

البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية

دراسة تحليلية لقانون الإعلام العضوي 2012

**The value dimension of media practice in Algeria through media legislation
An analytical study of the organic media law 2012**

أمال توهامي*

جامعة 08 ماي 1945- قالمة (الجزائر) ، tamel886@gmail.com

تاريخ النشر: 2022/03/31

تاريخ القبول: 2022/02/22

تاريخ الاستلام: 2021/11/22

DOI : 10.53284/2120-009-001-002

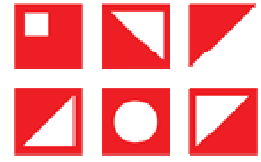
ملخص:

هدفت الدراسة الحالية الكشف عن البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية، حيث قمنا بتحليل القانون العضوي للإعلام 2012 مستخدمين في ذلك منهج المسح الوصفي منهجا للدراسة وأداة التحليل الوثائقي أداة لها. وتوصلنا إلى أن هذا القانون جاء لينظم الممارسة الإعلامية بكل أنماطها (المكتوبة، الإذاعية، التلفزيونية والالكترونية) في إطار منظومتنا القيمية المستمدة من الدين الإسلامي وثقافة المجتمع وهويته ، حيث تضمنت مواد مجموعة من القيم (كالنزاهة والشفافية والموضوعية والاحترام والحرية والحق والأصالة واللاعنصرية واللاعنف وغيرها) ونصت صراحة على أن مزاولة العمل الإعلامي يجب أن تكون في إطار هذه المنظومة و أن تعمل على الحفاظ عليها وترقيتها وكل خرق لهذه القيم يلقى بالعقوبة. الكلمات المفتاحية: القيم، الممارسة الإعلامية، التشريعات الإعلامية، قانون الإعلام العضوي 2012.

Abstract:

The current study aimed to reveal the value dimension of media practice in Algeria through media legislation, whereas we analyzed the organic law of media 2012 using the descriptive survey method and the documentary analysis tool. we had as a conclusion that this law aims to regulate media practice in all its forms (written, radio, television and electronic one) within the framework of our value system derived from the Islamic religion, the culture and identity of the community, where its rules included a set of values (such as integrity, transparency, objectivity, respect, freedom, truth, authenticity, non-racism, non-violence, etc) It has explicitly stipulated that practicing media work must be within the framework of this system and that it should work to preserve and promote it and every violation of these values will have its punishment.

Keywords: values, media practice, media legislation, organic media law 2012.



1. مقدمة:

تعتبر العلاقة بين وسائل الإعلام والمنظومة القيمية لمجتمع ما علاقة فاعلة ومتداخلة وذلك من منطلق أن وسائل الإعلام أصبحت من أهم الوسائل الناقلة لأنماط التفكير والمعرفة والمفاهيم المشتركة، وبالتالي فهي تسهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية لمجتمع ما، وتقوم بدور جوهري في غرس القيم وتوجيه سلوك الأفراد. وتعد التشريعات الإعلامية أحد أهم الوسائل الضابطة للعملية الإعلامية في كل مستوياتها، ولذلك لا بد أن تستمد قوانينها وموادها من المنظومة القيمية للمجتمع الصادرة فيه حتى تكون بمثابة الرقيب على ما ينشر ويث من خلال الوسائل الإعلامية وأداة الحصانة لهذه المنظومة من كل ما قد يهدد بتفكيكها من مضامين إعلامية وافدة أو حتى محلية. وتأتي هذه الدراسة لتكشف عن موقع منظومتنا القيمية في تشريعاتنا الإعلامية ممثلة أساسا بقانون الإعلام العضوي 2012. ولبلوغ هذا الهدف قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاثة محاور، فبعد المقدمة التي عرضنا من خلالها إشكالية الدراسة وأهدافها وإجراءاتها المنهجية، تناولنا في المحور الأول مفاهيم الدراسة (القيم، الممارسة الإعلامية والتشريعات الإعلامية) وخصصنا المحور الثاني للجانب التحليلي للدراسة الذي حاولنا من خلاله الكشف عن البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال مضمون قانون الإعلام العضوي 2012 وعرضنا في الأخير خاتمة الدراسة التي تضمنت أهم النتائج التي تم التوصل إليها.

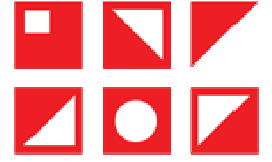
1.1 إشكالية الدراسة:

تزايد الاهتمام بموضوع القيم وعلاقتها بوسائل الإعلام بشكل كبير في السنوات الأخيرة وأصبح محل جدل ونقاش أكاديمي في الجزائر على غرار باقي الدول العربية، وذلك من منطلق القدرة الكبيرة لهذه الوسائل على التأثير في المنظومة القيمية لمجتمع ما سواء بترسيخ ما هو كائن وضروري أو بدممه وإعادة تشكيله، خاصة في ظل هذا التطور الهائل والسريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال التي زاد معها تدفق المعلومات وأصبحت تنذر بغرس قيم جديدة قد لا تمت بأي صلة لمنظومتنا القيمية؛ لذلك كان لا بد من وجود إعلام محلي مضاد يكون جادا في مضامينه فيعمل على تثبيت قيمنا وحمائتها مما قد يهدد بزوالها. وعلى اعتبار أن التشريعات الإعلامية هي الأداة الضابطة للممارسة الإعلامية، كان لا بد أن تعمل على تقنين العمل الإعلامي في إطار جملة من القيم التي تعبر عن هوية البلد الصادرة عنه، الأمر الذي نهدف إلى الكشف عنه من خلال هذه الدراسة، حيث سنقوم بتحليل مضمون القانون العضوي للإعلام 2012 على اعتبار أنه القانون المعمول به حاليا والشامل لكل أنماط النشاط الإعلامي في الجزائر (المكتوب، الإذاعي، التلفزيوني والالكتروني) للكشف عن ما إذا كانت التشريعات الجزائرية قد اهتمت بتضمين مواد قوانينها بالقيم التي تعبر عن هويتنا الجزائرية العربية المسلمة أم لا. وعلى هذا نطرح التساؤل الآتي:

إلى أي مدى اهتم المشرع الجزائري بموضوع القيم لضبط الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام 2012؟

وتم تفكيك هذا التساؤل إلى التساؤلين الفرعيين الآتيين:

- ما هو الأساس القيمي لضابط الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام 2012؟
- ما هي القيم التي دعا قانون الإعلام 2012 إلى الالتزام بها عند ممارسة العمل الإعلامي في الجزائر؟



2.1 أهداف الدراسة

- إبراز مكانة القيم في قوانين الإعلام المنظمة لمزاولة العمل الإعلامي في الجزائر في مختلف أشكاله (المكتوب، الإذاعي التلفزيوني والالكتروني) وعلى مستوى جميع أطرافه ((المؤسسة الإعلامية، الصحفي الإعلامي، المضمون الإعلامي، السلطات الضابطة للنشاط الإعلامي والجمهور المستقبل).
- الكشف عن الأساس القيمي الضابط للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية ممثلة في هذه الدراسة بقانون الإعلام 2012 على اعتبار انه القانون المعمول به حاليا والشامل لكل أنواع الإعلام (المكتوب، الإذاعي، التلفزيوني والالكتروني).
- تبيان أهم القيم التي دعا قانون الإعلام 2012 إلى الالتزام بها والعمل على ترقيتها وتلك التي دعا الى نبذها والتخلي عنها.

3.1 الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.3.1 نوع الدراسة ومنهجها:

انطلاقا من مشكلة دراستنا التي تبحث عن موقع القيم في التشريعات الإعلامية الجزائرية لضبط الممارسة الإعلامية في الجزائر وتقنينها في إطار المنظومة القيمية المعبرة عن هويتنا الجزائرية العربية المسلمة، فإنه يمكن القول بأن دراستنا تندرج ضمن الدراسات الوصفية. وتبعاً لذلك تم الاستناد على منهج المسح الوصفي منهجا للدراسة حيث سنحاول وصف قانون الإعلام العضوي 2012 وتشخيصه، وذلك من خلال جمع البيانات والحقائق ومعالجتها ومن ثم تفسيرها تفسيراً علمياً يسمح بالكشف عن مدى اهتمام المشرع الجزائري بتضمين مواد هذا القانون القيم المعبرة عن هويتنا.

2.3.1 عينة الدراسة:

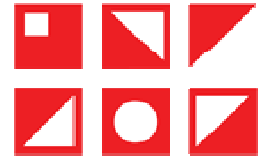
تتمثل عينة الدراسة في القانون العضوي للإعلام 2012، الذي تم اختياره على أساس أنه أحدث أشمل قانون إعلام في الجزائر، حيث يعد هذا القانون هو القانون المعمول به الوقت الحالي بعد قانون 1990 ومن قبله قانون 1982، والقانون الشامل لكل الأنواع الإعلامية: الإعلام المطبوع، الإعلام السمعي، الإعلامي السمعي-البصري والإعلام الإلكتروني. ونشير إلى أننا تجاوزنا قانون 2014 على اعتبار أنه قانون خاص بتنظيم النشاط السمعي البصري فقط.

3.3.1 أداة الدراسة:

انطلاقاً من طبيعة دراستنا وإشكالياتها التي تبحث عن موقع القيم في التشريعات الإعلامية الجزائرية لضبط الممارسة الإعلامية في الجزائر فلقد تم الاعتماد على أداة التحليل الوثائقي على اعتبار أنها تصلح لتحليل مضمون الوثائق، حيث سنقوم بتحليل مواد قانون الإعلام 2012 عينة الدراسة بواسطة التكتيف النصي في جانبه الموضوعاتي دون الشكلي، بمعنى تلخيص مضمون المواد القانونية التي تضمنت موضوع القيم واستخراج الأفكار الأساسية العامة التي تعكس الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر وأهم القيم التي ركز عليها المشرع الجزائري لضبط الممارسة.

2. مفاهيم الدراسة

1.2 مفهوم القيم: التعريف، التصنيف والوظائف:

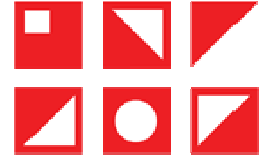


1.1.2 تعريف القيم:

يعد مفهوم القيم من المفاهيم التي اهتم بها الكثير من الباحثين في مجالات مختلفة كالفلسفة والتربية والاقتصاد وعلم الاجتماع وعلم النفس وغير ذلك من المجالات. والقيمة كاسم مجرد لها معنيين معنى ضيق وفيه تكون القيمة معبرة عن الخير أو المرغوب فيه أو الثمين ومعنى واسع وهنا تشمل القيمة الصواب والواجب والفضيلة والكمال والحق والقداصة(صغير، 2015، ص 352). ويعرفها السعيد بومعيزة على أنها تلك المبادئ والقواعد والمعايير التي تعمل على تنظيم حياة الفرد والناس في المجتمعات العربية الإسلامية، ويتم تعلمها عن طريق مؤسسات التنشئة الاجتماعية المختلفة كالأ أسرة والمدرسة ووسائل الإعلام. وهي أيضا استعداد معرفي ووجداني وسلوكي عند الفرد والجماعات تجاه الأشياء والموضوعات والأشخاص، ويرى بأن مصدر هذه القيم هو المعتقد الديني (القرآن الكريم والسنة) وبالتالي فهي إيجابية ولا يمكن أن تكون سلبية(بومعيزة، 2006، ص 154). وهذا ما يذهب إليه الكثير من الباحثين حيث يرون أن مصطلح قيمة لا يطلق إلا على هذه المعاني الموجبة أما المعاني السالبة مثل الخطأ وغير المزوم والرذيلة والقبح والباطل وعدم القداصة فيطلق عليها وصف عدم القيمة، في حين أن هناك من العلماء من يطلق اسم قيمة على المعاني الموجبة والمعاني السالبة مع إضافة صفة موجبة في الحالة الأولى فيقال قيمة موجبة وإضافة صفة سلبية في الحالة الثانية فيقال قيمة سالبة(صغير، 2015، ص 352). وهناك علاقة وثيقة بين السلوكيات والقيم لأن هذه الأخيرة هي التي توجه سلوك الفرد وتنظم العلاقات بين الأفراد، ويقدر ما يكون الفرد مشبعا بالقيم و متمسكا بما تكون سلوكياته سليمة، ويقدر ما يكون غير مشبع بما أو غير متمسك بما يتعرض إلى خطر الوقوع في السلوكيات غير السوية(بومعيزة، 2006، ص 167).

2.1.2 تصنيف القيم:

لقد اهتم الكثير من الباحثين في العلوم الاجتماعية بمسألة تصنيف القيم. فهناك من العلماء من قدم تصنيفا لها مستندا إلى خصائصها كتصنيف جوليتلي الذي ميز بين القيم الأساسية والقيم الفرعية، وتصنيف كيرت لويس حين صنف القيم إلى جوهرية وطارئة، وأما كلاكهون فقدم تصنيف يشير إلى وجود قيم عامة في المجتمع ككل وقيم خاصة بجماعات معينة، وهذا التصنيف يستند إلى معيار درجة انتشار القيم في المجتمع. كما تم تصنيف القيم إلى اتجاهها المرتبط بالنمط البنائي للمجتمع كما فعل روبرت ردفيلد عندما ميز بين القيم على أساس نوع المجتمع الشعبي القديم الذي تسوده القيم التقليدية المحافظة والمجتمع الحضري الذي تسوده القيم العقلية العلمانية(بن منصور، 2010، ص 28). وهناك من صنفها حسب مقاصدها إلى قيم وسائلية وهي وسائل لتحقيق غايات أبعد وقيم نهائية وهي أهداف وفضائل نهائية تضعها الجماعة لأفرادها، وحسب شدتها وإلزامها إلى قيم ملزمة أو أمرية ناهية وهي ما ينبغي أن يكون وقيم تفضيلية وهي ما يفضل أن يكون ويشجع الأفراد على الالتزام بها وقيم مثالية وهي ما يرجى أن يكون، وحسب وضوحها إلى قيم صريحة وهي التي يعبر عنها بالكلام والسلوك نفسه. وقيم ضمنية وهي التي تستخلص ويستدل عليها من خلال ملاحظة الاختيارات التي تتكرر في سلوك الأفراد(السيد، 2005، ص 20).. كما حدد المهتمون بدراسة القيم أيضا مجموعة من الأبعاد يمكن أن يتم في ضوئها تقديم تصنيفات معينة لها، كما هو الشأن عند سبرينجر الذي صنفها حسب بعد محتواها إلى(بن منصور، 2010، ص 28-29):



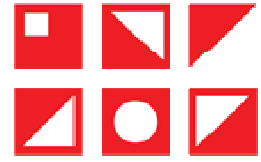
- **القيم النظرية:** وتتمثل في اهتمام الفرد وميله للكشف عن الحقائق متخذاً في ذلك اتجاهها معرفياً في العالم المحيط به، حيث يوازن بين الأشياء على أساس ماهيتها، كما انه يسعى وراء القوانين التي تحكم هذه الأشياء بعيداً عن قيمتها العملية أو الصورة الجمالية بها.
- **القيم الدينية:** وتتمثل في توجيه الفرد اهتمامه وميله إلى معرفة ما وراء العالم الظاهري حيث يعتقد أن هناك قوة تسيطر على العالم الذي نعيش فيه، وهو ما يحاول ربط نفسه بهذه القيمة.
- **القيم الاقتصادية:** وتتمثل في ميل الفرد إلى ما هو نافع، ويتخذ من المحيط به وسيلة للحصول على الثروة عن طريق الانتاج واستثمار الأموال واستهلاك البضائع.
- **القيم الاجتماعية:** يقصد بها اهتمام الفرد وميله إلى غيره من الناس وبالتالي التفاعل مع محيطه الاجتماعي، لذلك يتوجه اهتمام الأفراد نحو خدمة غيره ومساعدتهم ومن ثم النظر إليهم على أساس أهم غايات وليسوا وسائل لغايات أخرى.
- **القيم السياسية:** وتتمثل في اهتمام الفرد وميله للحصول على القوة ومن ثم فإن الفرد يهدف إلى السيطرة والتحكم في الأشخاص أو الأشياء وتوجيه مصائر غيره من الناس.
- **القيم الجمالية:** وهي تلك القيم التي تتمثل فيما هو جميل من ناحية الشكل وكذلك بنظر الفرد إلى العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي.

3.1.2 وظائف القيم:

تعمل القيم على أداء عدة وظائف يمكن حصرها في (صغير، 2017، ص ص 159-161):

- **توجيه سلوك الفرد في المواقف المختلفة:** حيث تقود القيم الفرد إلى تحديد اتجاهاته نحو القضايا المختلفة وإلى تفضيل أيديولوجية سياسية أو دينية معينة، كما أنها تحدد الطريقة التي يقدم بها نفسه إلى الآخرين أو من خلالها يقبل غيره ويؤثر فيهم ويحكم عليهم بالحسن أو السوء من خلال مقارنة سلوكياتهم مع القيم المقبولة اجتماعياً.
- **بناء شخصية الفرد:** حيث تساعد القيم الفرد على حل مشكلاته والتكيف مع الأوضاع المستجدة وضبط أسباب عدم التوافق مع الجماعة، وعليه فهي تلعب دوراً وقائياً إذ تعمل كضابط قوي يرجع له الفرد ليصد كل مصادر التوتر والقلق وعدم التوازن النفسي والاجتماعي. كما أنها تعد دوافع للنشاط ومتى تكونت تكون المرغوب فيه لدى المرء، فينطلق إلى العمل، وتكون مثابة المرجع أو المعيار الذي نقيم به هذا العمل لنرى مدى تحقيقه، وهذا يعني أن القيم تمثل قوة وطاقة دافعة للعمل وما يرتبط به من احترام للوقت وأداء متقن وبذل الجهد والإخلاص فيه.
- **الحفاظ على تماسك البناء الاجتماعي للمجتمع واستقراره:** حيث تعمل كضوابط لسلوك الفرد والجماعات مما يساعد في تحقيق التكامل في المجتمع من خلال النسق القيمي العام الذي يعطي بدوره الشرعية للأهداف والمصالح الجماعية ويحدد المسؤوليات. كما أنها تعمل على الحفاظ على هوية المجتمع وثقافته ومواجهة كل التيارات العاصفة بخصوصيته فهي تزود الفرد بالصيغة التي يتعامل بها مع العالم وتحدد له أهداف ومبررات وجوده. وتعمل القيم أيضاً على ربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها البعض حتى تبدو متناسقة، وتعطي النظم الاجتماعية أساساً عقلياً يصبح عقيدة في ذهن أعضاء المجتمع المنتمين إلى هذه الثقافة.

2.2 مفهوم الممارسة الإعلامية: التعريف، الخصائص والأخلاقيات:



1.2.2 تعريف الممارسة الإعلامية:

يقصد بالممارسة الإعلامية مزاولة العمل الإعلامي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية (مهدي، 2006، ص 213).

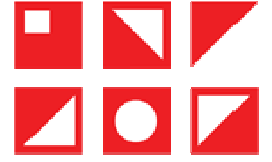
2.2.2 خصائص الممارسة الإعلامية المهنية :

تعتبر الممارسة الإعلامية المهنية من أنبل وأصعب المهام التي يجب على القائمين على العمل الإعلامي مزاومتها في إطار الأبعاد الأخلاقية والتشريعية والمهنية، فالصحافة بمعناها الواسع كانت ولا زالت مرآة المجتمع تعكس مشكلاته وتعمل على إيجاد حلول لها، لذلك كان لا بد أن تكون مسؤولة أمام المجتمع وأمام الجماهير على اختلاف فئاتهم ومستوياتهم، ويحدد الباحثون مجموعة من الشروط التي يجب أن تتوفر في الممارسة الإعلامية حتى تسمو إلى المهنية والاحترافية نذكرها في ما يلي (مهدي، 2006، ص 198):

- وجود أساس أخلاقي قيمى للممارسة، كالمواثيق والقواعد الأخلاقية والسلوكية المتفق عليها.
- أن تكون للمهنة الإعلامية أهداف مجتمعية، بمعنى أنها تقوم من اجل إشباع أو مواجهة احتياج مجتمعي وتستمد شرعية وجودها من إحساس الناس بضرورة القيام بنشاط معين من شأنه أن يشبع لهم احتياجاتهم.
- أن يمارس العمل المهني متخصصون مهنيون، بمعنى ان يقع العمل الأساسي يقع على عاتق أفراد وهيئات متخصصة لها من الصلاحيات والكفاءة والقدرة العلمية ما يمكنها من فهم المشكلة والتعامل معها.
- اعتراف المجتمع بالمهنة وتحملها لمسئولياتها تجاه الأفراد والجماعات والنظم في المجتمع الأمر الذي يضمنى على وجودها وممارستها شرعية.
- أن تستند إلى الأسلوب العلمي. بمعنى أن تركز على قاعدة من المعرفة العلمية والنظريات والقوانين والمبادئ العلمية لفهم المشكلات وتحديد الحل المناسب لها، وان تواكب التقدم العلمي.

3.2.2 أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

تقوم الممارسة الإعلامية على أساس جملة من الأخلاقيات المتعارف عليها في جميع أنحاء العالم، والتي تدعمها دساتير أخلاقية تضعها التنظيمات المهنية في كل مجتمع. وتعرف أخلاقيات المهنة الإعلامية أو كما يطلق عليها أياً بـأخلاقيات الإعلام وأخلاقيات الصحافة وأخلاقيات المهنة الصحفية، بأنها "مجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، أو بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جدي، يجد استحساناً عند الجمهور" (دحماني، 2019، ص 56).



كما يمكن تعريفها على أنها "مجموعة قيم ومبادئ خلقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عمله وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، تتمثل هذه الأخلاق في قيم عامة وتقاليد وتصرفات، بعضها عام ومشارك كقيم الصدق والتراة والتوازن، وبعضها خاص بالمجتمعات أو بالمؤسسات، وقد باتت هذه المبادئ متجسدة في تشريعات إعلامية ومواثيق شرف مكتوبة أقرتها اتحادات صحافيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية (دحمان، 2019، ص 56).

ويضع خبراء الإعلام لأخلاقيات المهنة خمس دوائر أخلاقية يعمل في إطارها الصحفيون تسمى دوائر المتغيرات الأخلاقية الخمس التي تتطلب منهم اتخاذ القرارات المناسبة لمواجهة المواقف التي يتعرضون إليها.. كما يمكن أن نطلق على هذه الدوائر الأخلاقية القيم التي يحتكم إليها حارس البوابة في انتقاء الأخبار ويستند إليها في ممارسة المهنة. وتتمثل هذه المتغيرات في ما يلي (مهدي، 2006، ص 198-199):

- الأخلاقيات الخاصة التي يتمسك بها كل صحفي على حدة والناجمة عن المعايير الذاتية للصحفي وميولاته والمبادئ التي يؤمن بها الصحفي كشخص منفرد.
- المبادئ الأخلاقية التي تضعها كل مؤسسة صحفية للعاملين فيها كإطار سياسي أخلاقي تحددها لنفسها.
- أخلاقيات المهنة ككل، وهي التي تعبر عن السلوكيات التي تحكم كل المهن الاتصالية الجماهيرية كالنقابات الصحفية وجمعيات الناشرين وغير ذلك.
- المبادئ والسلوكيات التي تفرضها أنظمة الاتصال في المجتمع ككل، وهي أنظمة تفرضها الفلسفات السياسية والاقتصادية لكل مجتمع، ويضاف إلى ذلك القوانين والتشريعات التي تضعها الهيئات التشريعية.
- الحدود التي يضعها الناس في كل مجتمع على كل أنواع النشاط الإنساني ولا يستطيع أحد أن يتعداها وتمثل في معايير المجتمع وقيمه وثوابته.

