

القيم الأخلاقية للإعلام من خلال التشريع الإعلامي الجزائري

دراسة تحليلية للقانون العضوي للإعلام 14.23

The ethical values of media through Algerian media législation

An analytical study of Organic Law on media14-23

مجالدي سناء*

جامعة الجزائر 3 - الجزائر-

medjaldi.sana@univ-alger3.dz

أ.د. عطوي مليكة

جامعة الجزائر 3 - الجزائر atoui.malika@univ-alger3.dz

تاريخ القبول 2024/11/22

تاريخ الاستلام 2024/10/17

الملخص

يهدف البحث الذي تقدمت به إلى إبراز تجلي القيم الأخلاقية في مواد القوانين التشريعية الإعلامية الجزائرية وبالتحديد القانون العضوي 23 / 14 وحرصه على القيم الأخلاقية ومدى توفيق المشرع في ضبط هذه القوانين وفقا للأطر الأخلاقية التي تمثل المجتمع الجزائري من خلال هذا القانون العضوي .

قسمت الدراسة إلى إطار منهجي تم فيه تحديد المنهج وتمت استعارة القراءة القانونية (منهجية تحليل مادة قانونية) من تخصص الحقوق، حددت العينة بمواد القانون العضوي 23/14 كما تطرقت إلى الشق الأخلاقي والقيمي، وهو الهدف من الدراسة. أما بالإطار النظري تم التركيز على القيم الأخلاقية والتي تعتبر لب وفحوى الموضوع المستهدف. وقد تم التفصيل في القيم كأبرز المعايير الأخلاقية، معرجة بذلك إلى التشريع الإعلامي، ثم تطرقنا في الإطار التطبيقي إلى تحليل المواد القانونية المتضمنة للشق الأخلاقي للمجتمع الجزائري. وتم التوصل من خلال هذه الدراسة أن المشرع الجزائري راعى القيم الأخلاقية والاجتماعية الجزائرية في بعض مواده. وعليه فإن المشرع الجزائري وفق إلى حد بعيد في مراعاة القيم الأخلاقية وفقا لما سنته الشريعة الإسلامية التي منها يستقي المشرع الجزائري أصل قوانينه.

الكلمات المفتاحية: القيم الاجتماعية، الأخلاقيات، التشريع، التشريع الإعلامي، قانون الإعلام.

Abstract:

The research I submitted aims to highlight the manifestation of ethical values in Algerian media legislative laws, specifically in Organic Law 23/14. It emphasizes the commitment of this law to ethical values and assesses the legislator's success in regulating these laws in accordance with the ethical frameworks that represent Algerian society through this organic law.

The study is divided into a methodological framework that outlines the chosen methodology, borrowing legal reading (methodology for analyzing legal texts) from the field of law. The sample is defined by the provisions of Organic Law 23/14, and the study addresses both the ethical and value-related aspects, which are the main objectives of the research. In the theoretical framework, the focus is placed on ethical values, which are the core and essence of the subject being examined.

The study elaborates on values as prominent ethical standards, specifically addressing media legislation. In the applied framework, we analyzed the legal provisions that encompass the ethical aspects of Algerian society. The findings indicate that the Algerian legislator has taken into account Algerian ethical and social values in some of the provisions. Consequently, it can be concluded that the Algerian legislator has largely succeeded in considering ethical values in accordance with the principles established by Islamic law, from which the Algerian legislator derives the foundation of its laws.

Keywords: social values, ethics, legislation, media legislation, media law.

* المؤلف المرسل

مقدمة:

عاشت الجزائر عدة حقبة في مسارها الإعلامي من فترة استعمارية الى أحادية حزبية فتعددية إعلامية الى تدفق معلوماتي ونظام اعلامي جديد. لكل حقبة ميزة تميزها عن غيرها فمن صحفي مناضل يسعى لبناء الدولة الجزائرية وترسيخ الثقافة المجتمعية والقيم الأخلاقية المستمدة من الهوية الوطنية والديانة الإسلامية التي سعى المستعمر الفرنسي الى طمسها، الى صحفي رفض القيود السلطوية وطالب بالحرية الإعلامية التي تنفست بتعليلة مولود حمروش وخنقت من جديد وبسرعة بعد غياب القيم الأخلاقية بالمجتمع وسواد التطرف الديني جراء العشرية السوداء التي أسالت دماء الصحفيين الذين ما فتئوا يفرحون بسيلان أقلامهم بعد اعلان الانفتاح الإعلامي.

جاءت الحتمية التكنولوجية التي فتحت أبواب الحرية الإعلامية على مشرعها اقتحاماً دون مشروعية الدولة، وهذا ما خلق تخوفاً كبيراً عند النظام الجزائري من غياب المسؤولية عن حرية إعلامية غير شرعية، فراح المشرع على عجلة وسن القانون العضوي للإعلام 05 12 ليتمكن من كبحها وضبط العمل الإعلامي بصفة عامة والقيم الأخلاقية بصفة خاصة، وهذا راجع لأهمية القيم الأخلاقية للمجتمع الجزائري وللمهنة الإعلامية التي أكد عليها في القانون العضوي الثاني في تاريخ الساحة الإعلامية الجزائرية وهو القانون 23. 14 الصادر في الجريدة الرسمية بعددها 56 .

الإشكالية:

بعدما عاشته الجزائر من تغيرات في ساحتها الإعلامية، انعكس ذلك على ملامحها الثقافية والأخلاقية والقيمية بمجتمعها، والصحفي الجزائري جزء من المجتمع. والاعلام مرآة عاكسة لما يعاش بالمجتمع، والقيم الأخلاقية هي العمود الفقري لصلاح أي فرد بالمجتمع ناهيك إذا ربطنا القيم

الأخلاقية بالمهنة الإعلامية في زمن تغيرت فيه المفاهيم وازدحمت فيه القيم وانساق الكل وراء التكنولوجيا ومواقع التواصل الاجتماعي .

و غاب مصطلح الحزمة والعيب والعار من قاموس القيم الأخلاقية والاجتماعية في ظل التعري الإعلامي عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما جعلنا نبحث عن دور التشريع الإعلامي في ضبط هذا الانزلاق الأخلاقي وانقاذ القيم المعروفة على المجتمع الجزائري الذي لم يزعزع الاستعمار الفرنسي هويته وجاء الهاتف الذكي ليزلزل قيمه وينسلخ أمام هذه التكنولوجيا لتتغير صورة الاعلام و المجتمع الجزائري القديم الذي ناضل و حافظ وراعى القيم الأخلاقية الجزائرية وها هو اليوم يغيب كل أشكال القيم الأخلاقية التي لولا اللهجة الجزائرية للمرسل لقلنا أننا نتلقى محتوى من مجتمع أجنبي.

فهل راعى القانون العضوي للإعلام 23 14 القيم الأخلاقية للإعلام الجزائري؟

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية دراستنا في:

- محاولة معالجة موضوع القيم الأخلاقية الإعلامية بالمجتمع الجزائري.
- تناول المواد القانونية الموجودة بالقانون العضوي للإعلام الجديد التي تطرقت لموضوع القيم الأخلاقية.
- كشف أهمية القيم الأخلاقية في الساحة الإعلامية لضبط هذه المهنة وتوعية الصحفي بالدور والمسؤولية الواقعة على عاتقه اتجاه مجتمعه.

أهداف الدراسة:

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

- توعية العاملين في الحقل الإعلامي بضرورة الالتزام بالقيم الأخلاقية للمهنة الإعلامية عند مزاوله نشاطهم.
- تذكير الإعلاميين بالدور الحساس المسند إليهم في تربية المجتمع وتنشئته.
- إبراز أهم المواد القانونية التي تبين ضرورة الالتزام بالقيم الأخلاقية كمسؤولية مهنية وجب على الصحفي الالتزام بها.

منهج الدراسة :

اعتمدنا في دراستنا الوصفية هذه على منهجية التحليل والتعليق على نص قانوني كون المادة المراد تحليلها في الجانب التطبيقي هي مواد قانونية و التي تعتمد على الخطوات التالية :

- المرحلة التحضيرية مرحلة التعرف على النص من خلال:

1- التحليل الشكلي ويتم فيه معالجة ما يلي:

- تحديد موقع النص وظروفه وملابساته : من خلال تحديد نوعية النص من حيث هل هو قانون ، مرسوم، أمر قرار ... بيان رقم النص والمتضمن السنة التي صدر فيها النص ، و الترتيب الزمني للنص المشار إليه في صنفه.

- **البناء المطبعي للنص** : من خلال تحديد بنية النص من حيث أن النص يندرج تحت فصول وأبواب وأقسام والمادة مقسمة في شكل فقرات وكل فقرة تعالج فكرة معينة لذا وجب توضيح عدد فقرات النص ، وبيان من أين تبدأ وتنتهي كل فقرة).

- **البناء اللغوي والنحوي للنص** : من استخراج المصطلحات القانونية التي لها أهمية خاصة في معالجة النص وفهمه. مع الإشارة إن وجدت أخطاء مادية في النص أو تعارض إضافة إلى تحديد طبيعة القاعدة القانونية فيما إذا كانت أمرة أو مكملة . الإشارة إلى كتابة النص بالعربية وما يقابله باللغة الفرنسية ، مع ذكر إذا كانت الترجمة ركيكة أو صحيحة، مع توضيح المصطلحات المفاهيم الأساسية والبحث إن كان فيه غموض أو تعارض بين مصطلحين أو نقص في المعنى¹.

- **التحليل المنطقي للنص** : ويشمل تحديد البناء الموضوعي للنص من خلال الوقوف على الأسلوب المعتمد في صياغة النص

- **التحليل الموضوعي** : تحليل مضمون النص من خلال تلخيص النص جملة جملة ، استخراج الأفكار الرئيسية وشرحها وتقييمها ، تحديد المعنى الإجمالي للنص : (الفكرة العامة والشاملة) و طرح الإشكالية والتي تعتبر المحرك الأساسي للموضوع الذي يعالجه النص².

2- **المرحلة التحريرية** : ويتم من خلالها

- **توضيح خطة الموضوع** : باعتبارها الهيكل الذي تبنى عليه الدراسة.

- **المناقشة** : تتم بتحرير ما جاء في الخطة بداية بالمقدمة مروراً بصلب الموضوع وصولاً إلى الخاتمة³.

مصطلحات الدراسة:

1- القيم

- **لغة** : (قيم) اسم من (قوم) وهو يعني الاعتدال والاستقامة، وجاء في لسان العرب أن القيمة واحدة القيم، وأصله الواو لأنه يقوم مقام الشيء، وأقيمت الشيء وقومته فقام بمعنى استقام والاستقامة اعتدال الشيء واستواءه وفي الصحاح جاء قوم الشيء تقويماً، فهو قويم، أي مستقيم⁴.

- **اصطلاحاً**: يعرفها J mark halstead بأنها المبادئ والمعتقدات الأساسية والمثل والمقاييس أو أنماط الحياة التي تعمل مرشداً عاماً للسلوك أو نقاط تفضيل في صنع القرار، أو لتقويم المعتقدات والأفعال والتي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالسمو الخلقي والذاتي للأشخاص⁵.

- **اجرائياً**: هي المعايير والمبادئ التي يعتبرها الفرد أو المجتمع مهمة وجوهرية في تحديد سلوكهم واتجاهاتهم، تتشكل القيم عبر التأثيرات الثقافية والدينية والاجتماعية وتتضمن مفاهيم مثل النزاهة والعدالة والاحترام والمسؤولية والتسامح والتعاون، كما تلعب القيم دوراً حيوياً في توجيه السلوك الفردي والجماعي.

2- مفهوم الأخلاق:

- **لغة**: جاءت هذه الكلمة من كلمة (Ethic) وهي مستخلصة من الجدار اليوناني التي تعني خلق وتكون الأخلاق طبعا من المعتقدات أو المثاليات الموجهة والتي تتخلل الفرد أو مجموعة من الناس في المجتمع، ويختلف Ethics عن لفظ Déontologie حيث يتم اشتقاق هذا الأخير من

الجذر اليونانية Deontos والذي يعني ما يجب فعله، في كلمة logos والتي تعني العلم وتعني اللفظين معا الذي يدرس الواجبات، كما تعرف كلمة أخلاق la déontologie أنها مرادفة للأخلاق المهنية لمهنة معينة.⁶

- **اصطلاحاً:** قال مايكل جوزيفسون الباحث في الأخلاق هناك جانبان للأخلاق: الأول يشمل القدرة على تمييز الخطأ من الصواب والخير من الشر واللباقة من غير اللباقة، والثاني ينطوي على الالتزام للقيام بما هو الحق والخير السليم.

وتعرف الأخلاق على أنها " مجموعة السلوكيات التي يظهرها الفرد في تعامله مع الأحداث التي تواجهه أو الأفراد الذين يتعامل معهم في الحياة، ويكتسب معظمها من خلال التربية والبيئة التي عاش فيها الفرد خلال مراحل عمره المختلفة.⁷

- **اجرائياً:** يعتبر السلوك الأخلاقي كميّار لتحديد ما إذا كانت الأفعال صحيحة أو خاطئة من الناحية الأخلاقية، ويعتبر الشخص أخلاقياً إذا كان يتبع معايير سلوكية محددة تعتبر جيدة ومقبولة من قبل المجتمع.

3- التشريع الإعلامي:

- **لغة:** التشريع في اللغة هو يأتي مصدر شرع، والشرع: نهج الطريق الواضح، يقال شرعت له طريقاً، ثم جعل الشرع اسماً للطريق النهج.⁸

- **اصطلاحاً:** تعرف التشريعات الإعلامية بأنها تلك القواعد التي لها صفة الالتزام والمتصلة بالنشاط الإعلامي والاتصالي والتي تتولى تنظيم ممارسته ووضع المعايير التي تحكم أنشطته المختلفة، وتنقسم التشريعات بشكل عام إلى تشريعات تتصل بالمضمون وأخرى تتصل بالمؤسسات الإعلامية من حيث تنظيمها وإدارتها وتحديد حقوقها وواجباتها، وتشريعات تتصل بالمهنة وأخيراً تشريعات إعلامية دولية⁹

- **قانونياً:** هو مصدر رسمي للقانون، هو وضع القواعد القانونية المكتوبة بواسطة السلطة العامة المختصة بذلك في الدولة، كما يطلق التشريع على مجموعة القواعد القانونية التي توضع بهذه الطريقة، فأهم ما يتميز به التشريع هو وضعه في صورة مكتوبة¹⁰

- **اجرائياً:** هو مجموعة القوانين واللوائح التي تنظم وسائل الإعلام ومحتواها وعمل المؤسسات الإعلامية، يهدف هذا التشريع إلى تحقيق توازن بين حرية التعبير والحق في الحصول على المعلومات من جهة، وحماية المجتمع والأفراد من جهة أخرى.

4- قانون الاعلام:

- **لغة:** الاعلام في اللغة يعني النظام ويقصد به تكرار أمر معين على وتيرة واحدة.

- **اصطلاحاً:** هو مجموعة القواعد القانونية التي تحكم المؤسسات الإعلامية المختلفة والعاملين فيها داخلياً وخارجياً وهو فرع من فروع القانون العام¹¹

- **اجرائياً:** هو مجموعة من القواعد واللوائح التي تنظم سلوك وأنشطة وسائل الاعلام، بما في ذلك الصحافة والتلفزيون والإذاعة ووسائل الاعلام الرقمية، بهدف حماية الحقوق والحريات الفردية وضمان التوازن والمسؤولية في نقل المعلومات والأخبار.

5- **القانون العضوي:** اختلف الفقه حول إعطاء تعريف دقيق للقوانين العضوية، بل يمكن لنا فقط القول بأنها قوانين تتدخل لتنظيم مؤسسات الدولة، وتنظم مجالات يراها المؤسس هامة أو استراتيجية، فهي امتداد للدستور.

تعتبر القوانين العضوية طبقا لنص المادة 123 من الدستور، مجموعة من القوانين التي لها مجال خاص بها محدد بنص الدستور، كما تتبع في اتخاذها إجراءات خاصة مختلفة عن إجراءات سن القوانين العادية.

استنادا إلى المعيار العضوي، لا يوجد أي فرق بين القوانين العادية والقوانين العضوية، فالسلطة التي تتخذ القوانين العضوية هي نفسها التي تتخذ القوانين العادية أي البرلمان، كما تتبع نفس القواعد على مستوى الغرف البرلمانية بالنسبة للقانون العادي والقانون العضوي. فتكمن التفرقة بين هاتين الآليتين في الجانب الموضوعي والجانب الشكلي والإجرائي.

وفيما يتعلق بالجانب الموضوعي، فقد حددت المادة 123 من دستور 1996، المواضيع التي يتدخل فيها المشرع العضوي، فجاء في نص هذه المادة: -إضافة إلى المجالات المخصصة للقوانين العضوية بموجب الدستور (7)- ؛ يشرع البرلمان بقوانين عضوية في المجالات الآتية:

- تنظيم السلطات العمومية، وعملها.
- نظام الانتخابات.
- القانون المتعلق بالأحزاب السياسية.
- القانون المتعلق بالإعلام.
- القانون الأساسي للقضاء، والتنظيم القضائي.
- القانون المتعلق بقوانين المالية.
- القانون المتعلق بالأمن الوطني".

إلا أنه قد تتدخل قواعد القانون العضوي لتنظيم نفس المجالات التي تدخل في اختصاص القانون العادي.¹²

الفصل الأول: القيم الأخلاقية للمهنة الإعلامية

ينتظر المتلقي من الوسيلة الإعلامية أن تمده بالتعليم والثقافة والترفيه والتسلية بشكل يتناسب مع مكوناته ومقوماته والتي تنبع من الأفكار التقليدية والثقافية السائدة والمستمدة من العائلة أو المنظومة التربوية وغيرها. ولوسائل الاعلام دور محوري في أمن وسلامة المجتمع، لذا فمن الواجب أن تكون الوسائل في أيد أمينة تعمل على تنقيح المواد الإعلامية بما يتناسب مع ثقافة وقيم المجتمع، ولقد أثبت علماء النفس أن ما تحتويه بعض برامج وسائل الاعلام المختلفة، من عنف يؤثر تأثيرا بالغا في سلوك الأشخاص، الأمر الذي يعمل على الإطاحة بأمن المجتمع.¹³

المبحث الأول: القيم الأخلاقية

كثيرة ومتنوعة هي الأخلاق، وتختلف من مجتمع لآخر تبعا للمجالات والأنظمة التي يتكون منها المجتمع، وهذه الأخلاق ليست بالجديدة، فهي صفة مكتسبة مع مراحل نمو الفرد، ويرى الإسلام في التنظيم الأخلاقي أنها سمات روحية ومادية مستمدة من المثل العليا وهي القرآن والسنة وأخلاق

الصحابة والعادات والتقاليد، والقيم الأخلاقية هي قيم وقواعد الحياة التي يدركها فرد أو جماعة أو ثقافة خلال بحثه عن إرشادات للمثل الإنسانية: ما هو جيد وما هو سيء، ما هو صواب وما هو خطأ. ويوجد تسجيل لأخلاقيات الفكر الإنساني منذ نحو ألفين وخمسمائة سنة للبحث عن تطبيق القيم والقواعد للحياة اليومية، فكلما تطورت الثقافات والمجتمعات، تطورت أيضا الأخلاقيات.¹⁴

المبحث الثاني: أخلاقيات الاعلام

هي مجموعة مبادئ خلقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عمله وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية، تتمثل هذه الأخلاق في قيم عامة وتقاليد وتصرفات، بعضها عام ومشترك كقيم الصدق والنزاهة والتوازن، وبعضها خاص بالمجتمعات أو بالمؤسسات وقد باتت هذه المبادئ متجسدة في تشريعات إعلامية أو موثائق مكتوبة أقرها اتحادات صحفيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية. هناك عدة معايير مهنية تحكم سلوكيات الصحفيين والمراسلين في حالة تغطيتهم للأحداث، وتنقسم هذه المعايير المهنية إلى:

- **معايير خاصة تتعلق بجمع المادة الخبرية:** تتمثل بضرورة أن يحتفظ الاعلاميون بالبيانات والمعلومات السرية التي يمكن أن يؤدي نشرها الى الضرر بالأمن القومي للبلاد أو الأمن الشخصي للمواطنين كما ينبغي للصحفيين والمراسلين اللجوء الى وسائل أخلاقية مشروعة لدفع مصادر المعلومات للحديث أو الادلاء بالمعلومات لأن غير ذلك لا يتفق مع القيم الأخلاقية للمهنة.¹⁵
- **معايير مهنية تتصل بمسؤولية الصحفي اتجاه نفسه:** وجب على الصحفي أن يكون على معرفة جيدة بالمجال الذي يعمل فيه كي يستطيع أن يقدم للجمهور اخبارا في المستوى المهني والقيمي.
- **معايير مهنية تتعلق بالصحفي اتجاه مجتمعه:** تتحقق مصلحة المجتمع بقيام وسائل الاعلام بدورها عبر ثلاثة أسس رئيسية تتمثل في المهنية الجيدة للإعلاميين وبيئة تشريعية تضمن الحرية الإعلامية والالتزام بأخلاقيات المهنة الإعلامية.¹⁶

الفصل الثاني: التشريع الإعلامي

التشريع الإعلامي هو مجموعة من القواعد والقوانين التي تهدف إلى تنظيم العمل الإعلامي وضبط ممارسات وسائل الإعلام بما يحقق التوازن بين حرية التعبير وحماية الحقوق العامة والخاصة. يعد الإعلام أحد الركائز الأساسية في المجتمعات الديمقراطية، حيث يساهم في نقل المعلومات وتشكيل الرأي العام، مما يتطلب وجود إطار قانوني يضمن ممارسة الإعلام لدوره بمسؤولية واحترافية. إجمالاً، يمثل التشريع الإعلامي أحد الأعمدة الأساسية لضمان إعلام حر ومسؤول، قادر على أداء دوره كمصدر موثوق للمعلومات والتوعية، مع الحفاظ على حقوق الأفراد والمجتمع.

المبحث الأول: مفهوم التشريع الإعلامي

هي النصوص والقواعد القانونية والأخلاقية التي تنظم تداول المعلومة في الفضاء العمومي وتدرج ضمن التشريعات الإعلامية القواعد الأخلاقية التي يضعها المهنيون في قطاع الإعلام للتفريق بينهم وبين المتلاعبين بالعقول ويقصد بها أيضاً، القواعد والنصوص التي تصدرها جهة مخولة

دستوريا لتنظيم قطاع الإعلام، وبالتالي، فإن التشريعات الإعلامية في عمومها هي مجموعة القواعد القانونية التي تنظم مهنة قطاع الإعلام بكافة أشكاله (صحافة مكتوبة، صحافة سمعية، بصرية، صحافة إلكترونية،... إلخ) وارتباطاته بفروع القانون الأخرى، وبصيغة أخرى، فالمقصود بالتشريعات الإعلامية، القوانين المنظمة لقطاع الإعلام، أي تلك القوانين المنظمة لمهنة الصحافة أو قوانين وسائل الإعلام مثل قواعد وأحكام النشر والطبع والبث الإذاعي والتلفزيوني والإلكتروني وغيره بالإضافة إلى كل ما يرتبط بهذا التشريع من فروع القوانين الأخرى كقوانين الأرشفة والملكية الأدبية والفكرية أو الصناعة (حق التأليف والحقوق المجاورة) وقوانين العمل والقوانين الجنائية والمدنية والإدارية والتجارية، فهناك قوانين متعلقة بوسائل الإعلام كالقانون التجاري والقانون الخاص بالمؤسسات العمومية الاقتصادية، وقانون الاشهار، وقانون سبر الآراء .

بالإضافة إلى اللوائح والمذكرات التفسيرية المكملة للتشريع الإعلامي وقوانين تتعلق بممارسة المهنة مثل المرسوم المتعلق بالقانون الخاص بالصحافي الصادر سنة 2008.

ونقصد بالإطار القانوني والتشريعي للصحافة مجموعة القواعد الدستورية التوجيهية الخاصة بالصحافة التي ترتب التزامات على السلطة في مواجهة الصحافة وضعتها السلطة بنفسها، كما وضعت الضمانات لحسن تنفيذها فضلا عن مجموعة قواعد قانونية منظمة، يمكن للمشروع أن يخالفها أو يلغيها أو يعتبرها ويبدلها بقانون آخر، ويتضمن الإطار القانوني لتنظيم عمل الصحافة وفق الاحتياجات الاجتماعية والامكانيات الاقتصادية¹⁷

ونعني بالتشريعات الصحفية مجموعة القواعد القانونية التي تضع الضوابط العامة التي تحدد سلفا سلوك الأفراد بصدد ما يمكن أن يقوم بينهم من علاقات في مجال الصحافة، وهذه الضوابط قد تسعى إلى الحد من حريات الآخرين والمصلحة العامة.

المبحث الثاني: المبادئ الرئيسية للقواعد القانونية أو التشريعية

يعرف "السنهوري" المبدأ بأنه مجموعة من القواعد التي تنظم العيش في جماعة، والتي يجب على الكافة احترامها احتراماً تفرضه السلطة العامة بالقوة عند الاقتضاء. وهناك تعريف آخر "هو نظام اجتماعي ملزم يعكس التطور الذي يهدف باستمرار إلى تحقيق المصالح الاجتماعية المشتركة، عن طريق تنظيم شامل وطموح للأنشطة الإنسانية، بغية تحقيق الأهداف وترجمة الأمن الاجتماعي "

ونعني بالتشريعات الصحفية مجموعة القواعد القانونية التي تضع الضوابط العامة التي تحدد سلفا سلوك الأفراد بصدد ما يمكن أن يقوم سلفا سلوك الأفراد لما يمكن أن يقوم بينهم من علاقات في مجال الصحافة، وهذه الضوابط قد تسعى إلى الحد من حريات الآخرين وعلى المصلحة العامة.¹⁸

كما تأتي على أنها مجموعة القوانين والنصوص التي تصدرها جهة مخولة دستوريا لتنظيم المجتمع ككل، أو جزء منه. وبهذا تكون التشريعات الإعلامية القواعد والنصوص التي تصدرها جهة مخولة دستوريا لتنظيم قطاع الإعلام. وترتبط أساسا بمحددات متعددة كالنزاهة والمصادقية وعدم التحيز واحترام القيم الأخلاقية الملقاة على عاتق الصحفيين

الفصل الثالث: تجليات القيم الأخلاقية في التشريع الإعلامي من خلال القانون العضوي 23. 14

بعدها تم وضع الإطار النظري لموضوع تجلي القيم الأخلاقية الجزائرية بالتشريع الإعلامي وعرض كل المفاهيم المرتبطة بالقيم والتشريع الإعلامي في الفصل الأول والثاني، فقد خصصنا هذا الفصل كمحاولة لإسقاط الجانب النظري للموضوع؛ حيث قمنا بتحليل المواد الخاصة بالقانون العضوي 23. 14 كدراسة تطبيقية بمنهجية العلوم القانونية التي تعنى بتحليل مواد القانون، وتتمثل المواد التي تشملها دراستنا التحليلية في المواد: 03. 20. 35. من القانون العضوي للإعلام الجزائري 23. 14 المتطرفة للقيم الأخلاقية.

- أولا التحليل الشكلي لنص المواد 03. 20. 35. من القانون العضوي 23 14 المتعلق بالإعلام.
- ثانيا التحليل الموضوعي لنص المواد 03. 20. 35. من القانون العضوي 23 14 المتعلق بالإعلام.

أولا التحليل الشكلي: طبيعة النصوص:

النصوص محل التعليق هي نصوص تشريعية.

- **تنص المادة 3: على أنه:** "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام الدستور وهذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما وفي ظل احترام:"
 - الدين الإسلامي والمرجعية الدينية الوطنية والديانات الأخرى.
 - الهوية الوطنية والثوابت والقيم الدينية والأخلاقية والثقافية للأمة.
 - السيادة الوطنية والوحدة الوطنية ووحدة التراب الوطني.
 - متطلبات النظام العام والأمن والدفاع الوطني.
 - مقومات ورموز الدولة.
 - كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.
 - المصالح الاقتصادية للبلاد.
 - حق المواطن في إعلام كامل ونزيه وموضوعي.
 - سرية التحقيق الابتدائي والقضائي.
 - الطابع التعددي لتيارات الفكر والآراء.
- **تنص المادة 20: على أنه:** "يجب على الصحفي، في إطار ممارسة نشاطه أن يدقق في المعلومة ويتحقق من مصدرها ومصداقيتها وصحتها قبل نشرها أو بثها عبر وسائل الإعلام".
- **تنص المادة 35: بأنه:** "يجب على الصحفي، خلال ممارسة نشاطه الصحفي الاحترام الصارم لقواعد آداب وأخلاقيات المهنة المنصوص عليها في المادة 34 أعلاه. وزيادة على الأحكام المنصوص عليها في المادة 3 من هذا القانون العضوي، يجب على الصحفي الامتناع على وجه الخصوص عن:"
 - نشر أو بث أخبار كاذبة أو مغرصة.
 - تعريض الأشخاص للخطر.
 - تمجيد الاستعمار أو الإساءة للذاكرة الوطنية ورموز الثورة التحريرية.
 - الإشادة، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بالعنصرية والإرهاب والتعصب والعنف.

- نشر أو بث، بصفة مباشرة أو غير مباشرة، خطاب الكراهية والتمييز.
 - استغلال مهنته لأغراض شخصية أو مادية.
 - اللجوء إلى أساليب غير مشروعة وفاسدة للوصول إلى المعلومات والصور والوثائق.
 - نشر أو بث صور أو أقوال أو إشارات أو إيماءات غير أخلاقية أو صادمة لمشاعر المواطن.
 - انتهاك حقوق الطفل.
 - المساس بصورة المرأة وشرفها وكرامتها.
 - المساس بالحياة الخاصة للأشخاص وبقرينة البراءة.
 - قبول منافع مالية أو عينية، مهما كانت قيمتها، تحد من موضوعيته واستقلاليتته المهنية أو رأيه.
 - الرضوخ للضغط المