

الصورة الصحفية وحتمية الضبط الأخلاقي في ظل الميديا الجديدة

Press image and the necessity of ethical controls in the light of new Media

أ.د. مصطفى سحاري¹¹ مخبر الاتصال السياسي والاجتماعي في الجزائر، جامعة المديّة (الجزائر)، prseharimostapha@gmail.com

تاريخ النشر: 2023/06/05

تاريخ القبول: 2023/05/01

تاريخ الاستلام: 2023/04/15

ملخص:

الصورة اليوم لغة عالمية بعد أن سهلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تداولها وتبادلها بين الأفراد والمجتمعات على نطاق واسع. ولقد استفادت وسائل الإعلام بمختلف أنواعها من هذا التطور، لتكون الصورة دعامة أساسية في صناعة تقاريرها وموادها الخبرية والإعلامية. كل هذا يستدعي ضرورة ضبط الصورة قانونيا وإخضاعها لأخلاقيات المهنة الصحفية في ظل الاستخدام السيئ لهذه الصورة تحقيقا لأغراض ومآرب شخصية.

كلمات مفتاحية: الصورة الصحفية؛ أخلاقيات المهنة؛ الضوابط الاخلاقية؛ الميديا الجديدة؛ الصحافة.

Abstract:

Due to the development of information and communication technology, the image today becomes a universal language, this technology has facilitated its circulation and exchange among individuals and societies on a large scale. The media has benefited from this development and the image becomes an essential element in producing news and reports. Therefore, it is obligatory to control the image legally ethically.

Keywords: Press image; Journalism echics; Moral controls; New media; Press.

1. مقدمة :

تحتل الصورة في الوقت الحالي مكانة بارزة في وسائل الإعلام المكتوبة، الالكترونية والمرئية، وتشغل حيزا كبيرا على شبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الأخرى لكونها لغة تواصل أساسية وفعالة بين المرسل والمتلقي، إذ لها القدرة في الاستحواذ على عقول المتلقين والتأثير فيهم لما تحويه من دلالات وأفكار وآراء وتوثيق للأحداث وإضفاء المصدقية عليها، كما أنها من بين أهم أدوات الايضاح التي يستعين بها الصحفيون في إعداد تقاريرهم تيقنا منهم من قدرتها على خلق الأثر في المتلقين وتشكيل الرأي العام حول الأحداث.

ومع انتشار "صحافة المواطن" والاستخدام الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر من قبل الأفراد والمؤسسات والتداول الكبير للصور والفيديوهات على نطاق واسع ودخول مختلف وسائل الإعلام هذه الموجة، ارتفعت نداءات الخبراء والمختصين بضرورة ضبط هذه الأخيرة وإيجاد التشريعات والمواثيق الأخلاقية الملائمة، أو موائمة التشريعات والمواثيق الأخلاقية المتعلقة بالصحافة مع متطلبات الميديا الجديدة. ثم إنَّ نشر وبث الصور والفيديوهات المتعلقة بالعنف والجراحة للمشاعر الإنسانية، أو الصور التي تنتهك حرمة الموتى وخصوصيات الآخرين، والشكاوى التي ترفع هنا هناك ضد المؤسسات الإعلامية والناشطين في الميديا الجديدة يطرح تساؤلات عديدة لعل أبرزها: هل للصورة بصفة عامة والصورة الصحفية في الجزائر ضوابط أخلاقية تحكمها؟ إذا كانت هناك ضوابط، فلماذا نرى هذه الانتهاكات لخصوصية الغير وأعراضهم والتعدي على حقوق الآخرين؟ وأين أخلاقيات الصورة من وسائل الإعلام والميديا الجديدة في التشريعات الجزائرية.

الإشكالية: فتحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الانترنت والتطبيقات الناتجة عنها المجال واسعا أمام وسائل الإعلام بمختلف أنواعها لتداول الكثير من الصور على مدار الساعة. وعلى هذا الأساس تعتمد العديد من وسائل الإعلام مكتوبة، إلكترونية أو سمعية بصرية إلى الاعتماد على الصور والفيديوهات المنشورة عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي دون التأكد من صحتها ومصدقيتها، ضاربة عرض الحائط القوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي.

وسائل الإعلام الجزائرية أنموذج من بين العديد من النماذج العالمية، فسعى منها لتحقيق سبق الصحفي، تعتمد هذه الوسائل إلى نشر صور وفيديوهات تمس بالحياة الخاصة للأشخاص دون مراعاة

للمضوابط الأخلاقية وقوانين الدولة الجزائرية المتعلقة بالإعلام خاصة المادتين 92 و 93 من القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام لعام 2012، فالمادة 93 مثلاً تنص على أنه "يُمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم" (الجريدة الرسمية، 2012، صفحة 30.29). لكن هذه الوسائل وبدافع تحقيق السبق الصحفي ومتطلبات الممارسة المهنية في ظل الميديا الجديدة عن قصد أو غير قصد تنتهك المضوابط الأخلاقية في ممارسة المهنة.

على هذا الأساس، يسלט هذا المقال الضوء على الصورة الصحفية خاصة بعدما تعالت أصوات هنا وهناك احتجاجاً على بعض الممارسات في بعض القنوات في تعاملها مع الصورة خاصة ما تعلق بصورة الشخصيات العمومية والخاصة، مطالبة سلطة ضبط السمعي البصري في الجزائر بضرورة اتخاذ الاجراءات اللازمة في حق هذه القنوات.

أهمية الدراسة: يقول المثل الصيني المعروف: "صورة أفضل من ألف كلمة" ولكن في عصرنا الحالي الصورة أفضل من ملايين الكلمات في ظل مواقع التواصل الاجتماعي أين يتم تداول الملايين من الصور والفيديوهات على مدار الساعة، وبذلك اقتحمت الصورة جميع مجالات الحياة. فالمجتمعات المعاصرة أصبحت موجهة بصرياً، لذلك تهتم مختلف وسائل الإعلام في بعض الأحيان بالصورة أكثر من اهتمامها بالكلمة تاركة المجال لهذه الصورة للتعبير عن نفسها.

