

الفصل الخامس عشر: دور الإعلام والصحافة



- الإعلام والصحف في دستور 2014
- المنظومة الإعلامية
- دور الإعلام والصحف
- معايير أداء الإعلام و الصحف

15.1- الإعلام و الصحافة في دستور 2014

تنص المادة (211) في دستور 2014 على تكوين المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام كهيئة مستقلة تتمتع بالشخصية الاعتبارية والاستقلال الفني و المالي و الإداري وموازنتها مستقلة. ويختص المجلس بتنظيم شئون الإعلام المسموع والمرئي وتنظيم الصحافة المطبوعة و الرقمية وغيرها. ويكون المجلس مسئولاً عن ضمان وحماية حرية الصحافة والإعلام المقررة بالدستور، و الحفاظ على استقلالها وحيادها وتعدديتها وتنوعها ومنع الممارسات الاحتكارية و مراقبة سلامة مصادر تمويل المؤسسات الصحفية والإعلامية ووضع الضوابط و المعايير اللازمة لضمان التزام الصحافة ووسائل الإعلام بأصول المهنة وأخلاقياتها ومقتضيات الأمن القومي وذلك على الوجه المبين في القانون. ويحدد القانون تشكيل المجلس، ونظام عمله، والأوضاع الوظيفية للعاملين فيه.

وبالنسبة للإعلام المملوك للدولة فقد نص الدستور في المادة (212) على تشكيل الهيئة الوطنية للصحافة كهيئة مستقلة تقوم على إدارة المؤسسات الصحفية المملوكة للدولة وتطويرها وتنمية أصولها و ضمان تحديثها واستقلالها وحيادها والتزامها بأداء مهني وإداري واقتصادي رشيد. ويحدد القانون تشكيل الهيئة ونظام عملها والأوضاع الوظيفية للعاملين فيها. ويؤخذ رأي الهيئة في مشروعات القوانين و اللوائح المتعلقة بمجال عملها.

وتنص المادة (213) على إنشاء الهيئة الوطنية للإعلام كهيئة مستقلة تقوم على إدارة المؤسسات الإعلامية المرئية و المسموعة و الرقمية المملوكة للدولة وتطويرها وتنمية أصولها و ضمان استقلالها وحيادها والتزامها بأداء مهني وإداري واقتصادي رشيد. ويحدد القانون تشكيل الهيئة ونظام عملها والأوضاع الوظيفية للعاملين فيها. ويؤخذ رأي الهيئة في مشروعات القوانين و اللوائح المتعلقة بمجال عملها.

15.2 - المنظومة الإعلامية المطلوبة

الإعلام الحكومي

ويتمثل في قناة تلفزيونية إخبارية واحدة وصحيفة واحدة (القناة الأولى) تنقل الأخبار المحلية و العالمية وأخبار الحكومية وتعبّر عن وجهة نظر الحكومة. وتنشر آراء مختلفة ولكن غير ملزمة وتقدم الأخبار السياسية والرياضية والإقتصادية والفنية المحلية والعالمية وتحليلية وعلمية وتعليمية وتثقيفية وتهتم بصفة خاصة بالتحليل السياسي والاقتصادي لما يجري حولنا، وتكشف مصادر الخطورة و التهديدات التي يمكن أن يؤثر علينا سلبيا، وتبين لنا الفرص السياسية و الإقتصادية التي يمكن كسبها من هذه الأحداث العالمية.

وكالة أنباء الشرق الأوسط

تأسست وكالة أنباء الشرق الأوسط في 15 ديسمبر 1955 كشركة مساهمة تملكها دور الصحف المصرية، إلا إنه في عام 1960 صدر قرار بتأميم الوكالة مع باقي المؤسسات الصحفية التي تم تأميمها بعد قيام ثورة يوليو؛ وأصبحت تتبع وزارة الإعلام حتى استقر وضعها عام 1978 كمؤسسة صحفية قومية تتبع مجلس الشورى المصري مثلها في ذلك مثل باقي المؤسسات الصحفية القومية.

يجب أن تسترد دورها لتكون منافسة لكبرى وكالات الأنباء العالمية مثل رويترز في تغطية الأحداث العالمية وفي الأمانة و قواعد السلوك والأخلاقيات الصحفية. ويجب أن تعود كشركة مساهمة مستقلة تملك الدولة فيه 51%. وجدير بالذكر أن رويترز انشأت سنة 1951 وهي تملك الآن آلاف المراسلين في أكثر من 200 مدينة في 94 دولة وتغطي 20 لغة، بينما وكالة أنباء الشرق الأوسط لا يعمل به الآن سوى 400 موظف.

أهداف الوكالة: كانت أهداف وكالة أنباء الشرق الأوسط منذ نشأتها وحتى الآن هي:

- الحصول على الأنباء من مختلف المصادر الداخلية والخارجية و بثها وتسويقها، باعتبارها وكالة أنباء إقليمية.
- الحصول على الأنباء العالمية والمحلية وتصنيفها وإصدارها وتوزيعها بما يضمن سرعة وصولها صادقة كاملة إلى من يحتاج إلى هذه الخدمة.
- تحليل الأنباء والمعلومات وإعداد التعليقات والدراسات بما يهّم الرأي العام المحلي والعالمى، وإصدارها وتسويقها بشتى الوسائل.
- استخلاص اتجاهات الرأي العام من مختلف المصادر.
- إعداد مختلف المواد الصحفية من تحقيقات وصور وأبحاث ودراسات وتسويقها في الداخل والخارج.
- إصدار النشرات النوعية المتخصصة باللغة العربية واللغات الأجنبية في شتى المجالات التي تهّم المشتركين.
- تقديم الخدمات الإخبارية الخاصة لوكالات الأنباء العالمية ولمراسلي وسائل الإعلام المقيمين بالقاهرة أو بالمنطقة.
- تقديم خدماتها الفنية للمشاركين ووكالات الأنباء.
- تقديم خبراتها الصحفية الفنية لوكالات الأنباء الوطنية في العالم العربي وأفريقيا ودول العالم الثالث.
- إعداد وتسويق الأفلام التلفزيونية الإخبارية عن الأحداث المحلية والعالمية.

- تبادل خدمات الوكالة مع أجهزة الإعلام المحلية والعالمية، وذلك عن طريق عقد اتفاقيات التبادل والاشتراك والنقل والتسويق.
- القيام بخدمات لأجهزة الدولة والوزارات وذلك عن طريق مكاتبها ومراسليها في الداخل والخارج.

القنوات العامة:

القنوات العامة هي قنوات قومية ملك الدولة وتتبع وزارة الإعلام (وطنية ومحلية على مستوى المحافظات) وهي ملزمة بإعطاء اوقات متكافئة لوجهات النظر المتباينة وهي يجب ان تتسم بالحيادية مع الحفاظ على الحياء العام ودون إثارة الفتن الطائفية أو المساس بالثوابت الدينية ويجب ان تكون نوافذ للنقد البناء وكشف الإنحراف و التقصير والفساد وتوصيل معاناة الجماهير إلى المسؤولين. وتهتم بتغطية الأخبار المحلية وتعمل على نشر الوعي العام ونشر الأخلاقيات وتنشيط الحركة الاقتصادية ورفع المستوى التقني و المهني وحل مشاكل الجماهير وتعريف الجماهير بالمبادرات الفردية والشعبية الناجحة و الأداء المتميز للموظفين والمؤسسات ونشر أخبار المخترعين و المبتكرين من الشباب . ويجب أن يكون لهذه القنوات معايير موحدة تشرف عليها وزارة الإعلام.

القنوات التعليمية

هي قنوات تعليمية وثقافية ومهنية تملكها الدولة. تهتم بنشر الدروس العلمية لجميع المراحل التعليمية ورفع المستوى الحرفي و المهني وأخلاقيات المهنة ونشر الوعي الصحي والبيئي و الاجتماعي و السوق الحضاري، مع إهتمام خاص بمحو الأمية. ونشر ثقافة العمل التطوعي و الجهود الذاتية والتعريف بالجهود وتعطي مساحة إعلامية للجمعيات الخيرية والمشاريع و الشركات الصغيرة وتعريف الشباب بالفرص المختلفة والمساعدات المتوفرة من الحكومة و من الجمعيات الأهلية. وتهتم بأخبار التكنولوجيا وتاريخ المخترعات العربية والإسلامية و الفرعونية و أخبار المخترعين من الشباب.

الإعلام الموجه

الإعلام الموجه هي قنوات تلفزيونية تملكها الدولة ومواقع انترنت بلغات متعددة لتعريف العالم بالثقافة المصرية وبالمنتجات المصرية وتقديم مواد ترفيحية وعلمية وأخبار محلية وتحليلات ذات أهمية للمناطق المستهدفة. وتقدم إعلانات بنسب متعارف عليها لتسويق منتجاتنا في البلاد المستهدفة.

الإعلام الإلكتروني

ويهتم بتواجد الكتروني في مواقع التواصل الاجتماعي بلغات متعددة لنشر المعلومات عن مصر وتصحيح المفاهيم الخاطئة عن مصر والتعريف بفرص الاستثمار في مصر و المنتجات المصرية وتأييد ونشر الآراء الإيجابية عن مصر في كل بلد وكل لغة.

القنوات و الصحف الخاصة:

من الطبيعي لهذه القنوات أن تكون ربحية بالتالي فلا نتوقع أن يكون لها شبكة مستقلة كبيرة من المراسلين. وغالبا ما تركز أكثر على توك شو و المواد الترفيهية و الإعلانات ونقل الأخبار الرياضية من خلال الشبكات العالمية. ولكن يجب أيضا أن تخضع لضوابط عامة وأخلاقيات مهنية يضعها المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام وفقا للمنظمات الإعلامية العالمية. وسنتكلم عن الدور المطلوب منها بعد قليل.

15.3 - دور الإعلام والصحف

لقد صار الإعلام حقا هو سلاح القرن الواحد والعشرين، وهو فن وعلم، وهو رسالة سياسية وثقافية وتعليمية واقتصادية. و إننا نعتبر الصحفيين و الإعلاميين هم جنود الخط الأمامي في معركة الصحوة والنهضة الشاملة.

فتحقيق التغيير الشامل المنشود يتطلب أن يؤمن كل فرد أن نهضة أمتنا مسنوليته، وأنه جند لها، يدافع عنها ويتفاعل معها ويساهم في إنجاحها ويراقب مسيرتها ويحرص علي استمرارها. وسنستعرض في رسالتنا هذه الدور المطلوب من الإعلاميين والصحفيين في النهضة الشاملة.

فالإعلام هو سلاح القرن الواحد والعشرين...فهو أمضي في عمق التأثير ومساحة التأثير من أكثر الأسلحة تدميرا للمجتمعات وهو في نفس الوقت من أقوى وأكفأ آليات بناء الأمم. إنه حقا سلاح عجيب، فهو سلاح دفاعي تارة، وسلاح هجومي تارة أخرى، و وسيلة لتحديد الأعداء وكسب الأصدقاء، وهو أيضا قادر على إحياء الشعوب النائمة وتخدير الشعوب طواعية، وهو وسيلة للإرشاد والتوجيه والتعليم، و وسيلة رقابة لكشف الفساد والانحراف، وهو البوتقة التي تنشأ فيها الأفكار وتنضج فيها الآراء، وهو وسيلة لتسويق المنتجات وجذب الاستثمارات وفتح الأسواق الجديدة. فوسائل الإعلام هي بحق سلاحنا الأول في معركة الصحوة والنهضة الشاملة. ولذلك أيها المشتغلون بالإعلام انتم الخط الأول في صفوف المعركة وانتم المرابطون في حصون الأمة تصدون عنها الهجمات الشرسة على أمتكم الغالية. وتصدون نار الفتن والخلافات ومحاولات التفريق بين أبناء الوطن وانتم المنارات في أوقات الظلمات تنيرون لأمتنا في أوقات التخبط واليأس وتطردون اشباح الكراهية و العنف.

.....أنتم حقا جنود الحاضر وصناع المستقبل.

