد مقررات الأخلاقيات الإعلامية الصحفيين في اتباع قواعد السلوك المهني في الممارسة الفعلية؟
- ما مدى التطابق بين ما تم تدريسه في مقررات الأخلاقيات وبين واقع الممارسة العملية؟
- ما الأساليب التي تساعد في تعزيز السلوك المهني الأخلاقي للصحفيين؟

٥- أهمية الدراسة :

- من خلال التعرض للدراسات السابقة في مجال الأخلاقيات، وجد الباحث أن العديد من الدراسات ركزت علي دور الوسيلة ودور القائم بالاتصال في تعزيز الممارسة الأخلاقية لمهنة الصحافة، وأن ثمة ندرة في الدراسات التي تناولت دور المقررات الدراسية في تعزيز التكوين المهني الأخلاقي للصحفيين علي حد علم الباحث.
- أن هذا الموضوع يعد من صميم اهتمام الباحث بحكم طبيعة عمله الأكاديمي والمهني.
- تفكير الباحث في تقديم مبادرة في مجال عمله في تأسيس كرسي علمي في مجال أخلاقيات الإعلام والاتصال.
- هناك خلط بين مفهومي تشريعات الإعلام وأخلاقيات الإعلام في بعض البرامج الأكاديمية التي تقوم بتدريس تشريعات الإعلام كبديل لأخلاقيات الإعلام مما يستوجب دراسة هذه الجزئية .
- الاهتمام المتزايد الذي تكتسبه الأخلاقيات الإعلامية على المستويين الوطني والدولي، العلمي والعملية.

٦- أهداف الدراسة:

- تعمل الدراسة علي تحقيق الأهداف التالية:
- الوقوف علي الدور الذي تؤديه مقررات أخلاقيات الإعلام في برامج الجامعات العربية في بناء التكوين المهني الأخلاقي للصحفيين.
- التعرف علي مدى كفاية مقررات أخلاقيات الإعلام في برامج الجامعات العربية لتعزيز التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة.
- رصد مدى استفادة الصحفيين خريجي أقسام ومعاهد الإعلام من دراستهم لمقررات أخلاقيات الإعلام أثناء ممارستهم للعمل الصحفي.
- مساعدة المؤسسات الأكاديمية في التعرف علي مدى فعالية المقررات الدراسية لمناهج ومقررات أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية محل الدراسة، والوقوف علي جوانب القصور الأكاديمي التي ينبغي الالتفات إليها في البناء المعرفي لمقررات أخلاقيات الإعلام في حال وجودها.

- التعرف بصفة عامة علي أهم الأساليب التي يمكن أن تساعد في تعزيز السلوك المهني للصحفيين.

٧- الإطار المنهجي للدراسة:

يتضمن الإطار المنهجي للدراسة: منهج الدراسة، مجتمع الدراسة وعينتها، أسلوب جمع البيانات وتحليلها.

منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة علي منهج المسح من خلال تصميم استمارة استبانة تحتوي علي مجموعة من المقاييس التي تفي بأهداف الدراسة وتساؤلاتها.

مجتمع الدراسة وعينتها :

استهدفت الدراسة القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية مجتمعاً للدراسة من صحف البيان والإمارات اليوم والخليج والاتحاد وهي الصحف اليومية الكبرى الأكثر شعبية في الإمارات والتي يعمل بها صحفيون من جنسيات عربية متعددة، واستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية الحصصية وكان الهدف الحصول علي (٢٠) مفردة من كل صحيفة، وقد وزع الباحث (٣٠) استبانة علي القائمين بالاتصال في كل صحيفة، استجاب منهم (٦٠) مفردة من الصحف الأربع عينة الدراسة بنسب متقاربة بعد أن روعي في اختيار العينة ما يلي :

- أجريت الدراسة علي المحررين والمخرجين الصحفيين فقط وتم استبعاد الإداريين والفنيين.

- أجريت الدراسة علي جنسيات عربية متنوعة.

- تم استبعاد الاستمارات التي درس أصحابها في جامعات غير عربية من مجتمع الدراسة.

- تم استبعاد الاستمارات التي يملأها صحفيين من جنسيات غير عربية.

أسلوب جمع البيانات وتحليلها:

تم استخدام صحيفة استبيان* لجمع البيانات، وقد تم تصميم الصحيفة في ضوء أهداف و تساؤلات الدراسة، وقد طبقت الاستمارة على عينة قوامها (٦٠) مفردة من

* قام بتحكيم الاستمارة كل من: ا.د/ صلاح إبراهيم ، د/ عماد الدين جابر، د/ عماد عبدالمقصود شلبي.

القائمين بالاتصال، تم استبعاد عدد (٥) استمارات لعدم تعاون المبحوثين الصادق، واستبعاد عدد (٥) استمارات أخرى نتيجة عدم التطابق مع أهداف الدراسة وقد روعي في اختيار القائمين بالاتصال تمثيل الجنسيات العربية المختلفة من دول المشرق والخليج العربي (الإمارات وسلطنة عمان) ودول شمال إفريقيا والمغرب العربي (مصر والجزائر وتونس) ودول الشام (لبنان وسوريا) كما روعي في تصنيف العينة علي أساس التخصص العلمي من دارسي الإعلام ومن غير دارسي الإعلام.

قام الباحث بجمع البيانات من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين لضمان أكبر قدر من دقة الإجابات وقد تمت عملية جمع البيانات في شهر أكتوبر ٢٠١٧. واعتمد الباحث في تحليل نتائج هذه الدراسة علي مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية لوصف وترتيب اتجاهات المبحوثين وفقا لمتغيرات الدراسة.

٨- نتائج الدراسة:

توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج التي يتم عرضها من خلال الجداول التالية:

جدول (١) يوضح المبحوثون من حيث الجنسية

الجنسية	ك	%
الإمارات	١٠	٢٠
مصر	٢٠	٤٠
المشرق والخليج العربي	١٢	٢٤
شمال أفريقيا المغرب العربي	٨	١٦
الاجمالي	٥٠	١٠٠

تشير النتائج إلي تنوع الجنسيات التي تم تطبيق الدراسة عليها لتغطي الغالبية العظمي من الجنسيات العربية وتأتي الجنسية المصرية في المرتبة الأولى بين المبحوثين من أفراد العينة بنسبة ٤٠% تليها الجنسية الإماراتية بنسبة ٢٠% ثم دول المشرق والخليج العربي ١٢% ثم دول شمال أفريقيا والمغرب العربي بنسبة ٨%.

جدول (٢) يوضح المبحوثون من حيث السن

السن	ك	%
أقل من ٣٥	٨	١٦
من ٣٥ إلى أقل من ٤٠	١٣	٢٦
من ٤٠ إلى أقل من ٤٥	١٥	٣٠
من ٤٥ فأكثر	١٤	٢٨
الإجمالي	٥٠	١٠٠

تشير النتائج إلى أن النسب المئوية للمبحوثين من حيث السن جاءت كالتالي (٤٠ إلى أقل من ٤٥) كانت الفئة العمرية الأعلى بنسبة ٣٠%، تلتها الفئة العمرية (من ٤٥ فأكثر) بنسبة ٢٨% ثم الفئة العمرية من (٣٥ إلى أقل من ٤٠) بنسبة ٢٦% أما المبحوثين ذات الفئة العمرية أقل من ٣٥ سنة فكانت نسبتهم ١٦%. وتشير هذه النتائج إلى أن الصحف الإماراتية تعتمد على الفئة العمرية الأكبر من ٣٥ عاماً ويمكن تفسير ذلك في إطار حرص المؤسسات الصحفية الإماراتية على استقطاب الخبرات الصحفية من مختلف الدول العربية.

جدول (٣) يوضح المبحوثون من حيث النوع :

النوع	ك	%
ذكر	٣٥	٧٠
أنثى	١٥	٣٠
الإجمالي	٥٠	١٠٠

تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة الذكور بالمقارنة بنسبة الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور في العينة ٧٠% بينما بلغت نسبة الإناث ٣٠% ويرى الباحث أن ذلك يرجع لكون مهنة الصحافة من المهن الصعبة التي قد لا تتوافق مع طبيعة المرأة بصفة عامة ، والمرأة العربية بوجه الخصوص حيث أن هذه المهنة تفرض عليها أحياناً العمل ليلاً والسفر والمبيت خارجاً ، وهذا ما يجعلها تفضل العمل في مناصب أخرى عوضاً عن الصحافة.

جدول (٤) يوضح المبحوثون من حيث عدد سنوات العمل

عدد سنوات العمل	ك	%
أقل من ٥	١٤	٢٨
من ٥ إلى أقل من ١٠	١٨	٣٦
من ١٠ إلى أقل من ١٥	١٠	٢٠
من ١٥ فأكثر	٥	١٦
الاجمالي	٥٠	١٠٠

يبين الجدول السابق النسب المئوية لتوزيع المبحوثين تبعا لأقدميتهم في العمل حيث جاءت أعلى نسبة فيه للصحافيين ذوي أقدمية تتراوح من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات والتي قدرت بـ ٣٦%، ويأتي بعدها على التوالي الصحافيين ذوي أقدمية أقل من ٥ سنوات بنسبة ٢٨%، ومن ١٠ إلى أقل من ١٥ بنسبة ٢٠% والملاحظ أن ذوي الأقدمية من ١٥ سنة فأكثر هم النسبة الأقل ويعزي الباحث ذلك إلى أن المؤسسات الإعلامية الإماراتية تحاول التجديد في مواردها البشرية للاستفادة من الطاقات الفكرية الشابة، والتي تكون أكثر قابلية للعمل وأكثر مساهمة للتطورات الحاصلة والمبتكرات الجديدة.

جدول (٥) يوضح الجامعة التي تخرج منها المبحوثين

الجامعة التي تخرج منها	ك	%
جامعة مصرية	٢٠	٤٠
جامعة إمارتية	١٠	٢٠
جامعة في دول المشرق العربي	١٢	٢٤
جامعة في دول المغرب وشمال إفريقيا	٨	١٦
الاجمالي	٥٠	١٠٠

تشير النتائج إلى أن ٤٠% من المبحوثين تخرجوا من جامعات مصرية و ٢٠% من المبحوثين تخرجوا من جامعات إمارتية و ٢٤% من المبحوثين تخرجوا من جامعات في دول المشرق العربي و ١٦% من المبحوثين تخرجوا من جامعات في دول المغرب العربي وشمال إفريقيا، وبالرجوع إلى نتائج الجدول رقم (١) والجدول رقم (٥) من هذه الدراسة يتضح أن جميع المبحوثين من الجنسية المصرية درسوا في جامعات مصرية والأمر ذاته ينطبق على المبحوثين من الجنسية الإماراتية وقد قام الباحث باستبعاد استمارتين لأن أصحابها درسوا في جامعات غير عربية.

جدول (٦) يوضح مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية لدى المبحوثين

المفهوم	ك	%
مجموعة مبادئ قانونية ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحافة.	٤١	٨٢
مجموعة الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانونياً.	٦	١٢
مجموعة الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي لمهنته قانونياً.	٩	١٨
مجموعة الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي.	٢٣	٤٦
الاجمالي	٥٠	

تشير النتائج إلى أن معظم المبحوثين يعتبرون أن الأخلاقيات المهنية هي مجموعة مبادئ قانونية ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحفي وذلك بنسبة ٨٢%، يلي ذلك المبحوثين الذين أجابوا بأن مفهوم أخلاقيات المهنة تتمثل في مجموعة الحقوق والواجبات القانونية بنسبة ٤٦%، وفي الترتيب الثالث جاءت إجابة المبحوثين بأن الأخلاقيات المهنية هي مجموعة الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي لمهنته قانونياً بنسبة ١٨%، ثم في الترتيب الأخير جاءت إجابة المبحوثين بأن الأخلاقيات المهنية هي مجموعة الواجبات التي يلتزم بها الصحفي وتأتي بنسبة ١٢% من إجمالي عدد المبحوثين.

ووفقاً لهذه النتائج يتضح أن أخلاقيات مهنة الصحافة تحكمها بالدرجة الأولى ضوابط ومعايير أخلاقية نابعة من ضمير الصحفي أثناء ممارسته لمهنته لكن يبقى ذلك وفق ما تنص عليه التشريعات القانونية التي تساهم بدور كبير في تنظيم ممارسة مهنة الصحافة.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة **لينجو وآخرون (Luengo, Barber & Requejo-Alemán, 2016)** من اعتقادهم بأن الأخلاقيات الصحفية تتعلق بالسمات الشخصية للصحفيين أنفسهم. ومن الدراسات التي أكدت على هذا الاتجاه في البيئة العربية دراسة **(سعد، ٢٠٠٣)**، التي أشارت إلى وجود تفاعل دال بين السمات الشخصية للصحفيين ومعدل الالتزام بالمسؤولية القانونية،

جدول (٧) يوضح المصادر التي استفاد منها المبحوثين في الإلمام بقواعد وأخلاقيات المهنة

النسبة	التكرار	المصادر التي استفاد منها المبحوثين
٢٦%	١٣	المقررات الدراسية (مقررات أخلاقيات الصحافة)
٣٦%	١٨	التنظيمات المهنية (النقابات والأندية الصحفية)
٤٠%	٢٠	التشريعات والقوانين الصحفية المعمول بها داخل الدولة
٦٠%	٣٠	المؤسسة الصحفية التي أعمل بها
٥٠		الاجمالي

تشير النتائج أن المؤسسة الصحفية التي يعمل بها الصحفي تعتبر من أهم المصادر التي يستفيد منها المبحوثين في الإلمام بقواعد وأخلاقيات المهنة الصحفية حيث احتلت المرتبة الأولى بنسبة ٦٠% تلتها التشريعات والقوانين الصحفية المعمول بها داخل الدولة بنسبة ٤٠% تلتها التنظيمات المهنية (النقابات والأندية الصحفية) بنسبة ٣٦%، ثم جاءت في المرتبة الأخيرة المقررات الدراسية (مقررات أخلاقيات الصحافة) بنسبة ٢٦% وهذا يدل علي ضرورة إعادة النظر في مقررات أخلاقيات الإعلام في جامعاتنا وبرامجنا الدراسية سواء من حيث الكم أو من حيث الكيف، ويتفق هذا مع ما جاء في دراسة (عايش، ٢٠١٦) التي أكدت أن المقررات الدراسية تعاني مشكلات عدة، تتمثل في اعتمادها المفرط على المنهج المعياري والوصفي على حساب المنهج النظري والتحليلي المستند إلى الممارسات الإعلامية الحقيقية في الفضاء الاتصالي العربي. كما أشارت دراسة (نصر، ٢٠١٦) ، إلي ضرورة تطوير مساقات أخلاقيات الإعلام لتنمائي مع ما نعيشه في عصر المعلومات والإعلام بمستجداته المتلاحقة التي تتطلب مواكبتها وتقييم معاييرها المهنية.

جدول (٨) يوضح نسبة خريجي الصحافة والإعلام من المبحوثين .

النسبة	التكرار	خريج تخصص الصحافة والإعلام
٥٨%	٢٩	نعم
٤٢%	٢١	لا
١٠٠%	٥٠	المجموع

تشير النتائج أن نسبة خريجي الصحافة والإعلام من المبحوثين العاملين في المؤسسات الصحفية الإماراتية هي ٥٨% وأن نسبة المبحوثين من غير تخصص الإعلام ٤٢% وهذا يدل علي حرص المؤسسات الصحفية الإماراتية علي التخصص

كمعيار مرجح للتعين في الأونة الأخيرة ويرى الباحث أن زيادة عدد الصحفيين المؤهلين من خريجي كليات الصحافة والإعلام سيؤدي ذلك بالضرورة إلى ضمان الحد الأدنى من تثقيف الصحفيين بمواثيق وأخلاقيات المهنة أثناء الممارسة المهنية من خلال دراستهم لمقررات الأخلاقيات الإعلامية.

جدول (٩) يوضح عدد مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسها المبحوث خلال سنوات الدراسة

النسبة ١٠٠%	التكرار	عدد مقررات الأخلاقيات
٢٧,٦%	٨	مقرر دراسي واحد
٣٤%	١٠	مقرران دراسيان
٢٧,٦%	٨	أكثر من ذلك
١٠,٨%	٣	لا أتذكر
١٠٠%	٢٩	المجموع

تشير النتائج إلى أن "مقرران دراسيان" جاءت في الترتيب الأول بنسبة ٣٤% من اجمالي عدد المبحوثين، تلتها في الترتيب الثاني "مقرر دراسي واحد" بالتساوي مع "أكثر من ذلك" بنسبة ٢٧,٦% ثم جاءت في الترتيب الثالث لا أتذكر بنسبة ١٠,٨% ومن خلال اطلاع الباحث علي الغالبية العظمي من خطط وبرامج كليات وأقسام الإعلام في الجامعات العربية التي تخرج منها المبحوثين وجد أن جميع البرامج تتضمن مساق أو مساقين لأخلاقيات الإعلام وتشريعاته علي الأكثر ولا يوجد برنامج به أكثر من مساقين؛ مما يدل علي أن نسبة ٣٧% تقريبا من المبحوثين - وهم مجموع المبحوثين الذين أجابوا بـ "أكثر من ذلك" ونسبتهم ٢٧,٦% والمبحوثين الذين أجابوا بـ "لا أتذكر" ونسبتهم ١٠,٨% - لا يتذكرون عدد مقررات الأخلاقيات التي درسوها وهذا ما يؤكد علي ما توصلت إليه النتيجة السابقة من هذه الدراسة التي أكدت علي تدني استفادة المبحوثين من المقررات الإعلامية الخاصة بالأخلاقيات حيث جاءت ترتيبها في المركز الأخير من حيث الاستفادة. وهذا الاتجاه أكدت عليه نتائج بعض الدراسات التي توصي بإعادة النظر في طريقة تدريس وتطوير مقررات الأخلاقيات في البرامج الأكاديمية حيث اقترح كولفين (Colvin, 2015)، تطوير دورة أخلاقيات مستقلة في مرحلة البكالوريوس في مجال الاتصال لتقدمها كجزء من المناهج الدراسية لدرجة البكالوريوس في العلوم في الاتصال بجامعة ويلمنجتون. كما قام مارتونو (Martono, 2017)، في دراسته حول تدريس أخلاقيات الصحافة، ببناء نموذج تجريبي لتدريس أخلاقيات الصحافة يُمكن الطلاب من فهم أفضل

لأخلاقيات الصحافة واستكشاف الالتزام الأخلاقي على أساس الثقافات المحلية بحيث يكون لديهم تفكير أخلاقي أوسع عند الممارسة العملية.

جدول (١٠) يوضح مدى كفاية عدد مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسها المبحوثين

النسبة	التكرار	كفاية مقررات الأخلاقيات الإعلامية
٣,٤%	٠١	كاف تماما
٦٥,٥%	١٩	كاف إلي حد ما
٣١,١%	٠٩	غير كاف
١٠٠%	٢٩	المجموع

توضح النتائج أن نسبة ٦٥,٥% من المبحوثين أجابوا بأن عدد مقررات الأخلاقيات كافية إلي حد ما، وأن نسبة ٣١,١% من المبحوثين أكدوا أن عدد مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسوها غير كافية، وجاءت إجابة مبحوث واحد فقط بنسبة ٣,٤% بأن عدد مقررات الأخلاقيات الإعلامية كافية تماما. يتضح من ذلك أن الغالبية العظمى من المبحوثين بنسبة ٩٦,١% - وهم مجموع من أجابوا بـ "كاف إلي حد ما" ومن أجابوا بـ "غير كاف" - لديهم تحفظ علي كفاية عدد مقررات أخلاقيات الإعلام التي درسوها في الجامعات العربية.

ويري الباحث أنه بالإضافة إلي أهمية زيادة عدد مقررات الأخلاقيات في برامجنا الأكاديمية العربية، يجب الاستمرار في تعليم الأخلاقيات كوحدات تعليمية منفصلة ضمن دورات التواصل الأخرى بعيدا عن المقررات الدراسية .

جدول (١١) يوضح مسمى مقرر الأخلاقيات الذي درسه المبحوثين في المرحلة الجامعية:

النسبة	التكرار	مسمى مقررات الأخلاقيات
٣٤,٥%	١٠	التشريعات الصحفية
٧٥,٩%	٢٢	أخلاقيات الإعلام
١٧,٢%	٠٥	قانون سلطة الصحافة
	٢٩	الاجمالي

تشير النتائج أن مسمى "أخلاقيات الإعلام" هو النسبة الأكبر بين المسميات بنسبة ٧٥,٩% تليه في الترتيب الثاني مسمى "التشريعات الصحفية" بنسبة ٣٤,٥% ثم في الترتيب الأخير يأتي مسمى "قانون سلطة الصحافة" بنسبة ١٧,٢%. وبتحليل النتائج يتضح أن نسبة غير قليلة من مقررات الأخلاقيات يتم تدريسها تحت مسمى التشريعات الصحفية وتحت مسمى قانون سلطة الصحافة وهذا يشير إلي أن هناك

خلط بين مفهوم تشريعات الإعلام وأخلاقيات الإعلام في بعض البرامج الأكاديمية التي تقوم بتدريس تشريعات الإعلام كبديل لأخلاقيات الإعلام .

جدول (١٢) يوضح مقررات الأخلاقيات كانت تتضمن كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية

النسبة	التكرار	مقررات الأخلاقيات تتضمن ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية
٢٤,١%	٧	نعم
٥٥,٢%	١٦	إلى حد ما
٢٠,٧	٦	لا
١٠٠%	٢٩	المجموع

تشير النتائج أن نسبة ٥٥,٢% من المبحوثين أجابوا بأن مقررات أخلاقيات الإعلام كانت تتضمن "إلى حد ما" كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية ، وأن نسبة ٢٤,١% من المبحوثين أكدوا أن مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسوها كانت تتضمن كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية، وجاءت إجابة ٢٠,٧% من المبحوثين بأن مقررات الأخلاقيات الإعلامية لا تتضمن كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية. يتضح من النتائج أن نسبة ٢٤,١% فقط من المبحوثين أكدوا أن مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسوها كانت تتضمن كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية، وأن ٧٥,٩% أجابوا بأن مقررات أخلاقيات الإعلام تتضمن إلي حد ما ولا تتضمن كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية، وهذا يؤكد أن معظم المبحوثين لديهم تحفظات علي مقررات الأخلاقيات التي درسوها من حيث أنها تشريعات وميثاق قديمة لا يتم تحديثها باستمرار. وهذا يتفق مع ما توصلت إليه (العباسي، ٢٠٠٣)، من أن عدد من الصحفيين بالصحف المصرية الخاصة لا يعرف بوجود ميثاق للشرف الصحفي.

جدول (١٣) يوضح مقررات الأخلاقيات ساعدت المبحوثين في اتباع قواعد السلوك

المهني أم لا ؟

النسبة	التكرار	مقررات الأخلاقيات ساعدت في اتباع قواعد السلوك المهني
٣١%	٩	نعم
٦٢,١%	١٨	إلى حد ما
٦,٩%	٢	لا
١٠٠%	٢٩	المجموع

تشير النتائج أن أغلبية المبحوثين يرون أن مقررات الأخلاقيات ساعدتهم إلى حد ما في إتباع قواعد السلوك المهني وذلك بنسبة ٦٢,١% تلتها المبحوثين الذين أكدوا أن مقررات الأخلاقيات ساعدتهم بالفعل في إتباع قواعد السلوك المهني بنسبة ٣١% ، ثم المبحوثين الذين أجابوا بأن مقررات الأخلاقيات لم تساعدهم في إتباع قواعد السلوك المهني بنسبة ٦,٩%.

وهذه النتيجة تتفق مع النتائج السابقة لهذه الدراسة التي أكدت علي ضرورة إعادة النظر في مقررات الأخلاقيات الإعلامية سواء من حيث الكم أو الكيف وتتفق مع دراسة (عايش، ٢٠١٦) التي توصلت إلي أن مقررات أخلاقيات الإعلام تعاني مشكلات عدة ، كما تؤكد علي أهمية توصية كولفين (Colvin, 2015) بضرورة الاستمرار في تعليم الأخلاقيات كوحدات تعليمية مستقلة ضمن دورات التواصل الأخرى وبعيدا عن المقررات الدراسية.

جدول (١٤) يوضح مدى التطابق بين ما درسه المبحوثين في مقررات الأخلاقيات وبين واقع الممارسة الصحفية الفعلية

النسبة	التكرار	مدى التطابق بين ما تم دراسته في المقررات وبين الممارسة الفعلية
٣,٤%	٠١	ما درسته هو ما وجدته في واقع الممارسة العملية
٤٨%	١٤	يوجد اختلاف بسيط بين ما درسته وما هو موجود بالفعل
١٧,٢%	٠٥	كان يتم دراسة موانيق قديمة رغم إصدار موانيق وتشريعات جديدة
١٧,٢%	٠٥	كان يتم دراسة التشريعات الصحفية فقط وإهمال الموانيق والأخلاقيات
١٣,٨	٤	أخري تذكر
١٠٠%	٢٩	المجموع

تشير النتائج أن ٤٨% من المبحوثين أكدوا وجود اختلاف بسيط بين ما قاموا بدراسته وما هو موجود بالفعل في الممارسة الصحفية الفعلية يليه ١٧,٢% من المبحوثين أجابوا بأنه كان يتم دراسة موانيق قديمة رغم إصدار موانيق وتشريعات جديدة و ١٧,٢% أخري من المبحوثين أكدوا علي أنه كان يتم دراسة التشريعات الصحفية فقط وإهمال الموانيق والأخلاقيات، وجاءت إجابة "أخري تذكر" بنسبة ١٣,٨% حيث أكد جميعهم أن هناك اختلاف كبير بين الدراسة والممارسة علي أرض الواقع . وجاء في المرتبة الأخيرة اختيار "ما درسته هو ما وجدته في واقع الممارسة العملية" بنسبة ٣,٤% مما يؤكد علي أهمية إعادة النظر في محتوى مقررات الأخلاقيات الإعلامية في الجامعات العربية لكي تتوافق مع الممارسة الفعلية

وهذه النتائج يمكن أن تتفق وتفسر ما توصلت إليه نتائج دراسة (العباسي، ٢٠٠٣) من أن عدد من الصحفيين بالصحف المصرية الخاصة لا يعرف بوجود ميثاق للشفرة الصحفي بينما اعتبره البعض يفتقد آليات التنفيذ والطابع العملي .

جدول (١٥) يوضح مدى كفاية مقررات الأخلاقيات الإعلامية أو الصحفية التي درسها المبحوثين من حيث المحتوي

النسبة ١٠٠%	التكرار	مقررات الأخلاقيات الإعلامية من حيث شمولية المحتوي
٦,٩%	٠٢	كافيه
٥١,٧%	١٥	كاف إلي حد ما
٤١,٤%	١٢	غير كاف
١٠٠%	٢٩	المجموع

تشير النتائج أن نسبة ٥١,٧% من المبحوثين أجابوا بأن محتوي مقررات الأخلاقيات كاف إلي حد ما ، وأن نسبة ٤١,٤% من المبحوثين أكدوا أن محتوي مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسوها غير كاف ، وجاءت إجابة مبحوثين فقط بنسبة ٦,٩% بأن محتوي مقررات الأخلاقيات الإعلامية كافية تماما. يتضح من ذلك أن الغالبية العظمي من المبحوثين لديهم تحفظ علي كفاية مقررات أخلاقيات الإعلام التي درسوها في الجامعات العربية من حيث شمولية المحتوي. ولذا يري الباحث ضرورة إعادة النظر في مقررات أخلاقيات الإعلام ليس فقط من حيث شمولية المحتوي، ولكن من حيث الترتيب التسلسلي للمحتوي كما أكد علي ذلك مارتونو (Martono, 2017)، من خلال دراسة تجريبية علي الطلبة، التي توصلت أن الترتيب التسلسلي للمواد / المحتوي التدريسي يلعب دورًا مهمًا جدًا في نجاح تدريس أخلاقيات الصحافة.

جدول (١٦) يوضح الموضوعات التي يراها المبحوثين مهمة ولم يجدها في مقررات الأخلاقيات

النسبة	التكرار	عناوين الموضوعات
٢٣,١%	٠٣	التعرض للحياة الخاصة للأفراد
٧,٧%	٠١	علاقة الدين بالسياسة
٧,٧%	٠١	تغطيات الحروب
١٥,٤%	٠٢	الملكية الفكرية
٧,٧%	٠١	حقوق الصحفي المهنية
١٥,٤%	٢	الحفاظ علي المصادر
١٥,٤%	٢	السلوك العام والأخلاقيات العامة
٧,٧%	٠١	التطبيقات العملية

المجموع	١٣	%١٠٠
---------	----	------

تشير النتائج إلى أن أكثر الموضوعات التي يراها المبحوثين مهمة في الممارسة الفعلية ولم يجدها في مقررات الأخلاقيات هي: التعرض للحياة الخاصة للأفراد جاءت بنسبة ٢٣,١% يليها موضوع الحفاظ علي المصادر وموضوع السلوك العام والأخلاقيات العامة وموضوع الملكية الفكرية بنسبة ١٥,٤% لكل موضوع بالتساوي، ثم موضوع علاقة الدين بالسياسة وموضوع تغطيات الحروب وموضوع حقوق الصحفي المهنية وموضوع التطبيقات العملية بنسبة ٧,٧% لكل موضوع بالتساوي. وتشير هذه النتائج إلى وجود قصور في محتوى بعض مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي لا تضمن مثل هذه الموضوعات الأخلاقية السابقة التي لم يجدها المبحوثين في مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسوها رغم أهميتها وهذا ما يفسر لنا وجود بعض الإعلاميين الذين لا يتبعون قواعد السلوك المهني والأخلاقي في الممارسة الفعلية رغم دراستهم لتخصص الإعلام.

جدول (١٧) يوضح الأساليب التي تساعد في تعزيز السلوك المهني للصحفيين من وجهة نظر

المبحوثين

النسبة	التكرار	الأساليب التي تساعد في تعزيز السلوك المهني للصحفيين
%٩٨	٤٩	إيمان الصحفي بقيم وأخلاقيات المجتمع
%٣٦	١٨	إضافة مقرر التربية الإعلامية للمقررات الدراسية في المدارس
%٤٠	٢٠	اتخاذ الحكومة إجراءات رادعة ضد التجاوزات المهنية لبعض الصحفيين
%٣٦	١٨	تمنع الحكومة تدخلات الممولين والمعلنين في السياسات التحريرية للصحف
%٢٢	١٤	دبلوم في الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي للصحفيين غير دارسي الإعلام
%١٥,٤	٢	مراجعة مقررات الأخلاقيات في الدراسة الجامعية من حيث الكم والكيف
٥٠		الاجمالي

تشير النتائج إلى أن الأساليب التي تساعد في تعزيز السلوك المهني للصحفيين جاءت كالتالي: إيمان الصحفي بقيم وأخلاقيات المجتمع في المرتبة الأولى بنسبة ٩٨% تلتها في المرتبة الثانية اتخاذ الحكومة إجراءات رادعة ضد التجاوزات المهنية لبعض الصحفيين بنسبة ٤٠% ثم جاء في المرتبة الثالثة وبالتساوي كلا من: إضافة مقرر التربية الإعلامية للمقررات الدراسية في المدارس و تمنع الحكومة تدخلات الممولين والمعلنين في السياسات التحريرية للصحف بنسبة ٣٦% لكل منهما، وفي المرتبة الرابعة جاء دبلوم في الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي للصحفيين غير

دارسي الإعلام بنسبة ٢٢% وفي المرتبة الأخيرة جاءت مراجعة مقررات الأخلاقيات في الدراسة الجامعية من حيث الكم والكيف بنسبة ١٥,٤%. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج سابقة في الدراسة الحالية التي جاء فيها أن مقررات أخلاقيات الإعلام جاءت في الترتيب الأخير من حيث استفادة الصحفيين في الإلمام بقواعد وأخلاقيات المهنة الصحفية و يمكن للباحث أن يفسر ذلك في ضوء ضعف استفادة الباحثين من دراسة مقررات الأخلاقيات في الممارسة الصحفية الفعلية، مما جعلهم لا يشعرون بأهمية دور هذه المقررات في تعزيز التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين.

النتائج العامة والتوصيات:

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي الدور الذي تؤديه مقررات أخلاقيات الإعلام التي تدرس في برامج الجامعات العربية في بناء التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج الهامة في إطار تحقيق هذه الأهداف يمكن تلخيصها فيما يلي:

أولاً- بالنسبة لهدف الدراسة في رصد استفادة الصحفيين خريجي أقسام ومعاهد الإعلام من دراستهم لمقررات الأخلاقيات أثناء ممارستهم العمل الصحفي:

- أشارت النتائج إلى تدني دور مقررات الأخلاقيات الإعلامية في مساعدة الباحثين في الإلمام بقواعد السلوك المهني حيث جاءت في المرتبة الأخيرة بنسبة ٢٦% بعد دور المؤسسة الصحفية التي جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ٦٠% ثم التشريعات والقوانين التي جاءت في المرتبة الثانية بنسبة ٤٠% ثم النقابات المهنية التي جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة ٣٦%، ويتفق هذا مع ما جاء في دراسة (عايش، ٢٠١٦) التي أكدت أن المقررات الدراسية تعاني مشكلات عدة، تتمثل في اعتمادها المفرط على المنهج المعياري والوصفي على حساب المنهج النظري والتحليلي المستند إلى الممارسات الإعلامية الحقيقية في الفضاء الاتصالي العربي. كما أشارت دراسة (نصر، ٢٠١٦)، إلى ضرورة تطوير مساقات أخلاقيات الإعلام لتتماشي مع ما نعيشه في عصر المعلومات والإعلام بمستجداته المتلاحقة التي تتطلب مواكبتها وتقييم معاييرها المهنية.

- أشارت النتائج أن ٣,٤% من الباحثين فقط أجابوا بأن "ما درسته هو ما وجدته في واقع الممارسة العملية" وأن ٩٦,٦% أكدوا وجود اختلاف بين الدراسة والممارسة الفعلية. مما يؤكد علي أهمية إعادة النظر في محتوى مقررات

الأخلاقيات الإعلامية في الجامعات العربية لكي تتوافق مع واقع الممارسة الفعلية. وهذه النتائج يمكن أن تتفق وتفسر ما توصلت إليه نتائج دراسة (العباسي، ٢٠٠٣) من أن عدد من الصحفيين بالصحف الخاصة المصرية لا يعرف بوجود ميثاق للشرف الصحفي بينما اعتبره البعض يفتقد آليات التنفيذ والطابع العملي.

ثانياً- بالنسبة لهدف الدراسة في التعرف علي مدى كفاية مقررات أخلاقيات الإعلام في برامج الجامعات العربية لتعزيز التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة:

- أشارت النتائج أن الغالبية العظمي من المبحوثين بنسبة ٩٦,١% لديهم تحفظ علي كفاية عدد مقررات أخلاقيات الإعلام التي درسوها في الجامعات العربية من حيث الكم.

- أشارت النتائج أن ٩٣,١% من المبحوثين لديهم تحفظ علي كفاية مقررات أخلاقيات الإعلام التي درسوها في الجامعات العربية من حيث شمولية المحتوي.

ثالثاً: بالنسبة لهدف الدراسة في مساعدة المؤسسات الأكاديمية في التعرف على مدى فعالية المقررات الدراسية لمناهج ومقررات أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية محل الدراسة، والوقوف علي جوانب القصور الأكاديمي التي ينبغي الالتفات إليها في البناء المعرفي لمقررات أخلاقيات الإعلام في حال وجودها:

- أشارت النتائج إلي أن هناك الكثير من الموضوعات التي يراها المبحوثين مهمة في الممارسة الفعلية ولم يجدوها في مقررات الأخلاقيات وهي : التعرض للحياة الخاصة للأفراد جاءت بنسبة ٢٣,١% يليها موضوع الحفاظ علي المصادر وموضوع السلوك العام والأخلاقيات العامة بنسبة ١٥,٤% لكل منهما ثم موضوع علاقة الدين بالسياسة وموضوع تغطيات الحروب وموضوع حقوق الصحفي المهنية وموضوع التطبيقات العملية بنسبة ٧,٧% لكل موضوع بالتساوي.

- أشار ٥٥,٢% من المبحوثين أن مقررات الأخلاقيات كانت تتضمن "إلي حد ما" كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية ، وأن نسبة ٢٤,١% من المبحوثين أكدوا أن مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي درسوها كانت تتضمن "كل" ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية، وجاءت إجابة ٢٠,٧% من المبحوثين بأن مقررات الأخلاقيات الإعلامية "لا تتضمن" كل ما يصدر من ميثاق الشرف الصحفية. وهذه النتيجة تتوافق مع النتائج السابقة في الدراسة الحالية بأن معظم

المبوهون لدهم آحفظات علي مقررات الأآلاقيات التي درسوها من آهآ أنها آشرهعات ومواآق قديمة لا يتم آآههها باآمرار.

- أشارت النتائج إلى أن ١٧,٢% من المبوهون أآابوا بأنه كان يتم دراسة مواآق قديمة رعم إصدار مواآق وآشرهعات آديدة و١٧,٢% آآري من المبوهون أكدوا علي أنه كان يتم دراسة الآشرهعات الصحفية فقط وإهمال المواآق والأآلاقيات وهذا يؤكآ على وجود آلط بين مفهوم أآلاقيات الإعلام وبين الآشرهعات الإعلامية لآي بعض البرامج في الآامعات العربية آهآ يتم آدرهس الآشرهعات الإعلامية وقانون سلطة الصحافة كآديل للأآلاقيات الإعلامية.

رابعاً: بالنسبة لهآف الدراسة في الآعرف بصفة عامة علي أهم الأساليب التي يمكن أن آساعد في آعزيز السلوك المهني للصحفيين:

- أشارت النتائج إلى أن أهم الأساليب التي آساعد في آعزيز السلوك المهني للصحفيين آآاءت كالتالي : إيمان الصحفي بآيم وأآلاقيات المجتمع في المرآبة الأولى بنسبة ٩٨% آلها آآآآ الآكومة إآراءات راعة آآ الآآاوزات المهنية لبعض الصحفيين بنسبة ٤٠% في المرآبة الآانية آم آآاءت إضافة مقرر الآربية الإعلامية للمقررات الدراسية في المدارس و آمنع الآكومة آآآلات الممولين والمعلنين في السياسات الآربية للصحف بنسبة ٣٦% لكل منهما في المرآبة الآالثة، آم آآاء دبلوم في الضوابط الأآلاقية في العمل الإعلامي للصحفيين رير آارسي الإعلام بنسبة ٢٢% في المرآبة الرابعة وفي المرآبة الآآيرة آآاءت مراجعة مقررات الأآلاقيات في الدراسة الآامعية من آهآ الكم والكيف بنسبة ١٥,٤%.

آوصيات الدراسة:

- ١- ضرورة الآآههآ المستمر لمقررات الأآلاقيات الإعلامية وإضافة كل ما هو آآه في مواآق الآرف الصحفية.
- ٢- ضرورة مراجعة مقررات الأآلاقيات الإعلامية التي يتم آدرهسها في برامج الآامعات العربية من آهآ الكم والكيف.
- ٣- إضافة مقرر الآربية الإعلامية للمقررات الدراسية في المدارس في آميع الآول العربية أسوة ببعض الآول العربية التي سلآآ هذا المسلك.
- ٤- ضرورة منع آآآلات الممولين والمعلنين في السياسة الآربية للصحف.

- ٥- إلزام النقابات والأندية الصحفية في المجتمعات العربية، الصحفيين غير دارسي الإعلام بالحصول علي دبلوم في الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي كشرط من شروط الانتساب والعضوية .
- ٦- العمل علي وضع قواعد أخلاقية جديدة تتفق مع الوضع الإعلامي الجديد وتوفى احتياجاته .
- ٧- ضرورة الاستمرار في تعليم الأخلاقيات كوحدة تعليمية مستقلة ضمن دورات التواصل الأخرى وبعيدا عن المقررات الدراسية.
- ٨- تعميم نتائج هذه الدراسة علي الجامعات العربية لاسيما كليات ومعاهد وأقسام الإعلام لتقوم بدورها في تطوير تدريس أخلاقيات الإعلام من حيث الكم والمحتوي وطرق وأساليب التدريس.

المراجع

- التلاوي، رباب (٢٠١٦) أخلاقيات التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية والمصرية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦.
- الشايع، محمد (٢٠١٦) "مدى وعي الشباب الجامعيين بقانون الجرائم الالكترونية"، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦.
- اللبان، شريف (٢٠١٤) "الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد" مجلة رؤي إستراتيجية، العدد ٧ (مركز الإمارات للبحوث والدراسات الإستراتيجية، يوليو ٢٠١٤)، ص ١٢١-١٢٣.
- حمزة، عبد اللطيف (٢٠٠٢)، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ١٤٨.
- عايش، محمد (٢٠١٦) "تدريس أخلاقيات الإعلام في الجامعات العربية: نحو قيم ومنهجيات جديدة"، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦.
- مكاي، عماد (١٩٩٤)، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية، القاهرة، ١٩٩٤، ص ١٤٨، ٢.
- نصر، حسني (٢٠١٧) قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية ٢٠١٧، ط١، ص ٢٧١.
- نصر، عصام (٢٠١٦) بعنوان: مدى إدراك طلبة الاتصال لمفاهيم أخلاقيات الإعلام، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦.
- نيازي، حسن (٢٠٠٩) اتجاهات النخبة نحو أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة، ورقة بحثية مقدمة إلي مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان، جامعة الأزهر، ٢٨، ٢٩ من مارس (٢٠٠٩).
- Christopher Meyers (2010). Journalism Ethics: A Philosophical Approach, Oxford University Press, - Language Arts & Disciplines .
- Colvin, J. K. (2015). Proposal for a standalone ethics course in Communication at Wilmington university.
- Conway, M., & Groshek, J. (2008). Ethics gaps and ethics gains: Differences and similarities in mass communication students'

perceptions of plagiarism and fabrication. *Journalism & Mass Communication Educator*, 63(2).

- Craft, S. (2017). Distinguishing features: Reconsidering the link between journalism's professional status and ethics. *Journalism and Communication Monographs*, 19(4).
- Luengo, M., Maciá-Barber, C., & Requejo-Alemán, J. L. (2016). Evaluating organizational ethics in Spanish news media. *Journalism*, 18(9).
- Martono, H. H. (2017). Teaching journalism ethics: Constructing model for teaching journalism ethics on the basis of local wisdom to create peace journalism. *Cogent Arts & Humanities*, 4(1)10.
- Miori, V. M., Doyle, K. A., & Campbell, K. (2011). Gender differences in academic ethics with recommendations for curricular change. *Journal of College Teaching and Learning*, 8(3), 7
- Muhammad A., Shakuntala R. (2013). Explorations in Global Media Ethics , - Social Science .
- Phillips, A. (2010). Transparency and the new ethics of journalism. *Journalism Practice*, 4(3).
- Wasserman, H. (2017). Professionalism and ethics: The need for a global perspective. *Journalism & Mass Communication Monographs*, 19(4).

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف علي دور مقررات أخلاقيات الإعلام التي يتم تدريسها في برامج الجامعات العربية في تعزيز التكوين المهني والأخلاقي للصحفيين. أجريت الدراسة علي عينة من (٦٠) مفردة من الصحفيين العرب من جنسيات وفئات مختلفة، حيث توصلت الدراسة إلي عدد من النتائج من أهمها أن غالبية أفراد العينة أكدوا علي وجود اختلاف بين ما قاموا بدراسته وما هو موجود بالفعل في الممارسة الصحفية الفعلية، وأكد البعض أن مقررات الأخلاقيات التي كانوا يدرسونها، تحتوي علي تشريعات وموثيق قديمة. وكشفت الدراسة أن أهم الموضوعات التي توجد في الممارسة الفعلية ولم يجدها المبحوثين في المقررات الدراسية هي: التعرض للحياة الخاصة للأفراد، وموضوع الحفاظ علي المصادر وموضوع السلوك العام والأخلاقيات العامة. وأوصت الدراسة بضرورة مراجعة مقررات الأخلاقيات الإعلامية التي يتم تدريسها في برامج الجامعات العربية من حيث الكم والكيف، وضرورة التحديث المستمر لمقررات الأخلاقيات الإعلامية وإضافة كل ما هو جديد في موثيق الشرف الصحفية. كما أوصت الدراسة بإلزام النقابات والأندية الصحفية، الصحفيين غير دارسي الإعلام بالحصول علي دبلوم في الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي كشرط من شروط الحصول علي العضوية.

كلمات مفتاحية : الأخلاقيات – التشريعات الإعلامية – أخلاقيات الإعلام – موثيق الشرف الإعلامية – التربية الإعلامية.