الهدف من الدراسة: تهدف الدراسة إلى التعريف بالصورة الصحفية والمضوابط الأخلاقية المتعلقة بها، وكذا تعاطي المشرع الجزائري مع أخلاقيات المهنة الصحفية في مختلف التشريعات الإعلامية الصادرة منذ الاستقلال إلى يومنا وهذا ومكانة الصورة في هذه التشريعات والمواثيق خاصة في ظل المشهد الإعلامي الجديد بعد الانفتاح على السمعي البصري واتساع نطاق استخدام الميديا الجديدة.

2. الصورة في وسائل الإعلام:

الصورة فن من الفنون التي تسهم في نقل الرسائل الاتصالية إلى الجمهور، ازدادت أهميتها وارتقت مكانتها بفضل تطور الكاميرا ودخول فن التصوير كتخصص يدرس في المعاهد والجامعات، وأصبح تعلم هذا الفن من ضرورات العمل الصحفي. وفي العقود الأخيرة خُطت الصورة في مختلف وسائل الإعلام المكتوبة والالكترونية والسمعية البصرية خطوات عملاقة ومتقدمة لمواكبة مختلف الأحداث العالمية والمحلية، لاسيما بعد الانتقال إلى التصوير الرقمي الذي يتميز بالسهولة والمرونة وبفضل هذا الأخير أصبح نشر الصور الخيرية بالثنائي في سباق محموم للاستحواذ على القارئ والمشاهد.

والصورة الصحفية في وسائل الإعلام هي فن صحفي يعبر عن موقف أو حدث ما، وهي تلك الصورة التي تعبر عن حدث ما أو قضية تمه جمهور وسائل الإعلام سواء كانت هذه الصورة ثابتة أو متحركة، ويعرفها أبراهام مولس Abraham Moles على أنها حامل من حوامل الاتصال الجماهيري، وهي إحدى الدعائم الأساسية في وسائل الإعلام الجماهيرية لأنها تجسد جزءا من محيطنا المرئي (Moles & Rohmer, 1981, p. 20)، كما تعرف بأنها نقل مطابق للواقع المادي بواسطة آلة التصوير لتظهر على دعامات إعلامية كالصحيفة الورقية أو الالكترونية أو شاشة التلفزيون بهدف العرض، الشرح أو الاستشهاد، وعلى هذا الأساس تعتبر الصورة مجالا ثريا لنقل المعلومات والأحداث ووضع الأحاسيس والعواطف بشكل رمزي (ساعد و صبطي، 2011، صفحة 21).

يرى رولان بارث Roland Barth أن الصورة تحمل بعدين أساسيين، الأول تعيني والثاني تضميني، وهي مادة اتصالية تقيم العلاقة بين المرسل والمستقبل، وهي لا تخاطب حاسة البصر عند المتلقي فقط بل تحمل على تحريك حواسه وأحاسيسه وإرثه الاجتماعي على حد تعبير جان دافينو Jean Duvignaud. وعلى هذا الأساس الصورة ذات قوة اتصالية كبيرة، حيث ترى جوديث لازار Judith Lazar أن القوة الاتصالية التي تتمتع بها الصورة يعلمها الجميع، وهذا هو السبب وراء لجوء القائمين بالاتصال إلى الصورة في كل مرحلة من مراحل التاريخ وفي أي مجتمع من المجتمعات (عفان، 2005، صفحة 35).

والصورة بهذا تستطيع أن تلغي الحواجز الزمنية واللغوية، وتعمل على عالمية المعرفة، خاصة في ظل انتشار الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي التي كشفت القوة الحقيقية للصورة التي ضاهت في العديد من الأحيان قوة الكلمة واستطاعت تحريك الرأي العام تجاه الكثير من القضايا والأحداث قديما وحديثا على غرار صور التعذيب في سجن أبو غريب بالعراق، وصور اللاجئين السوريين خاصة الاطفال منهم، كما أصبح للصورة حيزا خاصا في مختلف القنوات الفضائية تحت عدة تسميات على غرار: الكاميرا تتحدث، ألبوم الصور، وغيرها.

3. خصائص الصورة الصحفية ووظائفها في وسائل الإعلام:

للصورة الصحفية خصائص تميزها ووظائف خاصة، من خلالها تتمكن وسائل الإعلام من في

التأثير على المتلقي.

1.3 الخصائص:

تستمد الصورة الصحفية خصائصها من خصائص الصورة بصفة عامة، وعلى هذا الأساس فالصورة الصحفية تمتاز بكونها عالمية، فالجميع يمكن أن يفهم مغزى الصورة ومعناها على اختلاف اللغة المتحدث بها، بل حتى الأمي الذي لا يقرأ ولا يكتب يستطيع فهم الصورة سواء كانت هذه الصورة ثابتة أو متحركة، كما تخترق الصورة حدود الزمان والمكان فمثلا صورة الطفلة الفيتنامية فان ثي كيم فوك Phan Thi Kim Phuc صاحبة التسع سنوات وهي تجري عارية في الشارع بعد احتراق ثيابها جراء الغارة الأمريكية، والتي التقطها المصور كونج هونه في الثامن من جوان عام 1972 لم تبقى حبيسة تلك اللحظة ولا ذلك المكان، بل شاهدها سكان المعمورة وبقيت خالدة إلى يومنا هذا، تعبر عن وحشية الحرب وهمجيتها والرعب الذي عايشه الفيتناميون في تلك الحرب، وبفضل هذه الصورة توقفت الحرب وانسحبت القوات الأمريكية من فيتنام.