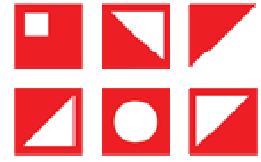
3.2 التشريعات الإعلامية: التعريف والخلفية التاريخية في الجزائر:

2.3.1 تعريف التشريعات الإعلامية:

هي النصوص والقواعد القانونية (مجموع القوانين والمراسيم والقرارات...) التي تضعها السلطة التشريعية من أجل تنظيم تداول المعلومة في الفضاء العمومي وتندرج ضمنها القواعد الأخلاقية التي يضعها المهنيون في قطاع الإعلام لتنظيم وتسيير القطاع بشكل عام. (العمر، 2020، ص 34).

وقانون الإعلام إذن هو نوع من التشريعات الإعلامية الذي يمكن تعريفه على أنه مجموعة من القواعد التي تصدر عن جهة مخولة دستوريا من أجل تنظيم الممارسة الإعلامية في كل مستوياتها.

2.3.2 الخلفية التاريخية لقوانين الإعلام في الجزائر:



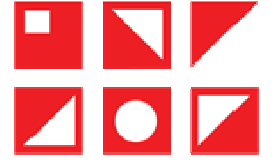
منذ سنة 1962 على غاية صدور قانون الإعلام 1982 تبنت الحكومة عدة نصوص تشريعية تتعلق بوضعية المؤسسات الصحفية (أمر نوفمبر 1967) وضعية المهنة (28 سبتمبر 1968) ووضعية النشر (أمر نوفمبر 1973). وقد ميز هذه النصوص تكريسها لفكرة خضوع وتبعية الصحافة للسلطة الحاكمة كما أخذ على هذه النصوص كونها غير كاملة وتحتوي على بعض التناقضات ويغمرها أحيانا بعض الغموض والالتباس وهي بصفة كلية غير منطلقة من نظرة موحدة وشاملة للنشاط الإعلامي والاتصالي في البلاد (باي، 2007، ص 72). ولقد عرفت الجزائر ثلاثة قوانين أساسية لتنظيم العمل الإعلامي بشكل شامل المطبوع، السمعي، السمعي- البصري والإلكتروني، في حين اهتم قانون 2014 بتنظيم النشاط السمعي البصري فقط. وفيما يلي لمحة عن هذه القوانين الأساسية

← قانون الإعلام 1982:

صدر هذا القانون بتاريخ 06 فيفري 1982 بعد أن تمت المصادقة عليه من طرف المجلس الوطني الشعبي في ديسمبر 1981. وهو أول قانون يخص قطاع الإعلام منذ الاستقلال (باي، 2007، ص 72). ويتكون هذا القانون من 128 مادة موزعة على مدخل يتكون من 49 مادة يحتوي المبادئ العامة، وخمس أبواب تهتم بالتوزيع والنشر، وممارسة المهنة الصحفية، وتوزيع النشريات الدورية والتجول للبيع، والإيداعات الخاصة والمسؤولية وحق الرد، والأحكام الجزائية (ثابت وحماني، 2012، ص 08). وجاء هذا القانون ليعكس الفضاء السياسي الذي تعيش فيه المؤسسات الإعلامية الجزائرية أي الحزب الواحد والنظام الاشتراكي الذي كانت تطبقه الجزائر. فنلاحظ التركيز على واجبات الصحافي في إطار الثورة الاشتراكية، احتكار الدولة لوسائل الإعلام عبر وزارة الإعلام والحزب، واعتبار قطاع الإعلام من قطاعات السيادة الوطنية وقد اعتبر الصحفيون، قانون 1982، قانون عقوبات حيث أنه خصص 43 مادة للإجراءات العقابية ضد الصحفيين، كما أن جرائم النشر يطبق عليها قانون العقوبات، وليس قانون الإعلام رغم خصوصية العمل الإعلامي وخصوصية جرائم النشر واختلافها جذريا عن باقي الجرائم التي ترتكب في المجتمع. ولا توجد فيه سوى مادة واحدة، المادة 45 التي تشير إلى حرية الصحافي في الوصول إلى مصادر المعلومات، رغم أن هذه المادة لم تعن الكثير في أرض الواقع (حمدي، 2008، ص 13).

← قانون الإعلام 1990:

أدت التعددية السياسية التي أقرها دستور 23 فيفري 1989 إلى إفراز تعددية إعلامية لا محالة، وهذا ما تجسد في قانون جديد للإعلام أقر التعددية بالنسبة للصحافة المطبوعة وأبقى القطاع السمعي البصري في يد الدولة. وجاء منشور رقم 4 بتاريخ 19/3/1990 ليترك الأمر أمام الصحفيين العاملين في المؤسسات الإعلامية العمومية للاختيار بين البقاء في القطاع العمومي أو إنشاء مؤسسات صحفية مستقلة على شكل شركات مساهمة، أو الالتحاق بصحف الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب السياسية). وقد أعطيت في هذا الإطار تسهيلات مالية مختلفة، حيث منحت مقدما رواتب ثلاث سنوات للصحفيين الذين قرروا ترك القطاع العام وإصدار جرائد خاصة، كما قدمت مقرات وتسهيلات للحصول على قروض. وهكذا ظهرت أول يومية مستقلة باللغة الفرنسية في سبتمبر 1990 تحت عنوان Le Soir d'Algérie أما أول يومية مستقلة باللغة العربية فكانت جريدة الخبر التي صدرت في شهر نوفمبر من سنة 1990 (حمدي، 2008، ص 13).



واحتوى هذا القانون على 106 مادة موزعة على تسعة أبواب، تضمن الباب الأول أحكام عامة تحدد مبادئ ممارسة الحق في الإعلام، وتضمن الباب الثاني في فصلين مفهوم القطاع العام و أهدافه في أربع مواد وإصدار النشريات الدورية ضمن أربعة عشر مادة، واختص الباب الثالث بممارسة مهنة الصحفي في ثلاثة عشر مادة، أما الرابع فحدد المسؤولية و حق الرد و التصحيح في ثلاثة عشر مادة وتضمن الباب الخامس النشر و التوزيع و البيع في ستة مواد، ليهتم الباب السادس بالمجلس الأعلى للإعلام ، دوره و كيفية تشكيله في ثمانية عشر مادة، في حين ضم الباب السابع أحكاما جزائية في ثلاثة و عشرون مادة، والباب الثامن أحكاما ختامية في مادتين، والباب التاسع أحكاما انتقالية في خمس مواد(ثابت وحماني، 2012، ص 13).

← القانون العضوي للإعلام 2012:

جاء هذا القانون في ظل الظروف العربية التي تميزت بما اصطلح على تسميته "ثروات الربيع العربي" وما تبعها من إسقاط لعدة أنظمة عربية، وهو السبب الذي كان وراء إعلان السلطة الجزائرية عن جملة من الإصلاحات السياسية، من بينها إدخال تعديلات على قطاع الإعلام التي تجسدت من خلال القانون العضوي للإعلام 2012 وكان أبرز ما ميزها هو فتح قطاع السمعى البصري على الاستثمار الخاص (بلعمري، 2012، ص 34).

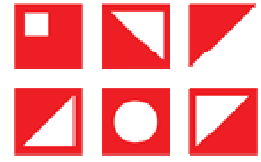
تم تأريخ هذا القانون هذا القانون في 12 فيفري 2012 وصدر في العدد الثاني من الجريدة الرسمية يوم 15 فيفري 2012، وتضمن 133 مادة موزعة على 12 بابا(القانون العضوي للإعلام 2012، 2012) وسنفضل في مضمون هذا القانون في الجانب التطبيقي على اعتبار انه عينة الدراسة.

← قانون النشاط السمعى البصري لسنة 2014:

يعتبر هذا القانون أول قانون متخصص في المجال السمعى البصري، فبالرغم من إصدار المشرع الجزائري لقانون الذي جاء فيه فتح قطاع السمعى البصري للخواص، إلا أن هذا القانون بقي يسوده الغموض حيث اكتفى بذكر بعض المواد التي تحدد الإطار العام لمفهوم النشاط السمعى البصري بدون ذكر تفاصيل حول فتح المجال للاستثمارات الخاصة فيه وكيفية تنظيمه، الى ان صدر القانون الخاص بالنشاط السمعى البصري الذي صادق عليه البرلمان في نهاية شهر يناير وصدر في العدد 16 من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية لـ: 23 مارس 2014. ويحتوي على 113 مادة تنظم القطاع السمعى البصري في الجزائر . حيث نص هذا القانون في مادته الخامسة أن: "خدمات الاتصال السمعى البصري المرخص لها " تتشكل من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي أو أشخاص معنويين للقانون الجزائري ، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية ومن اهم ما جاء فيه هو تحديد مهام وتشكيلة وسير سلطة ضبط السمعى البصري (بن صغير، 2018، ص ص405-406).

3. البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام العضوي 2012:

نخصص هذا المحور للكشف عن البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الاعلام 2012 عينة هذه الدراسة، والذي تم اختياره على أساس انه أحدث قوانين الاعلام التي تنظم الممارسة الإعلامية بكل انماطها (الاعلام المكتوب، الاعلام الإذاعي، الاعلام التلفزيوني، والاعلام الالكتروني). وانطلاقا من طبيعة دراستنا وإشكالياتها فلقد تم الاعتماد على أداة التحليل الوثائقي على اعتبار أنها تصلح لتحليل مضمون الوثائق، حيث تسمح هذه الأداة بالتعرف على الوحدات



المفرداتية التمثيلية للمفاهيم الهامة لوثيقة ما، وذلك من خلال عملية التفكيك التي تؤدي إلى تصنيف المحتوى إلى فئات (بن مرسل، 1998، ص 180). وذلك بطريقتين نذكرها - لعدم ذبوع استخدام هذه الأداة في الدراسات الإعلامية- فيما يلي:

أ- التحليل الوثائقي بواسطة التكتيف النصي: ويقصد به تلخيص مضمون الوثيقة من خلال الإجابة على التساؤلات التقليدية ماذا؟ لماذا، أين؟ وكيف؟. وتتم هذه العملية من خلال التحليل الموضوعاتي للموضوع الرئيس ثم الموضوع الثانوي وتحديد واستخراج المواضيع الفرعية لهما، والجمع بينهما في الأخير في أفكار أساسية عامة تعكس المضمون (وقد يقابل هذا في تحليل المضمون فئات المضمون)، والتحليل الشكلي الذي يتم فيه تحديد نوع الوثيقة (مذكرة، رسالة، مقال...) والفترة التاريخية لها، المناهج المستخدمة واستعمالها وتطبيقاتها... (والذي قد تقابله فئات الشكل في تحليل المضمون) (Jacques chaumier, 1997, p. 100) وتسمى هذه الطريقة أيضا بالوصف المركز حيث يتم اعداد ملخص لمحتوى الوثيقة دون تأويل ولا نقد (فضيل دليو، 2020، ص 110).

ب- التحليل الوثائقي بواسطة الفهرسة: ويقصد به وصف الوثيقة وذكر خصائص مضمونها من خلال سلسلة من الكلمات المفتاحية، وتمر هذه العملية بمرحلتين:

• استخراج المفاهيم واختيار ما له علاقة بخصوصية الوثيقة وأهداف معالجتها. ويمكن العثور على هذه المفاهيم بسهولة على مستوى المقاطع الغنية بالمعلومات مثل العناوين، ملخصات المؤلف، المقدمات التمهيدية، الخلاصات ...

• استخراج الكلمات المفتاحية وتحولها إلى لغة توثيقية تترجم خصائص مضمون الوثيقة من خلال عملية توليف وتركيب المفاهيم التي سبق استخراجها في المرحلة الأولى (Jacques chaumier, 1997, p. 101).

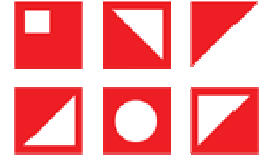
وبناء على ما سبق سنقوم بتحليل مواد قانون الإعلام 2012 باتباع طريقة التحليل الوثائقي بواسطة التكتيف النصي، بمعنى تلخيص مضمون المواد القانونية التي تضمنت موضوع القيم واستخراج الأفكار الأساسية العامة التي تعكس الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر واهم القيم التي ركز عليها المشرع الجزائري لضبط الممارسة.

3. 1 التحليل الشكلي:

يسمح هذا التحليل بتقديم وصف عام عن الوثيقة التي صدر فيها قانون الاعلام العضوي 2012 حيث تم اعتماد سبعة فئات نوضحها في الجدول اسفله:

الجدول 1: فئات التحليل الشكلي لقانون الاعلام العضوي 2012

اسم الفئة	فئات التحليل الشكلي
الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية	فئة المصدر
العدد الثاني	فئة عدد الجريدة
05 - 12	فئة رقم القانون
18 صفر 1433	فئة تاريخ صدور القانون تاريخ اصدار القانون بالتقويم الهجري



البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية
دراسة تحليلية لقانون الإعلام العضوي 2012

12 فيفري 2012	تاريخ اصدار القانون بالتقويم الميلادي	
15 فيفري 2012	فئة تاريخ الإعلان عن القانون	
اللغة العربية	فئة اللغة	
12 بابا	فئة عدد أبواب القانون	
133 مادة	فئة عدد مواد القانون	

يمثل الجدول 1 فئات التحليل الشكلي لقانون الاعلام العضوي 2012 ومن خلاله يتضح بان هذا القانون تم تأريخه في 12 فيفري 2012 الموافق ل18 صفر 1433 و صدر في العدد الثاني من الجريدة الرسمية يوم 15 فيفري 2012 وكان رقمه 05-12، وتضمن 133 مادة موزعة على 12 بابا التي نتعرف على مضمونها لاحقا في فئات التحليل الموضوعاتي كانت اللغة العربية هي لغة الوثيقة التي قمنا بتحليلها.

3. 2. التحليل الموضوعاتي:

بعد قراءتنا لنص قانون الاعلام العضوي 2012 وتحليل مواد موضوعاتيا تمكنا من استخراج ثلاثة فئات وهي:

الجدول 2: فئات التحليل الموضوعاتي لقانون الاعلام العضوي 2012

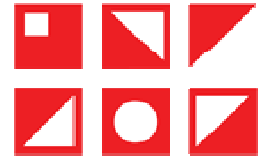
فئة مضمون أبواب قانون الاعلام العضوي 2012	فئات التحليل الموضوعاتي
فئة الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الاعلام العضوي 2012	
فئة قيم الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال مواد قانون الاعلام 2012	

يمثل الجدول 2 فئات التحليل الموضوعاتي التي تم اعتمادها لوصف مضمون قانون الاعلام 2012 عينة الدراسة حيث تعكس الفئتان الأخيرتان إشكالية الدراسة التي نحاول من خلالها الإجابة على تساؤلاتها. وفيما يلي نقدم وصفا مركزا لكل فئة بعد التحليل الموضوعاتي للمواد التي تمثلها:

3. 2. 1. فئة مضمون أبواب قانون الإعلام العضوي 2012

الجدول 3: فئة مضمون أبواب القانون الاعلام العضوي 2012

رقم الباب	عنوان الباب	عناوين فصول الباب	المواد
الباب الاول	نشاط الاعلام عن طريق الصحافة المكتوبة	احكام عامة	1-5
الباب الثاني		اصدار النشريات الدورية	6-32
الباب الثالث	سلطة ضبط الصحافة المكتوبة	التوزيع والبيع في الطريق العام	33-39
			40-57

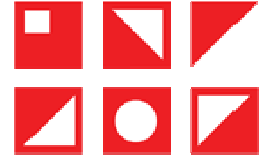


د. أمال توهامي

63 - 58	ممارسة النشاط السمعي البصري	النشاط السمعي البصري	الباب الرابع
66 - 64	سلطة ضبط السمعي البصري		
72 - 67	وسائل الاعلام الالكترونية		الباب الخامس
91 - 73	مهنة الصحفي	مهنة الصحفي وأداب وأخلاقيات المهنة	الباب السادس
99 - 92	آداب وأخلاقيات المهنة		
114 - 100	حق الرد والتصحيح		الباب السابع
115	المسؤولية		الباب الثامن
126 - 116	المخالفات المرتكبة في اطار ممارسة النشاط الإعلامي		الباب التاسع
129 - 127	دعم الصحافة وترقيتها		الباب العاشر
130	نشاط وكالات الاستشارة في الاتصال		الباب الحادي عشر
133 - 131	احكام انتقالية وختامية		الباب الثاني عشر
133	12		المجموع

يمثل الجدول 3 فئات مضمون أبواب قانون الاعلام العضوي 2012 عتبة الدراسة ونلاحظ من خلاله ان القانون تضمن 133 مادة موزعة على 12 باب، حيث خصص الباب الأول للأحكام العامة وتضمن خمسة مواد تم من خلالها تحديد اهداف القانون ومركزاته ومجالات النشاط الاعلامي التي يضبطها، كما عرف أنشطة الإعلام واهدافها. أما الباب الثاني فخصص لنشاط الإعلام عن طريق الصحافة المكتوبة، وجاء هذا الباب في فصلين: فصل خاص بإصدار النشرات الدورية وفصل خاص بالتوزيع والبيع في الطريق العام، أما الباب الثالث فتم تخصيصه لسلطة ضبط الصحافة المكتوبة حدد فيه مهام وواجبات السلطة وهيكلها واعضاءها وكيفية تشكيلها. وجاء الباب الرابع لينضم النشاط السمعي البصري وجاء هو الآخر في فصلين: فصل خاص بممارسة النشاط السمعي البصري وفصل خاص بسلطة ضبط السمعي البصري. وخصص الباب الخامس لوسائل الإعلام الإلكترونية واقتصر في هذا الباب على التعريف بنشاط الاعلام الالكتروني. اما الباب السادس فقد خصص لمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة وذلك في فصلين: فصل لمهنة الصحفي اين تم التركيز فيه على مفهوم الصحفي المحترف وذلك من حيث تعريفه وحقوقه وواجباته وفصل ثانياً آداب وأخلاقيات المهنة. وعن الباب السابع فتم تخصيصه لحق الرد وحق التصحيح اين حدد القانون من خلال خمسة مواد كيفية سير إجراءات الرد والتصحيح للشخص الذي تعرض لالتهمات كاذبة. أما الباب الثامن فخصص للمسؤولية حيث يتحمل المدير مسؤول النشرية او مدير خدمة الاتصال السمعي البصري او مدير جهاز الصحافة الالكترونية وكذا صاحب الكتابة او الرسم مسؤولية كل ما يتم نشره. في حين خصص الباب التاسع للمخالفات المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي، اما الباب العاشر فخصص لدعم الصحافة وترقيتها من طرف الدولة التي تحدد مقاييس منح الإعانات وتنظيمها كما أشار القانون الى ضرورة مساهمة المؤسسة الإعلامية في تكوين الصحفيين وترقية ادائهم، وتم تخصيص الباب الحادي عشر لوكالات الاستشارة في الاتصال، وتضمن الباب الثاني عشر أحكاماً انتقالية وختامية.

2.3.2 فئة الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام العضوي 2012:



الجدول 4: فئة الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال مواد قانون الإعلام العضوي 2012

الأساس القيمي	المواد					فئة الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام العضوي 2012
	المادة 70	المادة 68	المادة 40	المادة 05	المادة 02	
الدين الإسلامي	المادة 110	المادة 101	المادة 97	المادة 92	المادة 71	

يمثل الجدول 4 فئة الأساس القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال قانون الإعلام العضوي 2012 ونلاحظ من خلاله ان عشرة مواد اتضح من خلالها أن هذا القانون كان صريحاً في أن تكون الممارسة الإعلامية في الجزائر في إطار القيم الوطنية المستمدة من الدين الإسلامي الذي يعتبر السند الأساسي لدستور وكل قوانين الجمهورية الجزائرية هذا إضافة الى ثقافة المجتمع وهويته التي يشكل الدين الإسلامي أيضاً أطوارها القيمي الذي يؤطرها ويحدد معالمها، وبالعودة الى المواد التي اتضح منها هذا الأساس القيمي نجد ان:

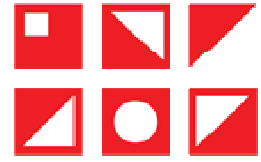
← **المادة الثانية** من هذا القانون نصت على: "يُمَارَس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهم، وفي ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، المصالح الاقتصادية للبلاد، مهام والتزامات الخدمة العمومية، حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي، سرية التحقيق القضائي، الطابع التعددي للأراء والأفكار، كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية".

← كما كان القانون صريحاً في أن يساهم الإعلام الجزائري في نقل هذه القيم والحفاظ عليها وترقيتها إذ نصت **المادة الخامسة** منه على: "تساهم ممارسة أنشطة الإعلام على الخصوص فيما يأتي: الاستجابة لحاجات المواطن في مجال الإعلام والثقافة والتربية والترفيه والمعارف العلمية والتقنية، ترقية مبادئ النظام الجمهوري وقيم الديمقراطية وحقوق الإنسان والتسامح ونبذ العنف والعنصرية، ترقية روح المواطنة، ثقافة الحوار، ترقية الثقافة الوطنية واشباعها في ظل احترام التنوع اللغوي والثقافي الذي يميز المجتمع الجزائري، المساهمة في الحوار بين ثقافات العالم القائمة على مبادئ الرقي والعدالة والسلام".

← ونصت **المادة 40** على ضرورة أن تتولى سلطة ضبط الصحافة المكتوبة السهر على جودة الرسائل الإعلامية وترقية الثقافة الوطنية بجميع أشكالها، وهذه دعوة صريحة من المشرع الجزائري إلى ضرورة أن تعمل المؤسسات الإعلامية على من خلال ما تنقله من ثقافة وطنية عبر مضامينها على منظومتنا القيمية وترسيخها وترقيتها.

← وحدد القانون في **مادته 68** نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام. بمعنى أن تحرص الصحف الإلكترونية الجزائرية على تقديم إعلام أصلي مستمد من منظومتنا القيمية المعبرة عن هويتنا الجزائرية العربية الإسلامية ويتمشى معها من أجل تقديم خدمة عمومية، وهو ما نصت عليه **المادة 70** التي حددت من خلالها القانون نشاط السمععي البصري عبر الانترنت.

← وأكدت **المادة 71** على أن يمارس نشاط الصحافة الإلكترونية ونشاط السمععي البصري عبر الانترنت في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون التي نصت صراحة على أن تكون الممارسة الإعلامية بشكل عام (التقليدية والجديدة) في إطار احترام قيم المجتمع.



← كما أكدت المادة 92 في باب مهنة الصحفي وآداب وأخلاق المهنة على أن يسهر الصحفي على احترام ما جاء في المادة الثانية من هذا القانون إضافة إلى ضرورة احترام شعارات الدولة ورموزها والامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالتاريخ الوطني أو تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن الذي يتجاوب مع المضمون الإعلامي المقدم إليه انطلاقاً من تماشي هذا المضمون مع قيم الجماعة التي نشأ عليها.

← وكان القانون واضحاً من خلال مادته 97 في أن كل اختراق لآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي التي تمارس كما جاء في المادة 92 والمادة 2 في إطار القيم الوطنية السائدة يعرض صاحبه للعقاب.

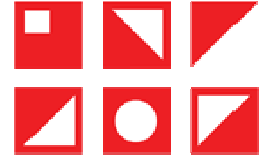
ولم يغفل هذا القانون حق الرد للجمهور متلقي الرسالة الإعلامية إذا ما تعرض لاهتمامات تمس بقيمه منها الشرف والسمعة وجاء ذلك في المادة 101 وفي مقابل ذلك حرص القانون على أن ترفض المؤسسة الصحفية أي رد يكون منافياً للآداب العامة أو المنفعة المشروعة للغير أو لشرف الصحفي وبالتالي رفض أي رد قد يمس بالقيم العامة للمجتمع أو الشخصية للأفراد. ← كما يشجع القانون من خلال المادة 112 المواطن الجزائري الحفاظ على قيمه والدفاع عنها من كل ما قد يمس بها حيث نصت هذه المادة: " لكل شخص جزائري طبيعي أو معنوي الحق في ممارسة حق الرد على أي مقال مكتوب تم نشره أو حصة تم بثها تمس بالقيم الوطنية".

ومن خلال هذه المواد يمكن التأكيد على أن الدين الإسلامي هو السند والاساس القيمي لقوانين الاعلام في الجزائر وبالتالي للممارسة الإعلامية على اختلاف اشكالها واطرافها، وهو حال كل التشريعات في الجزائر التي لا تتعارض مع الدين الإسلامي بل تركز على تعاليمه عند سننها وذلك على غرار التشريعات الوضعية في كل دول العالم التي تستمد نصوصها من النصوص الدينية السماوية التي تعتبر المصدر الرئيسي لمختلف القوانين الإنسانية التي تنظم حياة الافراد وتضبط علاقاتهم في المجتمع. والدين الإسلامي هو دين القيم العليا والمثل السامية التي تتسم بالربانية والشمولية والنبات والتوازن، لذلك كان وسيظل المنهج الضابط للسلوك السوي للإنسان المسلم. وعلى هذا يمكن القول ان التشريعات الإعلامية في الجزائر تؤطر الممارسة الإعلامية وفق المنظومة القيمية الإسلامية الضابطة لسلوك الإعلامي وكل الأطراف المساهمة في العملية الاتصالية على مستوى مؤسسات الاعلام الجزائرية.

3.2.3. فئة قيم الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال مواد قانون الإعلام 2012:

الجدول 5 قيم الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال مواد قانون الإعلام 2012

المادة	القيم	المادة	القيم
المادة 01	• الحق في الإعلام • حرية الصحافة	المادة 02	• الموضوعية • الكمال • التعددية الإعلامية • الكرامة • الحرية الفردية والجماعية • السيادة والوحدة الوطنيتين • الدفاع والامن الوطنيين • النظام العام • المصلحة الاقتصادية • الخدمة العمومية



البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية

دراسة تحليلية لقانون الإعلام العضوي 2012

• الحرية • الصحة	المادة 11	• الديمقراطية • التسامح • اللاعنف • اللاعنصرية • المواطنة • ثقافة الحوار والتنوع • الرقي • العدالة • السلم	المادة 05
• التعددية الإعلامية • احترام حرية الرأي والتعبير • تقبل وجهات النظر • الشفافية • الجودة	المادة 40	• الشرف • الولاء • الخبرة	المادة 23
• الحرية • الصحة	المادة 66	• الخدمة العمومية • الصالح العام	المادة 59
• المهنية	المادة 70	• الأصالة • التجديد	المادة 68
• الشرف • الاعتبار	المادة 93	• الاحترام • الكمال • الموضوعية • النزاهة • اللاعنصرية • التسامح • اللاعنف • اللاسرقة • اللاوشاية • اللاقتذف	المادة 92
• الحق • الصدق • الشرف • السمعة	المادة 114	• الحق • المنفعة • الشرف	المادة 101
• حرية التعبير			المادة 127

يمثل الجدول 5 قيم الممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال مواد قانون الإعلام 2012 حيث اتضح من خلال الدراسة

التحليلية أن قانون الإعلام 2012 تضمن مجموعة من القيم وأكد على ضرورة ترسيخها في الممارسة الإعلامية

والعمل على ترقيتها، إذ:

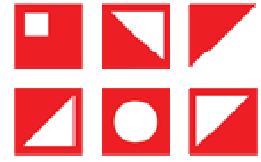
← أكدت المادة الأولى من هذا القانون على قيمة الحق في الإعلام وحرية الصحافة، حيث جاء في نصها: " يهدف هذا

القانون إلى تحديد المبادئ والقواعد التي تحكم ممارسة الحق في الإعلام وحرية الصحافة".

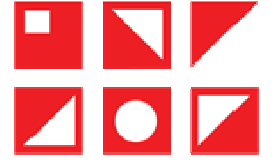
← وأكدت المادة الثانية على ضرورة أن يمارس نشاط الإعلام بحرية في ظل احترام مجموعة من القيم هي السيادة والوحدة

الوطنيتين، الدفاع والأمن الوطنيين، النظام العام، المصلحة الاقتصادية، الخدمة العمومية، الموضوعية، الكمال، التعددية

الإعلامية، الكرامة، الحرية الفردية والجماعية.



- ← ركزت المادة الخامسة على ضرورة أن يساهم الإعلام الجزائري على ترقية مجموعة من القيم كالديمقراطية والتسامح واللاعنف واللاعنصرية والمواطنة وثقافة الحوار والتنوع (اللغوي والثقافي) والرقمي والعدالة والسلم.
- ← اما المادة 11 فقد تضمنت قيمة الحرية (حرية النشاط الإعلامي) والصحة (صحة المعلومات) حيث جاء في نصها "إصدار كل نشرية دورية يتم بحرية. يخضع إصدار كل نشرية لإجراءات التسجيل مراقبة صحة المعلومات..." ونفس الأمر بالنسبة للمادة 66 التي خصت النشاط الإعلامي عبر الانترنت.
- ← وبينت المادة 23 ضرورة أن يتمتع المسؤول على النشرية بـقيم الشرف والولاء والخبرة لما لذلك من انعكاس على نوعية الرسالة التي ستقدم للجمهور المستهدف حيث جاء في نص المادة: "يجب أن تتوفر في المدير مسؤول أية نشرية دورية الشروط الآتية ... أن يتمتع بخبرة... ألا يكون قد حكم عليه بعقوبة مخلة بالشرف، ألا يكون قد قام بسلوك معاد لثورة نوفمبر 1954..."
- ← أكدت المادة 40 في نصها على ضرورة أن تسهر سلطة ضبط الصحافة المكتوبة على جملة من القيم سواء في الممارسة الإعلامية بشكل عام كقيمة التعددية الإعلامية بما يعني احترام حرية الرأي والتعبير وتقبل وجهات النظر على اختلافها، أو في طريقة تسيير المؤسسة الإعلامية من خلال السهر على ترسيخ قيمة الشفافية (شفافية القواعد الاقتصادية في هذا التسيير) وكذا على ضرورة توفير قيمة الجودة في الرسالة الإعلامية...
- ← ووضحت المادة 59 على أن النشاط السمعي البصري يجب أن يقدم خدمة عمومية كقيمة اجتماعية يجب أن تعمل بها المؤسسات الإعلامية من أجل تقديم مضمون إعلامي سواء كان إخباري أو تعليمي أو ترفيهي، يكون في فائدة الصالح العام.
- ← أكدت المادة 68 على قيمة الأصالة والتجديد في العمل الإعلامي حيث جاء في نصها "يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت، في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، يحدد بصفة منتظمة..." وهو ما أكدت عليه أيضا المادة 70 الخاصة بالنشاط السمعي البصري عبر الانترنت.
- ← أكدت المادة 70 على قيمة المهنية حيث جاء في نصها: "يقصد بخدمة السمعي البصري عبر الانترنت.. كل خدمة... وتنتج وتبث بصفة مهنية..."
- ← أكدت المادة 92 على ضرورة أن يلتزم الصحفي بمجموعة من القيم حتى يقدم إعلاما قادرا على بناء المجتمع والحفاظ على تماسكه واستقراره، ومن هذه القيم الاحترام والكمال والموضوعية والنزاهة واللاعنصرية والتسامح واللاعنف واللاسرف واللاوشاية واللاقذف.
- ← تضمنت المادة 93 قيمتين يجب احترامهما من خلال المضمون الإعلامي وهي قيمة الشرف وقيمة الاعتبار، إذ جاء في نصها: "يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم..."
- ← أكدت المادة 101 على قيمة الحق والصدق والشرف والسمعة حيث جاء في نصها: "يجب لكل شخص يرى أنه تعرض لتهمة كاذبة من شأنها المساس بشرفه أو سمعته أن يستعمل حقه في الرد"
- ← تضمنت المادة 114 قيمة الحق والمنفعة والشرف حيث جاء في نصها: "يمكن رفض نشر أو بث الرد إذا كان مضمونه منافيا للقانون أو الآداب العامة أو المنفعة المشروعة للغير أو لشرف الصحفي".



← دعت المادة 127 إلى ضرورة ترقية قيمة حرية التعبير حيث نصت على: " تمنح الدولة إعانات لترقية حرية التعبير، لا سيما من خلال الصحافة الجوارية والصحافة المتخصصة...".

وعلى هذا يقول يمكن القول أمهدا القانون جاء لينظم العمل الإعلامي في الجزائر في إطار منظومتنا القيمية ويعمل على الحفاظ عليها وترسيخها حيث أنه نص صراحة على أن الممارسة الإعلامية يجب أن تكون في هذا الإطار وكل خرق لهذه القيم يلقى بالعقوبة، وأكد على جملة من القيم الواجب توفرها في أطراف العملية الإعلامية (المؤسسة الإعلامية، الصحفي الإعلامي، المضمون الإعلامي والسلطات الضابطة للنشاط الإعلامي والجمهور المستقبل) كالتزاهة والشفافية والموضوعية والشرف والاحترام والحرية والحق والأصالة والمهنية وغيرها.

4. خاتمة:

تناولنا في هذه الدراسة موضوع القيم في التشريعات الإعلامية الجزائرية، وكان هدفنا من هذه الدراسة الكشف عن موقع هذه القيم في هذه التشريعات التي تعتبر الأداة الضابطة للعمل الإعلامي في الجزائر الذي لا بد وأن يكون إعلاما جادا مشبعا بقيمتنا الجزائرية العربية الإسلامية في كافة مستوياته وعناصره حتى يكون إعلاما مضادا قادرا على مجابهة الإعلام الوافد من كل أنحاء العالم والحمل بقيم قد لا تمت بأية صلة لمنظومتنا القيمية فتشكل خطرا وتهديدا حقيقيا لها.

وبعد قراءتنا التحليلية للقانون العضوي للإعلام 2012 الذي يعد القانون المعمول به في الوقت الحالي وعلى اعتبار أنه يشمل كلا من الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي والإلكتروني، توصلنا إلى جملة من النتائج ندرجها في ما يلي:

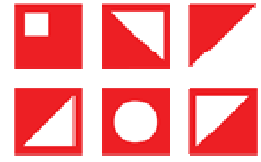
- كان القانون صريحا في أن تكون الممارسة الإعلامية في الجزائر في إطار القيم الوطنية المستمدة من الدين الإسلامي وثقافة المجتمع وهويته والتي تمثل أساس العمل الإعلامي والأداة الضابطة له حيث أنه نص صراحة على أن الممارسة الإعلامية يجب أن تكون في هذا الإطار وكل خرق لهذه القيم يلقى بالعقوبة.
- أكد القانون على أن يعمل الإعلام الجزائري بمختلف مؤسساته وأمناطه (المكتوب، السمعي، السمعي البصري والإلكتروني) على الحفاظ على هذه المنظومة القيمية وترسيخها وترقيتها.
- دعا القانون إلى الالتزام بجملة من القيم الواجب توفرها في أطراف العملية الإعلامية (المؤسسة الإعلامية، الصحفي الإعلامي، المضمون الإعلامي والسلطات الضابطة للنشاط الإعلامي والجمهور المستقبل) كالتزاهة والشفافية والموضوعية والشرف والاحترام والحرية والحق والأصالة والمهنية وغيرها.
- دعا القانون إلى ضرورة الابتعاد عن جملة من القيم السلبية مثل العنصرية والعنف والسرقة والوشاية والقتل وغيرها.

5. قائمة المراجع:

باللغة العربية

• المؤلفات:

محمد العمر، تشريعات إعلامية، منشورات الجامعة الافتراضية السورية (الجمهورية العربية السورية): منشورات الجامعة الافتراضية السورية، (2020).



• الأطروحات والرسائل الجامعية:

إبراهيم السيد أحمد السيد، البناء القيمي وعلاقته بالتنشئة الاجتماعية والدافعية للإنجاز، دراسة ميدانية مقارنة على عينة من الطلبة الأندونيسيين والماليزيين الدارسين بالجامعات المصرية، رسالة دكتوراه، معهد البحوث والدراسات الأسبوية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة الزقازيق، مصر، 2005.

أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر" دراسة ميدانية بمؤسسات صحفية بمدينة قسنطينة"، مذكرة ماجستير في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007.

السعيد بومعيزة: أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب- دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية- أطروحة دكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006.

اليمنين منصور ، دور القيم الدينية في التنمية الاجتماعية- دراسة ميدانية حول الميزانيين المقيمين بمدينة باتنة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع تخصص ديني، قسم علم الاجتماع والديمقراطية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.

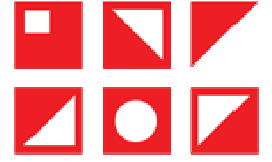
رمضان بلعمري، القطاع السمعي البصري في الجزائر- إشكالات الانفتاح- مذكرة ماجستير في تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012.

نجوى عميرش، العولمة وأثرها على القيم السوسيوثقافية في الأسرة الجزائرية -دراسة ميدانية لعينة من الأسر بالمدينة الجديدة على منجلي- قسنطينة- أطروحة دكتوراه علوم في علم اجتماع التنمية، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، 2017.

• المقالات:

أحمد بن مرسل، أساليب تحليل المضمون في المعالجة التوثيقية" التحليل التوثيقي"، المجلة الجزائرية للاتصال- جامعة الجزائر- الجزائر، العدد 17، جوان 1998

أحمد حمدي، نظرات في قوانين الإعلام الجزائرية، المجلة الجزائرية للاتصال- جامعة الجزائر- الجزائر، المجلد 11، العدد 20، جانفي 2008.



البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية
دراسة تحليلية لقانون الإعلام العضوي 2012

- زكرياء بن صغير، البعد القيمي للاتصال الأسري من وجهة نظر نظرية الحتمية القيمية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية- جامعة ورقلة- الجزائر، المجلد 07، العدد 21، ديسمبر 2015.
- سمير دحماني، أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية قراءة لعينة من قوانين الإعلام الجزائرية مجلة صوت القانون، جامعة خميس مليانة-عين الدفلى- الجزائر، المجلد 06، العدد 02، أكتوبر 2019.
- عبد المؤمن بن صغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع الإعلامي الجزائري (مراحل التطور)، مجلة دفاتر السياسة والقانون- جامعة ورقلة- الجزائر، المجلد 10، العدد 19، جوان 2018.
- فضيل دليو منهج التحليل الوثائقي تعدد مفهومي واجرائي مجلة العلوم الإنسانية، جامعة ام البواقي- الجزائر، المجلد 07، العدد 01، مارس 2020.
- محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي "المفهوم والممارسة"، مجلة أهل البيت عليهم السلام- جامعة أهل البيت- العراق، العدد 03، أبريل 2006.

• المدخلات:

- مصطفى ثابت وإسماعيل حماني، المراسل الصحفي الجزائري في موثيق وتشريعات الإعلام، الملتقى الوطني الأول حول الإعلام والديمقراطية يومي 12-13 ديسمبر 2012، جامعة ورقلة، الجزائر.

• القوانين:

- القانون العضوي رقم 12-5 مؤرخ في 12 فيفري 2012 متعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، الجزائر.
باللغة الفرنسية

• المقالات:

- Jacques chaumier : Méthodologie, L'analyse documentaire ou la valorisation des documents, 1997, ,
in : http://www.loria.fr/~ssidhom/UFT10-EC3/lecture_4_UFT10.pdf consulté le : 17/02/2022, à
19h 30.