ونحن في مستهل القرن الواحد والعشرين أصبح العالم قرية صغيرة وأصبحت المعلوماتية تمثل 80% من اقتصاد الدول المتقدمة. وما يجري من أحداث قد تبعد آلاف الكيلومترات عنا ، ربما يكون تأثيرها علينا أسرع وأعمق مما قد يسببه الحدث نفسه لأمم أقرب جغرافيا له منا. فنحن نريد إعلاما يتسم بالعمق والدراسة والتحليل. يقف على الخبر فور حدوثه ويستشف مدلولاته ، ويستقرئ تأثيره علينا وعلى العالم ، ويبين لنا كيف نتعامل معه وكيف نستفيد من نتائجه اقتصاديا وسياسيا. وقد شهد التاريخ الحديث أمثلة كثيرة لتأثير وسائل الإعلام على الشعوب فأرأينا مثلا الدور الذي لعبه الإعلام الأمريكي الموجه في انهيار الاتحاد السوفياتي دون أن يكلف أمريكا جنديا واحدا. ورأينا دور وسائل الإعلام التي تملكها الصهيونية في تشكيل الرأي العام الأمريكي وتوجيه السياسة الأمريكية. كما استطاعت إحدى المحطات الموجهة للعالم العربي أن تشكل الساحة السياسية في العالم العربي بإشعال نار الفتن والخلافات بين حكام المنطقة لسنوات طويلة. وشاهدنا أيضا كيف أن مقالة واحدة تنشر ضد مصر في إحدى الصحف أو المجالات العالمية قد تسبب في انهيار الموسم السياحي في مصر، وتكيل ضربة أليمة للاقتصاد المصري.

وهناك أمثلة كثيرة تبين كيف استطاعت حكومات إلهاء شعوبها وتضليلها لضمان مصالحها الشخصية وبقائها في الحكم، وأمثلة أيضا عديدة عن حكومات استخدمت وسائل الإعلام لتخلق نهضة وصحوة في الشعوب لتخرج من هوة الفقر وتلحق بركب التقدم. وما عانتها مصر من الفتن والخلافات التي اهدرت الدماء والثروات نتيجة لغياب الهدف و الرؤية المستقبلية بين النخبة السياسية من ناحية وعدم وضوح الرسالة و الأمانة الملقاة على وسائل الإعلام من جهة أخرى.

و بالرغم من عراقية مصر في مجال الصحافة والإذاعة والتلفزيون وما تملكه من قنوات فضائية وإمكانيات إعلامية، وبالرغم من ثقلها الإقليمي والعالمي، إلا أن الإعلام المصري فقد دوره القيادي في المنطقة. فغاصت الصحف المصرية في مشاكلنا المحلية واتخذت قنواتنا الفضائية الطابع الترفيهي وفقدت لواء الريادة وتركت المنارة الإخبارية لمحطات جديدة بالرغم من الخبرات والإمكانيات المتوفرة للجهاز الإعلامي المصري. إن العالم العربي والعالم بأسره يتطلع إلى مصر لكي توحد كلمتها وتتخطى

خلافاتها وتسترد دورها التاريخي وتفقد التغيير في المنطقة لإعادة الاتزان إلى المنطقة وإعادة العزة والكرامة إلى شعبها.

أيها الشباب...جنود الأمة من الإعلاميين... إننا نعتبركم جنود الخط الأمامي في معركة الصحة والنهضة والتنمية، فلا بد إذا أن يكون الهدف الإعلامي واضح والدور الإعلامي واضح والرؤية المستقبلية واضحة. وها نحن نوكل إليكم المهام الآتية:

1- نريد أن يكون لنا محطات فضائية ومواقع على الإنترنت بجميع لغات العالم لشرح قضايانا و توضيح ثقافتنا وكسب الأصدقاء وتحييد الأعداء، ولتسويق منتجاتنا وفتح أسواق جديدة لصادراتنا. ولا بد من الاهتمام بالقنوات الإنجليزية خاصة لمواجهة الحملة الشرسة لإلباس الحق وتشويه صورتنا وتراثنا، ولكسب ومناصرة الأصدقاء، ولتأييد الأصوات المعتدلة، وكأداة هامة لتفعيل تحركاتنا السياسية.

2- نريد برامج اجتماعية لمحاربة الفساد والأمراض الاجتماعية التي أهلكت مجتمعاتنا، ولبعث روح الثقة والانتماء في شعبنا العريق، ونشر الأخلاق الحميدة والمثل العليا والتعاليم الصحيحة لديننا الحنيف بلا مغالاة ولا تفريط.

3- لا بد أن يقوم الإعلام بحملة لا تفتر ولا تستكين لمحو الأمية، ليس فقط لأن ذلك ضرورة اقتصادية للنهضة الشاملة، وليس أيضا خسارة لنا جميعا من ضياع المواهب والطاقات المكنونة لدى الكثير منهم ممن حرمتهم ظروفهم الاقتصادية من فرصة التعليم، ولكن لأن بقاء الأمية جريمة اجتماعية يشترك فيها المتقنون وكل من نال حظا من التعليم في حق الملايين من الرجال والنساء ممن حرموا من نعمة التعليم.

4- نريد صحفا محلية على مستوى المحافظات والمدن والقرى لتنشيط الحركة التجارية وتوعية المواطنين ولعرض المشاكل والحلول المحلية وتعريف المواطنين بالأنشطة الرياضية والاجتماعية والدينية والسياسية المحلية وكذلك الخدمات التي توفرها الحكومة والجمعيات الخيرية والأهالي في المنطقة، ولتجميع الجهود الذاتية والتطوعية لحل المشاكل المحلية.

5- نريد مجالات حرفية وتقنية وبرامج سمعية وبصرية موجهة إلى أصحاب الحرف والمهن بشتى المجالات تعمل على زيادة إنتاجية الأفراد وتطوير عملهم وتعريفهم بما يستجد من وسائل وأدوات وماكينات ونظم الجودة والمواصفات القياسية والقوانين والتشريعات التنظيمية ونظم السلامة، وتعريفهم بالدورات التدريبية وفرص العمل، والمناقصات والمشروعات في مجالاتهم.

6- العمل المستمر لتطوير القنوات الإعلامية وتحسين أدائها. ويتم ذلك بعمل مقاييس ومعايير لجودة هذه القنوات والتزامها بمعايير المهنة المتعارف عليها عالميا، وقياس مدى فاعلية برامجها المختلفة والوسائل المستخدمة فيها في توصيل المعلومات وتحقيق الرسالة المطلوبة منها من واقع الدراسات الميدانية.

7- نريد برامج تعليمية وإرشادية لرفع مستوي الوعي العام عند المواطنين والتوعية بالخدمات التي تؤديها الحكومة والإجراءات المتبعة في المصالح الحكومية، وكيفية الحصول على حق ضائع، وإلى أي جهة تكون الشكوى، وكيف يلجأ إلى القضاء، والجمعيات الأهلية الخيرية التي يمكن أن تساعد.

8- نريد برامج تعليمية وإرشادية لرفع المستوى الإداري، وننشر المعرفة بنظم الجودة الشاملة ونظم إدارة التطوير المستمر، وطرق اتخاذ القرار، حتى تصبح شعارات قومية وممارسات تلقائية في جميع أعمالنا.

9- نريد برامج جريئة ومتنوعة تعرض الرأي الآخر، وتكشف الانحراف، وتواجه المسؤولين، وتبرز الاقتراحات البناءة.

10- نريد وسائل لقياس ومتابعة آراء الشعب واتجاهاته و وعيه ومدى تفاعله مع الأحداث وتتسم بالأمانة والحيادية والمصداقية.

11- نريد شركات فنية لإنتاج أشرطة فيديو لمحو الأمية، وللبرامج التدريبية في جميع المجالات مثل الصناعات المنزلية والصناعات الريفية والحرفية والصناعات الصغيرة وإدارة المتاجر والمحلات والورش والمزارع وإدارة المشروعات ودراسات الجدوى للصناعات الصغيرة ونظم ضبط الجودة وإدارة الجودة الشاملة.

12- نريد قنوات قومية للإعلام الجماهيري تعطي أوقات متساوية للأحزاب السياسية ولوجهات النظر المختلفة في حيادية وتبث جميع الأنشطة والأحداث لجميع الأقطاب السياسية المختلفة.

13- وأخيراً، ولأن الإعلام أمانة ورسالة، فلا بد من ميثاق شرف للعاملين بالصحافة وللعاملين بالإعلام يضع الضوابط الأخلاقية والإجراءات التأديبية ويخلق نوع من الرقابة الذاتية من أهل المهنة ويصون شرف وسمعة المهنة ويضمن احترام ثوابت المجتمع وقيمه الروحية والأخلاقية، وصيانة الوحدة الوطنية والأمن القومي للبلاد.

14- تفعيل دور القناة العبرية الموجهة لإسرائيل وتوصيلها إلى المنزل الإسرائيلي من خلال الشبكات الفضائية والمواقع الالكترونية ونظام الكوابل كأداة هامة لدعم وتفعيل ونقل الحرب النفسية إلى داخل إسرائيل. إن هذه القناة تحتاج إلى استراتيجية واضحة وخطة مدروسة وبرنامج إعلامي جيد، وقدر مناسب من الإمكانيات البشرية والفنية لدى القائمين على إدارتها، وتدريب مستمر لطاقم هذه القناة، وقدر كبير من المصداقية ومعرفة جيدة بالشعب الإسرائيلي، والتي بدونها مجتمعة ستكون هذه القناة بمثابة إهدار للمال وتقصير في تجنيد واستغلال سلاح معنوي هام في كتاب الحرب النفسية، الأمر الذي لن يغفره التاريخ. وعلينا أن ندرك أن الحرب الباردة لن تنتهي مادامت هناك أصوات في إسرائيل تنادي بدولة من النيل للفرات، كما أن حلقات الصراع لن تنتهي بتوقيع اتفاقيات التسوية مع إسرائيل مادامت تحرص على تفوقها العسكري وامتلاكها لأسلحة الدمار الشامل.

أيها الشباب...جنود الأمة من الإعلاميين.. .. يا أمل هذه الأمة ويا مستقبلها المنشود. هذا عرض مختصر لمهام وهموم كبيرة نلقها على عاتقكم أيها الشباب...جنود الأمة من الإعلاميين.. .. يا أمل هذه الأمة ويا مستقبلها المنشود. هذا عرض مختصر لمهام وهموم كبيرة نلقها على عاتقكم. فعلى كل واحد منكم أن يتبنى قضية، فتصبح همه وهدفه يعيش لها ويجند نفسه لها، ويتفاعل معها ويخلص لها، يتحدث عنها ويجند من حوله للدعوى لها، وربما يتحمل الأذى والمعاناة من أجلها، فيضحي لها ويناضل من أجلها حتى يرفعها وترفعه، وتعزه ويعزها ...

ونحن على إيمان ويقين أنكم أهل لها ولن تخذلوا أمتكم أبدا... فإن الله لا يضيع أجر من أحسن عملا.

15.4- معايير أداء الإعلام و الصحف

والحقيقة أيها الأخوة والأخوات أنه إذا حاولنا وصف حال الإعلام في مصر في الفترة السابقة باستعمال أكثر التعبيرات أدبا لم نجد اجمل من انه "في حالة من الفوضى" في المعايير المهنية طبقا لوصف أحد الكتاب. وذلك لغياب النقابات الصحافية المنظمة والمواثيق الأخلاقية الملزمة والقوانين التي تنظم حرية الإعلام ومهنيته. ولا بد أن يتوفر حد أدنى من معايير المهنية لكي تستحق الصحافة اسمها طبقا للتوصيف العالمي للمهنة.

ولابد من العمل على تأسيس إعلام مهني حر يلتزم بميثاق واخلاقيات مهنية. ويجب ان تلعب النقابات الدور الرئيسي في تنظيم المهنة والمحافظة على شرف وسمعة المهنة و تؤدي دورا فعالا في المراقبة والمحاسبة والتحقيق في شكاوى المواطنين من قبل تصعيد الخلافات للقضاء. ومن ناحية أخرى عليها أيضا حماية منسوبيها وحرية الصحافة و الإعلام من تسلط القوى الخارجية سواء أكانت سياسية أو رأسمالية.

ويجب على الدولة أن توفر للمجلس الأعلى و الهيئات التابعة له إمكانيات مادية وبشرية لمراقبة ورصد المنظومة الإعلامية طبقا لمعايير الأداء العالمية من ناحية ومساهمتها في منظومة التنمية ومشروع نهضة مصر من ناحية أخرى. و يجب ان تشمل هذه المعايير البعد المعرفي و المهني و الأخلاقي و التفاعلي.

ويجب أن يتعاون الجميع لإصلاح الإطار التشريعي الذي يضمن التوازن بين حرية الصحافة و الإعلام من ناحية والحقوق الطبيعية للأشخاص و حقوق المجتمع و حقوق وأمن الدولة ككل في الجانب الآخر. ويجب وضع الحدود لتدخل الإعلام في التأثير على القضاة والحكم على المتهمين قبل كلمة العدالة، وعدم وجود انضباطية للمقالات والخطب أو البرامج التي تستضيف أفراد وأحاديث تحت على الكراهية أو التمييز أو العنف أو السخرية ضد أفراد أو جماعات أو فئة من الشعب أو مناطق بعينها ، كما هو معمول به ويعاقب عليه القانون في البلاد المتقدمة.

والحقيقة أيها الأخوة أن قضية أخلاقيات وأصول مهنة الصحافة و الإعلام لا تحتاج الى مجادلات ومناقشات وأراء وفلسفات لأن قد سبقنا كثير من الدول و المؤسسات الدولية في صياغتها ونشرها. و المراجع في آخر هذا الباب تحتوى على أمثلة من هذه المواثيق والأعراف ومنها مثلا الجمعية العالمية للصحفيين المحترفين.

Society of Professional Journalists Code of Ethics

Members of the Society of Professional Journalists believe that public enlightenment is the forerunner of justice and the foundation of democracy. The duty of the journalist is to further those ends by seeking truth and providing a fair and comprehensive account of events and issues. Conscientious journalists from all media and specialties strive to serve the public with thoroughness and honesty. Professional integrity is the cornerstone of a journalist's credibility. Members of the Society share a dedication to ethical behavior and adopt this code to declare the Society's principles and standards of practice.

<http://www.spj.org/ethicscode.asp>

المراجع

1- رسالة إلى الإعلاميين والصحفيين
<http://misr21.org/?p=321>

Chapter 14. Media Ethics: Truthfulness, Fairness, and Standards of Decency -2
<http://college.cqpress.com/sites/masscomm/Home/chapter14.aspx>
<http://www.cqpress.com/docs/college/Hanson%204e%20Mass%20Com%20CH%2014.pdf>

Journalism ethics and standards -3
http://en.wikipedia.org/wiki/Journalism_ethics_and_standards
<http://www.journalismethics.info/index.htm>

4- جمعية الصحفيين المحترفين أخلاقيات المهنة
Society of Professional Journalists code of ethics
<http://www.spj.org/ethicscode.asp>

The Fairness Doctrine -5
<http://fair.org/extra-online-articles/the-fairness-doctrine/>

Challenge and change : reassessing journalism's global future -6
Edited by Alan Knight
ISBN: 978-0-9872369-0-6, 2013

IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists -7
<http://www.ifj.org/en/articles/ifj-declaration-of-principles-on-the-conduct-of-journalists>

International Code: International Federation of Journalists Media Ethics and Self-Regulation -8
Tirana Declaration - See more at: <http://www.rjionline.org/MAS-Codes-International-Tirana#sthash.RNwbw0vP.dpuf>

Status of Journalists and journalism ethics: IFJ principles -9
The International Federation of Journalists Declaration of Principles on the conduct of Journalism stated that respect for truth and for the right of the public to truth is the first duty of the journalist:
"Media must respect the professional and ethical principles upon which the freedom of expression and opinion relies. In doing so, journalists advance the public interest by publishing, broadcasting or circulating facts and opinions without which a democratic electorate cannot make responsible judgments." (IFJ 1986)
<http://www.ifj.org/en/articles/status-of-journalists-and-journalism-ethics-ifj-principles>
<http://www.rjionline.org/MAS-Codes-International-Tirana>

10- تقييم الأداء المهني لوسائل الإعلام في العالم العربي "
المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات
<http://www.dohainstitute.org/content/7531b0d1-566c-493f-a2a7-e8c75f8fef1e>

11- هشام قربان
معايير تقييم أداء العمل الصحفي: مقدمة ٥/٨/٢٠١٢
<http://www.alsharq.net.sa/2012/08/05/428117>