وتمتاز الصورة أيضا بكونها فورية وسريعة القراءة، فالوقت الذي يقضيه الفرد في قراءة الصور أقصر بكثير من الوقت الذي يقضيه في قراءة النص المكتوب، فضلا عن أنها تلخص الحدث وتصفه أفضل بكثير من الكلمات، ويمكن لهذه الصورة أن تغير الحقيقة كاملة بالنظر إلى اهتمامات ملتقط الصورة وهدفه (عفان، 2005، صفحة 36) من اختيار صورة على حساب أخرى إضافة إلى زاوية التصوير المتبعة، ومن خصائص الصورة أيضا أنها متعددة القراءات، فقد يفهم من صورة واحدة عدة معاني بحسب مشاهدي الصورة، وقد يعطى للصورة الواحدة تفسيراً مغايراً تماماً للمعنى الذي أراده صاحب الصورة لها.

2.3 الوظائف:

تعتمد المخطات التلفزيونية والصحف الورقية والالكترونية بكل أساسي على الصورة وما تحمله من قدرات تأثيرية في القارئ أو المشاهد بهدف تحقيق النجاح والانتشار واختيار الصورة أو الصور المناسبة يزيد من إغراء المشاهد أو القارئ إلى القصص الخبرية والمواد الإعلامية الأخرى، وبالتالي الاستحواذ عليه والتأثير فيه.

إنَّ وظيفة الصورة لا تتوقف عند إغراء المتلقي ولفت انتباهه، بل تتعدى إلى عرض القصة الخبرية ونقل ما فيها من معاني ودلالات، وفي هذا الشأن يرى توم هاردن Tom Hardin بأنَّ

أهمية الصورة لا تقاس فقط بجذب انتباه المتلقى ولكن بقدر تسجيلها للأشياء في المجتمع، فعلى المحرر أن يضع معيار المجتمع دائما في اعتباره عند اختيار الصورة (حرفش، 2018، صفحة 184). يقصد هاردن بمعيار المجتمع عند اختيار الصورة أنه على ملتقط الصورة والمحرر في وسائل الإعلام أن يراعي المعايير الاجتماعية قبل بث الصورة أو نشرها، وهذه المعايير تتمثل في طبيعة المجتمع الذي توجه إليه الصورة، عاداته وتقاليده والآداب العامة والضوابط الاخلاقية وحتى القوانين المنظمة للمهنة خاصة ما تعلق منها بالصورة.

وبما أن الصورة هي أول ما تقع عليه عين القارئ في الصحيفة وأول ما يجلب انتباه المشاهد في التلفزيون، وأنها عنصر أساسي في مكونات المادة الخبرية. وعلى اعتبار أن الصورة بإمكانها أن تحكي أو تصف الحدث دون قراءة النص المكتوب أو الاستماع إلى المذيع فإنها من جهة أخرى تقوم بالوظائف التالية:

■ **الوظيفة السيكلوجية:** من المعلوم أنه خلال مراحل اكتساب الفرد للصور فإنه لا يخزن هذه الصور مجردة، بل تخزن مع مزيج من خبراته وتجاربه السابقة. لذا فغالبا ما يدرك الفرد الأشياء ويستوعبها من ذاكرته المصورة.

■ **الوظيفة الإخبارية:** إن نقل الصورة للوقائع والأحداث قد يجعل بعض الصور في بعض الأحيان تتفوق على الأخبار، كما يمكنها أن تنفرد بنقل الأخبار. لذا نجد القنوات التلفزيونية تخصص حيزا من البث لعرض الصور بعيدا عن نشرات الأخبار، وفي بعض الأحيان يعتمد الصحفي في نهايته تقريره أو ريبورتاجه إلى ترك المجال للصورة لتعبر عن نفسها. كما قد يلجأ المحررون إلى الصورة لتوضيح بعض الجوانب في التحقيق التي يصعب التعبير عنها بالكلمة وتساهم في تقديم ملامح الأشخاص صانعي الأحداث الذين تتناولهم الأخبار والموضوعات الصحفية (حرفش، 2018، صفحة 185).

■ **الوظيفة الاتصالية الإقناعية:** وهذا من خلال توصيل المعلومات عن الأحداث والوقائع للمشاهد أو القارئ، كما أن الفرد بطبعه عادة لا يقتنع بالكلمات، ولكنه يصدق ما يحدث عندما يراه مصورا، سواء كانت الصورة ثابتة أو متحركة. لكن في الوقت الراهن ومع تطور أساليب وتقنيات المونتاج جعل من عملية تعديل الصور وتحريفها، اختلاق الصور وتزويرها أمر في غاية السهولة وعادة ما تستخدمها وسائل الإعلام المرئية من أجل تزييف الحقائق. وبالتالي

فإن المنطق الذي يعتبر الصورة تتسم بالحياد التام غير صحيح، وأن الكاميرا لا تكذب مقولة لم يعد لها أي وجود في ظل التلاعب بالصورة من قبل محترفي التصوير. وهذا ما اكدته مجلة فورين بوليس الأمريكية في تقريرها عن التناول الإعلامي للأحداث في سورية من طرف قناتي الجزيرة والعربية، حيث شنت المجلة هجوما عنيفا على القناتين متهمة إياهما بعرض أشرطة فيديو لا يتم التأكد من صحتها (سحاري، 2017، صفحة 92) قد تكون منتجة في استوديوهات خاصة من أجل تزييف الحقائق.

■ **الوظيفة الجمالية:** هذه الوظيفة لها من الاهمية بالغه في إخراج المواد الإعلامية، سواء كانت صحفية أو تلفزيونية لأن الصورة الملونة لها من الجمالية وسحر التأثير ما لها، فهي تجعل المواد الإعلامية أكثر جاذبية وإغراء للقارئ أو المشاهد، عكس الصورة بالأبيض والأسود.

4. الصورة والضوابط الأخلاقية:

يُقصد بأخلاقيات المهنة الصحفية أو الضوابط الأخلاقية لمهنة الصحافة مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة التي يلتزم بها الصحفيون في عملية انتقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها وطرح الآراء حولها، هذه المعايير من شأنها أن تقوي إحساس الصحفي بالمسؤولية الاجتماعية والالتزام بأخلاقيات مهنة الصحافة (بشريف، 2018، صفحة 410.411).

يعرفها جون هونبيرغ بأنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب ان يتحلى بها الصحفي والمتمثلة في تغطية، منصفة، شاملة، دقيقة وواضحة مع ضرورة حماية مصادر الخبر وتحقيق الصالح العام من خلال احترام القانون والحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الاخطاء متى وجدت. (هونبيرغ، 1990، صفحة 51)

وتعرف أخلاقيات المهنة على أنها مجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة، وهي مختلف المبادئ التي يجب ان يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، فهي بذلك تلك المعايير والمبادئ الأخلاقية التي لم تثبت قانونيا بعد، ولكنها مقبولة في الوسائل الإعلامية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية (دحماني، 2019، صفحة 56).

كما أنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب على كل صحفي أن يتحلى بها خلال أدائه لمهنته، هذه الالتزامات تتمثل أساسا في ضرورة الحرص على العمل من اجل الوصول إلى تغطية منصفة، شاملة ودقيقة وصادقة للأحداث، والصورة هنا جزء مهم وعنصر حيوي في التغطية خاصة

إذا تعلق الأمر بالقنوات التلفزيونية والصحف الالكترونية التي تلعب فيها الكاميرا دورا هاما في إضفاء المصداقية على المعلومات (حرفش، 2018، صفحة 185).

إنّ هذه الاخلاقيات تملي على الصحفي مراعاة الالتزامات المتعلقة بضرورة نقل الخبر الصحيح كما هو في الواقع وليس بناء على رغباته واعتقاده، وعليه أن يلتزم بعرض الاحداث بكل موضوعية ومصداقية بعيدا عن الذاتية، ومن الواجب عليه التفريق بين المصلحة الشخصية والمصلحة العامة، مع ضرورة تفادي منطق الترويج والدعاية في نقل الأحداث والوقائع، والابتعاد عن الإساءة للأشخاص وتشويه سمعتهم أو توجيه الاتهامات للأفراد بعيدا عن قرارات السلطات القضائية المختصة.

من هذا المنطلق يجمع خبراء الإعلام أن الصورة وعلى اعتبار أنها عنصر من عناصر التغطية الإعلامية لا بد أن تتوفر على بعض المعايير والضوابط قبل نشرها للجمهور، ولعل من أهم هذه المعايير والضوابط نذكر ما يلي: (حرفش، 2018، صفحة 189)

✓ لا بد على المؤسسة الإعلامية (ورقية، إلكترونية أو قناة تلفزيونية) أن تميز بين الصور الأرشيفية والصور الحديثة، الصور المركبة والصور الحقيقية، وهنا يتعين على المحرر المسؤول أن يتأكد من الصورة الملتقطة من مصوري المؤسسة الإعلامية أو المأخوذة من المصادر الأخرى خاصة في الوقت الحالي أين تتعدد وتنوع مصادر الحصول على الصور قبل نشرها أو بثها للجمهور.

✓ أن يحرص الصحفي على ألا تنتهك صور الملتقطة القوانين والتشريعات ومواثيق الشرف العالمية والوطنية التي انخرطت فيها مؤسسته الإعلامية طوعية، كما يجب أن تراعي صور عادات وتقاليد المجتمع، ولا تمس بالثوابت الوطنية أو الدينية أو تتعرض للمقدسات أو تنتهك الاخلاق والآداب العامة، أو تمس بالحياة الخاصة للأشخاص وتعرض لأعراضهم وشرفهم.

✓ من الضروري أن تحتوي الصورة على كافة المعلومات المتعلقة بها، بدءا من تاريخ التقاطها ومصدرها وملتقط الصورة لأن معرفة هذه المعلومات، خاصة ما تعلق بالمصدر يزيد من مصداقية الصورة عند المتلقين.

✓ الحرص على عدم التقاط الصور التي تؤذي المشاعر الإنسانية وتنتهك حرمة الميت أو الصور التي تتضمن مشاهد تؤثر في ذوي القلوب الضعيفة أو الأطفال، وإذا لزم إدخال هذه الصور في القصة الخيرية أو المادة الإعلامية فإنه على المحرر أن يحذر المشاهد من قسوة الصورة.

5. الصورة وأخلاقيات المهنة في القوانين الجزائرية:

بدأ الحديث عن أخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر من خلال القانون الأساسي للصحفيين الذي قدمه وزير الإعلام والثقافة آنذاك محمد الصديق بن يحيى والصادر في التاسع من سبتمبر 1988، حيث تنص المادة الخامسة من هذا القانون القواعد التي يجب على الصحفي احترامها في إطار أخلاقيات المهنة، وهذه القواعد هي: (علال ، 2018، صفحة 138)

1. الامتناع عن تقديم الأخبار الكاذبة وإشاعتها أو السماح بإشاعتها.
2. الامتناع عن استعمال الامتيازات المرتبطة بالمهنة الصحفية لأغراض خصبة.
3. الامتناع عن عرض اعلائي قد يشيد بمزايا منتج أو مؤسسة، يستفيد ماديا من بيعها أو إنجاحها بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

وفي قانون الإعلام لعام 1982 والذي يعد أول قانون للإعلام في الجزائر المستقلة، بعد شهدت الساحة الإعلامية فراغا قانونيا لمدة عشرون سنة، والملاحظ على هذا القانون هو قلة المواد التي تتحدث عن أخلاقيات المهنة مقارنة بالمواد التي تتعلق بواجبات الصحفيين، فمن بين المواد التي تطرقت إلى أخلاقيات المهنة نجد المادة 43 التي تنص على أنه "يجب على الصحفي المحترف زيادة على احترام مبادئ أخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية، أن يجعل عمله مندرجا في إطار السمو بالمثل العليا لتحرير الإنسان واللام ضمن روح العادلة والمساواة بين الشعوب" (الجريدة الرسمية، نص القانون العضوي 01/82 المتعلق بالإعلام ، 1982، صفحة 247).

كما تحدد المادة 42 من نفس القانون مجموعة الاخلاقيات التي يجب على الصحفي المحترف الالتزام بها والمتمثلة أساسا في ضرورة الاحتراس من نشر الأخبار الخاطئة أو استعمال الامتيازات المرتبطة بمهنة الصحافة من اجل تحقيق المصالح الشخصية أو تمجيد مؤسسة أو مادة يعود بيعها او نجاحها عليه بالفائدة بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

أما القانون العضوي 07/90 المتعلق بالإعلام فقد تضمن قفزة نوعية في مجال أخلاقيات المهنة، حيث أكد صراحة على ضرورة احترام الصحفي لأخلاقيات المهنة، إذ تلزم المادة الأربعون من القانون الصحفي المحترف احترام أخلاقيات مهنته بكل صرامة "يتعين على الصحفي المحترف أن يحترم مهنته، ويجب عليه خصوصا القيام بما يأتي" (الجريدة الرسمية، نص القانون العضوي 07/90 المتعلق بالإعلام، 1990، صفحة 436):

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية.
 - الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي.
 - تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح.
 - التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث.
 - الامتناع عن التنويه المباشر أو غير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف.
 - الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والوشاية.
 - الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة لأغراض شخصية أو مادية.
 - يحق للصحفي أن يرفض أي تعليمة تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير.
- وبالرغم من أن المادة 59 من القانون تنص على إنشاء مجلس أعلى للإعلام مهمته السهر على احترام أحكام هذا القانون وإبداء الرأي في النزاعات وغيرها من المهام التي تحددها هذه المادة والمواد 60، 62، 61، 63، 64، 66 (الجريدة الرسمية، نص القانون العضوي 07/90 المتعلق بالإعلام، 1990، صفحة 466.465)، إلا أن المجلس تم حله في 26 أكتوبر 1993 بموجب المرسوم التشريعي 13/93 الذي يلغي كل الأحكام الخاصة بالمجلس الأعلى للإعلام. (الجريدة الرسمية، المرسوم التشريعي رقم 13/93 المتضمن إلغاء المجلس الأعلى للإعلام، 1993، صفحة 4)

فبموجب المادة الأولى منه "تلغى كل الاحكام الخاصة بالمجلس الأعلى للإعلام التي يتضمنها القانون 07/90 المؤرخ في الثالث أبريل 1990 والمتعلق بالإعلام، وتعطي المادة الثانية من المرسوم اختصاصات ونشاطات هذا المجلس إلى أجهزة ملائمة من دون تحديد هذه الأجهزة، ولكن المادة الثالثة تُسند للوزير المكلف بالاتصال مؤقتاً إدارة وتسيير ممتلكات المجلس ومستخدميه (الجريدة الرسمية، المرسوم التشريعي رقم 13/93 المتضمن إلغاء المجلس الأعلى للإعلام، 1993، صفحة 4).

على العموم يبقى قانون الإعلام لعام 1990 أفضل من سابقه خاصة من ناحية تطور النصوص المتعلقة بآداب وأخلاقيات المهنة، ولكن حل المجلس الأعلى للإعلام الذي كانت تعقد عليه آمال كبيرة في تنظيم مهنة الصحافة في ظل التزايد الكبير في عدد النشريات آنذاك بدّد كل تلك الآمال.

وفي قانون الإعلام لعام 2012 خصص المشرع الجزائري بابا كاملا وفصلين لمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة، إذ تطرق الفصل الثاني من الباب السادس إلى المواد التي تتضمن آداب وأخلاقيات المهنة، والجديد في هذا القانون هو إنشاء مجلس أعلى خاص بآداب وأخلاقيات المهنة، حيث تنص المادة 94 من القانون "ينشأ مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين" (الجريدة الرسمية، نص القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام، 2012، صفحة 30).

وتعطي المادة 95 من القانون الحق للجمعية العامة التأسيسية في تحديد تشكيلة المجلس وتنظيمه وسيره، كما تؤكد على أن تمويل المجلس يكون من طرف الدولة، لكيلا يحدث للمجلس ما حدث مع مجلس أخلاقيات المهنة لعام 2000 الذي كان يعاني من ثلاثة مشاكل أساسية، الأمر الذي أفقده وجوده، هذه المشاكل هي: (طبي، 2020)

✓ **الإلزامية:** بحيث لم يكن للمجلس الآليات القادرة على إلزام مختلف المؤسسات الإعلامية بالقرارات المتخذة، لذلك كان حل مختلف القضايا النزاعية بطريقة ودية.

✓ **المقر:** إذ لم يكن للمجلس مقرا خاصا يلتئم فيه أعضاؤه لمعالجة القضايا، بل كان يجتمع أعضاؤه في مكتب مؤقت بدار الصحافة طاهر جاووت.

✓ **التمويل:** تعد قضية تمويل المجلس ومصادر هذا التمويل جد مهمة من أجل ضمان الاستقلالية والشفافية في التسيير، ولكن المجلس لم يكن قادرا حتى على إيجاد مصاريف طبع مدونة الأخلاق من أجل توزيعها على الصحفيين.

كل هذا جعل المشرع الجزائري في قانون الإعلام لعام 2012 يتدارك هذا الاختلال بضمان المقر والتمويل، حيث تؤكد المادة 95 منه على أن المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة يستفيد من دعم عمومي لتمويله.

تتمثل المهمة الأولى لهذا المجلس في اعداد ميثاق شرف لمهنة الصحافة في الجزائر، وهذا ما تنص عليه المادة 96 من القانون "يعد المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليه". كما تحدد المادة 97 من القانون مهام المجلس بعد تشكيله وهي متابعة خروقات قواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة من قبل مختلف أجهزة الإعلام في الجزائر، كما يعرض اصحاب هذه الخروقات إلى عقوبات المجلس.

وبالرغم من أن المادة 99 من القانون تنص على أن المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات المهنة في أجل أقصاه سنة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون، إلا أن هذا المجلس لم ينصب ولم ينتخب أعضاؤه لحد الآن على الرغم من مرور ثماني سنوات على صدور هذا القانون، وهذا ما يطرح عدة تساؤلات حول هذا التماطل والغاية منه.

وبالنسبة لقانون السمعى البصري لعام 2014 فإن هذا القانون لم يتطرق إلى أخلاقيات المهنة وآدابها بشكل مفصل، مكتفيا بإعطاء إشارات فقط في هذا الجانب، على غرار المادة الثانية التي تنص: "يمارس النشاط السمعى البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في المادة الثانية من القانون العضوي 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 وأحكام هذا القانون وكذا التشريع والتنظيم الساري المفعول" (الجريدة الرسمية، نص القانون 04/12 المتعلق بالنشاط السمعى البصري، 2014، صفحة 8).

كما أن العقوبات المنصوص عليها في القانون خاصة المواد 98، 100، 101 تبقى بعيدة عن المستوى وغير كافية وقادرة على معالجة الأمر (علال ، 2018، صفحة 142).

إنَّ المتأمل في كل هذه النصوص بدءا من القانون الأساسي للصحفي لعام 1968 إلى غاية قانون السمعى البصري لعام 2014 لا يكاد يجد أي أثر للضوابط الأخلاقية التي تتعلق بالصورة بالرغم من أن الصورة عنصر هام في الرسالة الاعلامية لما لها من قوة في التأثير والإقناع.

بالعودة إلى نفس النصوص نجد أنه تم الإشارة إلى الصورة والضوابط المتعلقة بها في قانون الإعلام لعام 2012 وبالضبط في المادة 92 من الفصل الثاني المتعلق بآداب وأخلاقيات المهنة، حيث تلزم هذه المادة الصحفي بضرورة السهر على الالتزام الكامل بآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسة نشاطه وهذا بالامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن. (الجريدة الرسمية، نص القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام، 2012، صفحة 30.29)

ويتضمن قانون السمعى البصري لعام 2014 وبالضبط في المادة 48 منه التي تتعلق بدفتر الشروط الذي يجب على مؤسسات الإعلام السمعى البصري الالتزام به، حيث أكدت هذه المادة في بعض تفاصيلها على ضرورة الامتناع عن بث محتويات إعلامية أو إشهارية مضللة والامتناع القواعد المهنية وآداب وأخلاقيات المهنة عند ممارسة النشاط السمعى البصري مهما كانت طبيعة

ووسيلة وكيفية بثه (الجريدة الرسمية، نص القانون 04/12 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2014، صفحة 13).

كما تؤكد المادة على عدم إطلاق بأي شكل من الأشكال ادعاءات أو إشارات أو تقديم عروض كاذبة من شأنها تضليل المستهلكين، وما يتعلق بالحياة الخاصة للأفراد فإنه يتعين على المؤسسات الإعلامية الالتزام بعدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص وخاصة الشخصيات العمومية منهم (الجريدة الرسمية، نص القانون 04/12 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2014، صفحة 14).

6. ميثاق جديد لأخلاقيات المهنة في عصر الميديا الجديد أكثر من ضروري:

بدأ التفكير في وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية في فيفري 1999 من خلال تنظيم يوم دراسي بقصر الثقافة مفدي زكريا بالعاصمة، وفيه اتفق المشاركون على ضرورة ارساء معالم ميثاق لأخلاقيات المهنة اعتمادا على التجربة الأوروبية مع تكييفها مع الخصوصية الجزائرية. وبالفعل تم الاتفاق على انشاء هيئة مراقبة تتمثل في مجلس لأخلاقيات المهنة مهمته إلزام الصحفيين بالامتثال لميثاق أخلاقيات المهنة المزمع استحداثه.

ففي الثالث عشر من أفريل 2000 انتظمت ندوة وطنية حول أخلاقيات المهنة ناقشت مدونة الميثاق التي تحوي ست وعشرين مادة، (ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين، 2000، صفحة 6.2) وتوجت بالمصادقة عليها من دون انتخاب أعضاء المجلس، ليصدر الميثاق تحت تسمية ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين الذي يحوي خمس وعشرين مادة، ثمانية عشر تمثل الواجبات وسبعة تمثل حقوق الصحفيين (علال ، 2018، صفحة 143).

وفي الحادي عشر من ماي 2000 وبحضور 280 صحفي من مختلف ربوع الجزائر تم انتخاب أعضاء المجلس الإحدى عشر يمثلون مختلف وسائل الإعلام العمومية والخاصة برئاسة السيد زوبرير سويسسي من جريدة Le Soir D'Algérie، لعهد مدتها أربع سنوات غير قابلة للتجديد (لعلوي، 2011، صفحة 72)، هذا المجلس الذي سيتولى مهمة النظر في الشكاوى والنزاعات التي تتعلق بمهنة الصحافة، لكن الطموحات والآمال المعلقة عليه ذهبت هباء منثورا.

ما يعاب على المجلس أنه هيكلا بلا روح بالنظر إلى أنَّ قراراته غير ملزمة وسلطته معنوية لا قانونية، وبالتالي فإنَّ دوره شكلي فقط، وهذا ما أدى إلى فشل المجلس على كل الأصعدة بسبب

عدم امتلاك المجلس للصلاحيات القانونية التي تخول له ردع التجاوزات المسجلة، الأمر الذي جعل مخرجاته مجرد حبر على ورق.

إضافة إلى ما سبق، فالمجلس كان يعاني من نقص في النصوص القانونية التي تحكم سير المجلس (القانون الداخلي) خاصة فيما يتعلق بكيفية تمويل المجلس، أبعد من ذلك رفع القضايا من قبل الأشخاص المعنويون أو الطبيعيون لدعاوي قضائية ضد رجال الإعلام أمام المحاكم مباشرة بدلا من رفع هذه الشكاوى إلى المجلس، يطرح عدة تساؤلات عن الجدوى هذا المجلس والميثاق المنبثق عنه (لعلوي، 2011، صفحة 75).

وبعد انتهاء العهدة القانونية للرئيس زبير السويس في جوان 2004 وعدم انعقاد الجمعية العامة التي تحوي تمثيلا فعليا لرجال الإعلام، قانونيا أصبح المجلس مجمدا، وبالتالي فإن كل قراراته تصبح غير شرعية (لعلوي، 2011، صفحة 75). ومنذ ذلك الحين لم تعرف الساحة الإعلامية أي مبادرة في هذا المجال إلى غاية 2012 بإصدار قانون الاعلام الجديد الذي ينص في المادة 94 على انشاء المجلس الاعلى لأخلاقيات المهنة في مجال الصحافة المكتوبة والمادة 64 التي تنص على إنشاء سلطة ضبط السمعي البصري (الجريدة الرسمية، نص القانون 04/12 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، 2014، صفحة 30.28).

وعليه مع انتشار موجة وسائل التواصل الاجتماعي في الجزائر وتزايد الاعتماد عليها من قبل الصحفيين في اعداد التقارير والحصص والمواد الصحفية، تبرز الحاجة أكثر إلى استحداث ميثاق أخلاقيات المهنة يتماشى والمعطيات السابقة التي أفرزتها الميديا الجديدة.

وبالرغم من تطرق فقانون الإعلام لعام 2012 لهذا النوع الجديد من الإعلام، وبالضبط في المواد 67، 68، 69، 70، 71 إلا أن هذه المواد لم تشر لا من قريب أو من بعيد إلى الأخلاقيات التي تضبط نشاطاته والناشطين من خلاله، إذ تضمنت المادة 71 فقط إشارة إلى أن نشاط الصحافة الالكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الانترنت يخضع لأحكام المادة الثانية من القانون نفسه. كما تطرقت المادة 66 من القانون نفسه إلى أن نشاط السمعي البصري عبر الانترنت يمارس بحرية من دون ذكر أية تفاصيل أخرى، مشيرة فقط إلى أن كيفية تطبيق هذه المادة يحدد عن طريق التنظيم (الجريدة الرسمية، نص القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام، 2012، صفحة 28).

أبعد من ذلك، فالمواد المتضمنة في الفصل الثاني من الباب السادس والمتعلقة بأخلاقيات المهنة لم تتضمن أي إشارة إلى أخلاقيات الميديا الجديدة وضوابط النشر فيها، خاصة وأن "صحافة المواطن" تتميز بالفاعلية والسرعة في نقل المعلومات وتداولها، الأمر الذي يدفع الصحفي الجزائري تحت ضغط السرعة والسبق الصحفي إلى نشر الأخبار على الصحيفة الالكترونية أو القناة التلفزيونية من دون التحقق والتأكد من صحتها ومصداقيتها، والأمثلة على ذلك كثيرة في مختلف وسائل الإعلام الجزائرية، ولعل أبرزها خبر وفاة الرئيس التونسي السابق "الباجي قايد السبسي" الذي تناقلته إحدى القنوات الجزائرية عن مواقع التواصل الاجتماعي نهاية جوان 2019، ثم تبين فيما بعد أن الخبر كاذب وغير صحيح.

هذه الحادثة وأخرى كثيرة في الإعلام الجزائري والعالمي تؤكد أن ما يتداول في الميديا الجديدة من أخبار ومعلومات فيه كثير من الأخبار الكاذبة والمزيفة وحتى المفبركة وجب على المؤسسات الإعلامية والصحفيين تفاديه إلى غاية التأكد منها، ولكن هذا لا يمنع الصحفيين من الاعتماد على التغريدات التي تصدر عن الشخصيات السياسية والاقتصادية وغيرها أو عن المؤسسات الرسمية من حساباتها الرسمية مباشرة على شبكات التواصل الاجتماعي.

على هذا الأساس وجب إيجاد ميثاق لأخلاقيات المهنة في الجزائر مكيف مع متطلبات الميديا الجديدة استئناسا بالعديد من الدول إلي سبقت الجزائر في هذا المجال على غرار مقاطعة كيبك في كندا، والولايات المتحدة الأمريكية من خلال الدليل الذي اختزلت فيه الجمعية الأمريكية للمحررين القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين الأمريكيين للميديا الجديدة (علال ، 2018، صفحة 144).

وعليه من الضروري تنظيم ندوة وطنية تجمع الصحفيين الناشطين في مختلف المؤسسات الإعلامية (مكتوبة، إلكترونية وسمعية بصرية) وخبراء الإعلام في الجزائر، على أن تكون مخرجات هذه الندوة ميثاق وطني شامل لأخلاقيات المهنة تحدد فيه حقوق الصحفي وواجباته، وعلى المشرع الجزائري ضبط نشاط الميديا الجديدة خاصة مع تزايد الشكاوي ضد استغلال هذا الفضاء في انتهاك الخصوصيات والحُرُمات والأعراض. يقول علاء صقر: "إن ميثاق أخلاقيات الإعلام الإلكتروني أصبح مطلباً ملحا لأن ذلك يؤدي إلى الارتقاء بالأداء المهني لهذا النوع من الإعلام، فالهدف من

وضع هذه الاخلاقيات هو التنظيم لا التعقيد أو السيطرة على المواقع الإلكترونية" (بشريف، 2018، صفحة 419).

وبما أن الصورة في الوقت الراهن تشكل حيزا كبيرا من محتويات مختلف وسائل الإعلام، وقد تكون عنصرا أساسيا في محتويات الميديا الجديدة من جهة، وغياب الميكانيزمات اللازمة التي تضبط التعامل مع الصورة في الإعلام الجزائري، خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي من جهة أخرى، أصبح من الضروري إيجاد التشريعات الملائمة لضبط الصورة والانتهاكات الحاصلة في حق الأشخاص والمؤسسات على حد سواء من خلال الاستعمال السيئ لهذه الصورة لتحقيق أغراض شخصية ومؤسسية.

7. خاتمة:

على الرغم من استحداث قانون جديد للإعلام في عام 2012 وتخصيصه فصلا كاملا لأخلاقيات المهنة وتضمنه على مواد تنص على انشاء سلطة ضبط السمعي البصري والمجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة. لكن بعد مرور ثماني سنوات على استصدار هذا القانون، لا سلطة السمعي البصري استطاعت أن تقوم بمهمتها في ضبط السمعي البصري في الجزائر، واكتفت بلعب دور المسجل للشكاوى والانتهاكات، ولا المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة تم إنشاؤه.

كل هذا يزيد من ضبابية المشهد الإعلامي وغموضه فيما يتعلق بأخلاقيات المهنة والضوابط المتعلقة به خاصة في ظل تزايد الانتهاكات فيما يتعلق بالصورة وضوابط استخدامها، وعليه لا بد من الإسراع في وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة يضع في الحسبان الميديا الجديدة والأهمية الكبيرة للصورة بالنسبة للمؤسسات الإعلامية، هذا الميثاق لا بد أن يتفق عليه الصحفيون والخبراء والإعلاميون ومسؤولي المؤسسات الإعلامية في الجزائر، العمومية والخاصة منها، المكتوبة والمرئية والإلكترونية.

8. قائمة المراجع:

1. لعلاوي، خالد. (2011). جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري، دراسة قانونية بنظرة إعلامية. الجزائر: دار بلقيس للنشر والتوزيع.
2. ساعد ساعد و صبطي، عبيدة. (2011). الصورة الصحفية دراسة سيميولوجية. القاهرة: المكتب الجامعي الحديث.

3. سحاري، مصطفى. (2017). **السيادة الوطنية في ظل التدفق الإعلامي الدولي**، الجزائر: أنموذجا ط 1. عمان: غيداء للنشر والتوزيع.
4. هونبيرغ، جون. (1990). **الصحفي المحترف**، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة: الدولية للنشر والتوزيع.
5. ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين. (2000). الجزائر: الوكالة الوطنية للنشر والاشهار.
6. Moles , Abraham & Rohmer, Elezabeth. (1981). **L'image: communication fonctionnelle**. France: Casterman.
7. عفان، إيمان. (2005). **دلالات الصورة الفنية**، دراسة تحليلية سيميولوجية لمنمنمات محمد راسم، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر.
8. بشريف، وهيب. (2018). **أخلقة الممارسة المهنية للإعلام الجديد**، **مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية**، العدد (19)، الجزائر. تاريخ الولوج: 2021/05/22، على الرابط التالي:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/65/11/1/59419>
9. عبد حرفش، شمس. (2018). **الصورة الصحفية بين الضوابط الأخلاقية ومعايير الممارسة المهنية**، **مجلة الجامعة العراقية**، العدد 21(42)، العراق، تاريخ الولوج: 2021/01/18، على الرابط التالي:
<https://search.emarefa.net/detail/BIM-917596>
10. دحماني، سمير. (2019). **أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية**، **مجلة صوت القانون**، العدد 6(2)، الجزائر، تاريخ الولوج: 2020/12/24، على الرابط التالي:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/268/6/2/103693>
11. علال، حنان. (2018). **أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد**، دراسة قانونية في الجزائر. **مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية**، العدد 5(2)، تاريخ الولوج: 2022/04/16، على الرابط التالي:
<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/223/2/4/63402>.
12. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (1982)، **الجريدة الرسمية**، نص القانون العضوي 01/82 المتعلق بالإعلام، العدد 247(5)، الجزائر.

13. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (1990)، *الجريدة الرسمية*، نص القانون العضوي 07/90 المتعلق بالإعلام، العدد 436 (14)، الجزائر.
14. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (1993)، *الجريدة الرسمية*، المرسوم التشريعي رقم 13/93 المتضمن إلغاء المجلس الأعلى للإعلام، العدد 4 (69)، الجزائر.
15. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (1990)، *الجريدة الرسمية*، نص القانون العضوي 05/12 المتعلق بالإعلام، العدد 30 (14)، الجزائر.
16. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية. (2014)، *الجريدة الرسمية*، نص القانون 04/12 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، العدد 08 (16)، الجزائر.
17. سحاري، مصطفى. (2020) مقابلة بالهاتف مع الأستاذ طيبي رابح، أستاذ قانون الإعلام). بجامعة المسيلة، تاريخ المقابلة 31 مارس 2020، جامعة المسيلة.