

## أخلاقيات الإعلام .. ضرورتها ووجه الحاجة إليها

### The Necessity and Importance of Ethics of Journalism

عبدالقادر شارفي

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية / جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

abdelkadercharfi02@gmail.com

تاريخ الاستلام : 2023/10./08. ؛ تاريخ القبول : 2023/12./07. ؛ تاريخ النشر : 2024/01./12.

#### ملخص:

أخلاقيات مهنة الإعلام والصحافة ضرورة **فرضها** واقع المهنة ذاتها من حيث أثر هذه المهنة في الواقع الحياتي الراهن، فلم **يعد الإعلام** مجرد مهنة معزولة لها جمهورها الخاص بل أصبحت من الشبوع ما جعلها تستحوذ على كل مجريات الحياة، وهذا ما أحدث تأثيرا بينا على المجتمع في توجهاته وثقافته ورؤيته المستقبلية، وكذا تقييمه للأحداث المحيطة به. نظرا لذلك كله فإنه أصبح من الواجب أن يتقيد الإعلامي بميثاق مهني يستمد من المبادئ والقيم الأخلاقية العليا التي يؤمن بها الانسان والتي لا غنى عنها لأي مجتمع انساني. وهو ما سعت اليه بالفعل موثيق الشرف الخاصة بالإعلام. وهي **إن** كانت غير ملزمة، فإنها مع تعقد المجتمع وما يسببه عدم التقيد بها من مخاطر على المجتمع الإنساني عموما ان يصبح الالتزام القانوني ضرورة في وضع عقوبات ردية تلزم الإعلامي بضرورة التقيد بأخلاقيات المهنة. وإنما نلاحظ محاولات ذلك على ما يستجد من قوانين ردية في محاربة الجريمة الإلكترونية ومن بينها جرائم القذف والتعدي على الخصوصيات الشخصية.

#### الكلمات المفتاحية:

أخلاقيات الإعلام، الصحافة، الأخلاق التطبيقية، التواصل الاجتماعي، القيم الإنسانية.

#### Abstract:

Ethical values of Journalism is a necessity that the profession of journalism itself imposed due to its impact on life nowadays. Journalism is no longer a mere profession; it is so influential that it occupies a great space in our daily lives to the extent that it affects society, culture and their future insights and how it evaluates socio-cultural events.

Because of the pivotal role of journalism and all of the aforementioned notions, journalists are ought to be bounded by a professional grid constituting of ethical values and norms which cannot be disposed off in any human community. These ethical values are of paramount importance not only because they guide journalists but also because they shield societies. Abiding by these ethical values is crucial for the opposite could result in serious societal concerns. For this reason, a legislation regarding any violation of professional ethical values made by journalists must be put in place. There have been lawful rules like those of cyber-crimes, privacy protection and slander which fold as part of ethical values which guide journalists and protect societies.

#### Key words:

Journalisms' values, journalism, human values, social communication, applied ethics.

## مقدمة:

أصبح من المتداول اليوم في مجال علم الأخلاق، إن الأخلاق بوجه عام تأثرت بالواقع الحياتي للإنسان المعاصر، وهو واقع افرزه التقدم العلمي والتكنولوجي، الشيء الذي أحدث طفرة في واقع الانسان من حيث التطور سواء على المستوى المعرفي أو على المستوى العملي.

وإذا كان البحث الأخلاقي الكلاسيكي يبحث في وضع المعايير النظرية الكلية للسلوك الإنساني استنادا إلى مفهوم الخير والشر، الصواب والخطأ، فإنه وتماشيا مع الواقع الجديد للإنسان تحول البحث الأخلاقي من التنظير الكلي العام إلى الطرح الجزئي العملي المرتبط بالإشكالات العملية الناتجة عن الواقع الحياتي الجديد للإنسان المعاصر في مختلف المجالات، وتعدد هذه المجالات افرز مفهوما جديدا للأخلاق من الوحدة إلى التعدد، فلم نعد نتحدث عن اخلاق مفردة تصلح كمعيار لجميع مجالات هذا الواقع الإنساني الجديد، بل امام اخلاقيات متعددة، عرفت بالأخلاقيات التطبيقية.

## 2. مفهوم الأخلاقيات التطبيقية:

"الأخلاق التطبيقية هي مجموعة من القواعد الأخلاقية العملية المجالية، تسعى لتنظيم الممارسة داخل مختلف ميادين العلم والتكنولوجيا وما يرتبط بها من أنشطة اجتماعية واقتصادية ومهنية. كما تحاول ان تحل المشاكل الأخلاقية التي تطرحها تلك الميادين، لا انطلاقا من معايير أخلاقية جاهزة ومطلقة، بل اعتمادا على ما يتم التوصل إليه بواسطة التداول والتوافق، وعلى المعالجة الأخلاقية للحالات الخاصة والمعقدة أو المستعصية"

ومما يلاحظ على هذا التعريف، أن معالجة القضايا الأخلاقية يتم عبر التداول المعرفي والاجتماعي وليس عبر تصورات جاهزة مسبقة لمفاهيم الصواب والخطأ. وفكرة التداول تقتضي مشاركة الفاعلين في المجال العملي المولد للمشكلة. فمثلا في حالة الإجهاض مثلا لا يؤخذ براى رجل الدين لوحده مثلا، بل يشرك راي الطبيب، والسياسي، وجمعيات حقوق المرأة، وغيرها من الفاعلين. فنحن أمام إشكال أخلاقي يهم المجتمع ككل ويحتاج الى راي جماعي يكون عبر التداول. وهو ما تؤكد عليه فلسفة الأخلاق التطبيقية.

ومن التعريفات ما يؤكد على مجالات الأخلاق التطبيقية، كأخلاقيات الطب، وأخلاقيات البحث وأخلاقيات وسائل الإعلام، والأخلاقيات البيئية... الخ. فهي بذلك فرع من الأخلاقيات المكرسة لمعالجة المشاكل والممارسات والسياسات الأخلاقية في الحياة الشخصية والمهن والتكنولوجيا. والتي ترتب عنها وضع اخلاقيات للمهنة الخاصة بكل مجال. فأصبحنا نقرأ عن أخلاقيات مهنة الطب، وأخلاقيات مهنة الإعلام، وغيرها من أخلاقيات وأداب المهن المختلفة.

كما يعرفها د. رحيم الشيعان بأنها آلية التعامل مع المسائل الأخلاقية من زاوية فلسفة القانون والعلوم ومراعاة أو عدم مراعاة النزعة الإنسانية. وتحدد الأخلاقيات بكونها أقرب للمهن الإنسانية أو السلوك الناتج من

تلك المهنة أو القضايا الطبيعية الراهنة، مثل ذلك الطب والقانون والبيئة والسياسة والاعلام...الخ.<sup>1</sup> نستنتج من ذلك أن الأخلاق التطبيقية هي فرع جديد من البحث الأخلاقي الكلاسيكي لكنه يختلف عنه من حيث طبيعة البحث، فإذا كانت الأخلاق الكلاسيكية بحثاً نظرياً معيارياً لما يجب أن يكون عليه السلوك الإنساني، فإن الأخلاقيات التطبيقية هي بحث عن الحلول العملية التي تطرحها مشاكل الواقع الحياتي المعاصر في مختلف مجالاته المتعددة والمتداخلة، وهي حلول تمتاز بالطابع العملي الذي يجب أن يساير ما هو عليه الواقع الحياتي الذي أفرزه التطور العلمي والتكنولوجي المتسارع للإنسان. ففي ذلك "فرع من الأخلاقيات المكرسة لمعالجة المشاكل والممارسات والسياسات الأخلاقية في الحياة الشخصية والمهنة والتكنولوجيا، على النقيض من النظرية الأخلاقية التقليدية التي تهتم بالمشاكل النظرية الأخلاقية البحتة"<sup>2</sup>.

3. أخلاقيات الإعلام:

هي واحدة من مجالات الأخلاق التطبيقية، وكونها كذلك يعود لأهمية الإعلام في الحياة المعاصرة. فالإعلام الذي يعود أساساً إلى الخبر والمعلومة التي يحتاجها الإنسان في حياته، والتي يبني عليها الكثير من تصرفاته، فقد رافقت الإنسان منذ بداية حضارته، إلا أنها كانت دائمة التطور تبعاً للتطور الحضاري الذي يبلغه الإنسان. وفي عصرنا هذا يشهد مجال الإعلام بكل تخصصاته \_ من صحافة وتلفزيون ووسائل إعلام تكنولوجية أو ما يسمى بـ سوسيال ميديا، والاشهار، إضافة إلى من يدرجون المسرح والسينما كأدوات إعلامية \_ تأثيراً كبيراً على المجتمع من حيث توجيه الرأي العام، وصنعه، لدرجة أن أصبح الإعلام أداة للسيطرة والتوجيه، وتحول وفق هذه الخاصية إلى أداة ووسيلة لا يستغني عنها أي ميدان مؤثر في المجتمع. ونظراً لهذه الأهمية التي أصبح عليها الإعلام، فإنه أنتج بدوره مشكلات عملية سواء تعلق الأمر بالممارس للمهنة، أو للمجتمع المستقبلي لتأثير هذه المهنة، الشيء الذي طرح ضرورة إيجاد أخلاقيات للمهنة.

#### 4. أخلاقيات مهنة الإعلام

أخلاقيات مهنة الإعلام هي فرع للأخلاقيات التطبيقية، إذ الفارق بينهما إن إشكالات الأخلاق التطبيقية هي إشكالات عامة تتعلق بالواقع العملي الحياتي للمجتمع المعاصر، بينما أخلاقيات المهنة هي أخص من الأخلاقيات التطبيقية فمجالها محدود بحدود المجال العملي الذي تهتم به. فأخلاق مهنة الإعلام لا شك أنها تختلف عن أخلاق مهنة الطب، وعن أخلاق مهنة البيئة، وغيرها. بينما الأخلاق التطبيقية شاملة في مفهومها لهذه المجالات وغيرها.

<sup>1</sup> - رحيم محمد الشيباع، (2020)، مدخل إلى فلسفة الأخلاق التطبيقية. ط1، منشورات دار بين الكتب. بيروت. ص 27

2 - المرجع نفسه، ص 26

تتعدد تعريفات أخلاقيات مهنة الإعلام، إلا أنها تصب كلها في اتجاه واحد والذي يرى بأن مهنة الصحافة أو الإعلام بصفة عامة سواء ينظر إليها على أنها حرفة أو مهنة، لا تستوي إلا بالالتزام بهذه الأخلاقيات التي توطئها القوانين والمواثيق والقيم التي يتبناها ممارسي هذه المهنة، ومن أهم هذه التعريفات: يعرف مجمع اللغة العربية بالقاهرة أخلاقيات المهنة الإعلامية باعتبارها: "مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في مواثيق شرف مهنية يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات عليهم في حالة الخروج عنها".

كما عرف هونبرغ الأخلاق المهنية للإعلامي أو الصحفي بأنها: "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية صحفية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام، عبر احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة وحرمتها وتصويب الأخطاء المتعلقة بالنشر الصحفي".

كما تعرف أخلاقيات المهنة الصحفية أو قيم الممارسة في الإعلام بأنها: "مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات وسائل الاتصال، وكذلك الاتجاهات الفعالة والدعاوى المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والإنجاز. ومن الأمثلة على قيم الممارسة، الفكرة النموذجية التي تتمثل بالالتزام بالموضوعية في إعداد الأنباء والدعاوى المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملائمة لتحقيق مهمات اتصالية ذات نوعية خاصة والدعاوى الخاصة بتحديد مقاييس المسلسلات التلفزيونية".

كما يعرف كوهين والبيوت أخلاقيات الصحافة بأنها: "الفرع من الأخلاقيات المهنية الذي يتناول المشكلات المتعلقة بسلوك المندوبين الصحفيين والمحرفين والمصورين والفوتوغرافيين والمنتجين وجميع المهنيين الذين يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها".

مما سبق يمكن القول بأن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي تلك المعايير والقيم السلوكية التي تنظم مهنة الإعلامي وتوطئها من جميع الجوانب، والالتزام بها يعد من أهم متطلبات نجاح الفرد في هذه المهنة<sup>3</sup> وتتلخص أهم أخلاقيات مهنة الاعلام كما يجمع عليها الإعلاميون في:

1. الصدق: قيمة أخلاقية تتعلق بتقديم الخبر كما هو عليه، وهي قيمة تعد من بين غايات الرسالة الإعلامية ككل، والا فقدت مصداقيتها وانكشفت عورتها. فالصدق محك المادة الإعلامية.
2. احترام الكرامة الإنسانية: الانسان كائن مقدس، وهو ما نصت عليه جميع التعاليم الدينية أو الإنسانية. فالمساس بهذه الكرامة هو انتهاك لهذه الكرامة، من هنا كان واجبا على الإعلامي ألا يتعرض إلى الخصوصيات التي تسيء إلى سمعة الانسان أو تحط من قدره حتى وإن كان ذلك يخدم الحقيقة. ومن هنا

<sup>3</sup> - نقلا عن بدر الدين مولاى: "الاخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها"، مجلة الباحث للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، المجلد 13 العدد 2، جوان 2021، ص: 101.

قد نلاحظ نوعاً من التعارض بين قيمة الصدق واحترام الكرامة الإنسانية. فإذا كان الإعلامي ملزماً بتقديم الحقيقة فإن ذلك يكون في إطار ما تسمح به هذه الكرامة. فالقيم الأخلاقية يعلو بعضها بعضاً. وقد نشأ - خاصة في مجال سوسيوال ميديا - ما يمكنه المس بكرامة الإنسان وخصوصياته واستغلال ذلك في الابتزاز بالضحايا و خداعهم والنصب عليهم، مما فرض وجود قوانين تعاقب على ذلك.

3. المسؤولية: الإعلامي مسؤول عن مادته الإعلامية، وهذه المسؤولية تفرض عليه أن يتوافق عمله ورسالة الإعلام الأخلاقية، فلا يجعل مهنته سبيلاً لخدش قيم المجتمع أو إثارة البلبلة فيه أو نشر الأفعال والأكاذيب. فالإعلام بالدرجة الأولى هو تنوير للمجتمع ورفع لقيمه الأخلاقية. وهو بهذا المبدأ ينأى عن تلك الصحف الهابطة التي لا تعير قيمة لقيم المجتمع و مصالحه.

4. الموضوعية: قد تتأدلج وسائل الاعلام فتنتقل المادة الإعلامية التي تحدم خطها الأيديولوجي، لكن ذلك ليس دائماً على حساب الموضوعية. فالإعلامي الناجح يستعرض مختلف المواقف وفقاً لقيمة الصدق في نقل الأخبار، ومن ثم يدافع عن وجهة نظرهم ليقنع بها المتلقي. فالموضوعية رديفة الصدق في المادة الإعلامية، والإعلامي النزيه هو من يوفق بين خطه الأيديولوجي واخلاقيات مهنته الاعلامية.

#### 5. مصادر اخلاقيات مهنة الاعلام:

عرفت هذه الأخلاقيات بـ "موثيق الشرف المهنية"، وهي بهذا التعريف أخذت طابعاً عالمياً يعود بالدرجة الأولى إلى أصحاب المهنة في الالتزام به. كما أنها تقوم على القيم والمبادئ المحددة لعمل الإعلامي في تأدية رسالته. ويعرف ميثاق الشرف الصحفي بأنه: "عبارة عن قواعد للسلوك المهني وآداب مهنة الصحافة والتي تهتم بتنظيم الجانب الأخلاقي لممارسة المهنة"<sup>4</sup>

وميثاق الشرف الصحفي وإن كان يأخذ الطابع العالمي باعتباره ميثاقاً جامعاً لأخلاقيات العمل الصحفي والإعلامي بوجه عام، فإنه محاولة لتجاوز المصادر المحلية لأخلاقيات المهنة الإعلامية كما ترسمها سياسات الإعلام الوطنية لمختلف الدول. نظراً لاختلاف طبيعة الأنظمة السياسية من ديمقراطية أو ديكتاتورية، وغيرها. وهي سياسات لا تقيم اعتباراً للقيم الأخلاقية بقدر ما تقيم اعتباراً لتوجهاتها الأيديولوجية والسياسية إلى درجة أن تتحكم في طبيعة الرسالة الإعلامية لما يخدم مصالحها.

وميثاق الشرف الصحفي الذي أصبح علماً لمهنة الإعلام عموماً تعود جهوده الأولى إلى منتصف القرن التاسع عشر، حيث تعود الجهود الأولى لبداية تنظيم مهنة الصحافة إلى منتصف القرن التاسع عشر، حيث

<sup>4</sup> - عبد المحسن بدوي محمد أحمد، الشرف الصحفي. والقيم الأخلاقية، مجلة الأمن والحياة، العدد 362:السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص

46. الموقع الإلكتروني: <https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/57744>

بدأ موضوع الأخلاقيات يطرح نفسه في فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، ومن أهم المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي لمهنة الصحافة نجد:

•فرنسا سنة 1918:كانت أول محاولة فرنسية لوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية مباشرة بعد الحرب العالمية الأولى، نظرا للدور الفعال الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، ولقد تم تعديله ومراجعته عام 1938، وندد هذا الميثاق بالوسائل الغير أخلاقية المتبعة للحصول على المعلومات، وعدم قبول أي شكل من أشكال الرشوة.

•الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1923:لقد قامت الجمعية الأمريكية لرؤساء التحرير بوضع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية، وقد نص هذا الميثاق على ما يلي: المسؤولية، حرية الصحافة، الاستقلالية، الصدق والموضوعية.

•بريطانيا سنة 1930:تعد بريطانيا من الدول التي عهد صحافيوها إلى وضع ميثاق لشرف المهنة الصحفية بمبادرة

منهم، وبعد ذلك قام الاتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة 1930. براغ سنة 1936:قام المؤتمر العالمي للصحافة في مدينة براغ بالتطرق إلى ما يجب على الصحافة أن تفعله، وأقرت بأن الصحفي الجدير بهذا الاسم ينبغي عليه:

\_ أن يراجع كل خبر تنشره الجريدة بكل أمانة وصدق، ويخص بهذه العناية كل الأخبار التي قد تثير تعصبا في الرأي؛

\_ أن يعترف بحقه وحقوق الآخرين في نشر الأخبار الموضوعية عن الأحداث الداخلية والمسائل المتصلة بالدول الأخرى؛

\_ أن يتجنب الصحفي كل نقد تافه وغير موضوعي في شؤون السياسة والإساءة إلى دول أخرى؛  
\_ أن يبتعد عن تزيين العنف والتحريض على استعماله لتسوية النزعات الداخلية أو الدولية، وأن يحارب الفكرة القائلة بحتمية الحروب لحل النزاعات<sup>5</sup>.

هذه الجهود المبذولة نحو ترسيم ميثاق شرف للمهنة الإعلامية يعود بالدرجة الأولى إلى أهمية الاعلام كما أسلفنا تجاه المجتمع المحلي والعالمي، وكما لا حظنا أن هذه الجهود قد ظهرت في وقت ساد فيه العالم التوتر والنزعة نحو العنف فكان لزاما أن يكون الإعلام سبيلا إلى التخفيف من هذا التوتر والسعي نحو نزع فتيل النزاعات والحروب.

إن تحقيق هذه الرسالة الإعلامية الأخلاقية يقتضي استقلالية الإعلام عن أي سلطة توجهه كما تريد، ما عدا سلطة الضمير الأخلاقي وما تفرضه القيم التي يتشارك فيها بني الانسان. وهو ما نلاحظه في "ميثاق الشرف

<sup>5</sup> ماهر عودة الشمايلة وآخرون 2015 أخلاقيات المهنة الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ص: 26-25

الصحفي". غير أن هذا الميثاق يفتقد لطابع الالزام القانوني، فهو مجرد ميثاق شرقي، فالمخالفين له لا تترتب عنهم أي الزامات قانونية، وإن كانت بعض المواثيق تلزم المخترق للقواعد بعقوبات تأديبية إلا أنها كذلك تفتقد إلى الطابع الالزامي التنفيذي، وهو ما جعل مسألة التجاوز والانتهاك لهذه المواثيق مطروحة باستمرار. وانتهاك هذه المواثيق يعود عادة إلى:

### 1. التبعية للمؤسسات المالية والاقتصادية:

كون وسائل الاعلام بمختلف تفرعاتها تحتاج الامداد المالي، فان ذلك يستغل من قبل الشركات والمؤسسات المالية والاقتصادية للترويج لمشاريعها وسياساتها الاقتصادية المصلحية على حساب المبادئ الأخلاقية، فالشركات الرأسمالية العالمية، والتي يطلق عليها عادة بالشركات المتعددة الجنسيات، هي شركات تبلغ إيراداتها أحيانا كثيرة أكثر بكثير من إيرادات الدول، وذلك نظرا لاستثماراتها في كل انحاء العالم وفي جميع القطاعات فإنها لا تتواني من فرض سيطرتها المالية والاقتصادية على الدول الضعيفة وحتى لرسم سياسات الدول الكبرى. ولتحقيق ذلك فإنها تستعين بالوسائل الإعلامية الكبرى وذات الصيت العالمي، إلى درجة أنها تنشئ هذه الوسائل الإعلامية. ومن هنا فإن وسائل الاعلام في هذه الحالة تفقد حريتها ومصداقيتها وتصبح أداة في يد المؤسسات الإعلامية.

### 2. التبعية الأيديولوجية:

عادة ما تكون هذه التبعية تابعة للإعلام القومي أو الوطني، فتكون الوسائل الإعلامية في هذه الحالة في خدمة السياسة القومية أو الوطنية، ونجد هذا النوع من الاعلام أكثر شيوعا في الدول ذات الأنظمة الديكتاتورية أو الشبه الديكتاتورية، خلاف الدول الديمقراطية التي تتميز بنوع من حرية الاعلام. وتشتد وطأة هذا النوع من الاعلام في الأزمات الوطنية والقومية خاصة أثناء النزاعات والحروب. مثال ذلك ما يجري اليوم في فلسطين بين العدوان الإسرائيلي على الفلسطينيين فنجد الإعلام المتحيز خاصة في الغرب للرواية الإسرائيلية على حساب الموضوعية والنزاهة في نقل الأحداث، وهو إعلام مرتبط بدوره بالمؤسسات المالية والاقتصادية التي يمتلكها اللوبي الصهيوني عبر دول العالم الغربي.

### 3. الفساد الأخلاقي الشخصي والمؤسسي:

يعتبر هذا العامل، والمتعلق بفساد أخلاق الإعلامي الفاقد لمعايير السلوك الأخلاقي يروج للإشاعات والفضائح الأخلاقية، وهو ما يطلق عليه عادة الإعلام الهابط، ونجده بالخصوص على مستوى مواقع التواصل الاجتماعي أي يأخذ منحى استغلال خصوصيات الآخرين للنصب والتشويه مقابل مبالغ مادية. إضافة إلى ذلك فقد يتطرق هذا الفساد إلى المؤسسة الإعلامية ذاتها من حيث استغلال رجال الأعمال والنافذين سياسيا واقتصاديا في تحقيق مطامحهم مقابل التمويل ونفقات العجز التي تمر بها بعض وسائل الاعلام.

خلاصة:

أخلاقيات مهنة الصحافة ضرورة فرضها واقع المهنة ذاتها من حيث أثر هذه المهنة في الواقع الحياتي الراهن، فلم يعد الإعلام مجرد مهنة معزولة لها جمهورها الخاص بل أصبحت من الشيعوع ما جعلها تستحوذ على كل مجريات الحياة من أدناها إلى أعلاها، وهذا ما أحدث تأثيرا بينا على المجتمع في توجهاته وثقافته ورؤيته المستقبلية، وكذا تقييمه للأحداث المحيطة به والفاعلة في حياته.

نظرا لذلك كله فإنه أصبح من الواجب أن يتقيد الإعلامي بميثاق مهني يستمد من المبادئ والقيم الأخلاقية العليا التي يؤمن بها الانسان والتي لا غنى عنها لأي مجتمع انساني. وهو ما سعت إليه بالفعل موثيق الشرف الخاصة بالإعلام. وهي وإن كانت غير ملزمة، فإنها مع تعقد المجتمع وما يسببه عدم التقيد بها من مخاطر على المجتمع الإنساني عموما أن يصبح الالتزام القانوني ضرورة في وضع عقوبات ردعية تلزم الإعلامي بضرورة التقيد بأخلاقيات المهنة. وإننا نلاحظ محاولات ذلك على ما يستجد من قوانين ردعية في محاربة الجريمة الإلكترونية ومن بينها جرائم القذف والتعدي على الخصوصيات الشخصية.

#### قائمة المصادر والمراجع:

1. رحيم محمد الشيعاع، (2020)، مدخل الى فلسفة الأخلاق التطبيقية. ط1، منشورات دار بين الكتب. بيروت.
2. بدر الدين مولاي: "الأخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها"، مجلة الباحث للعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة المجلد 13 العدد2، جوان 2021.
3. عبد المحسن بدوي محمد أحمد، الشرف الصحفي. والقيم الأخلاقية، مجلة الأمن والحياة، العدد 362:السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ص 46. الموقع الإلكتروني: <https://repository.nauss.edu.sa/handle/123456789/57744>
4. ماهر عودة الشمايلة وآخرون 2015 أخلاقيات المهنة الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان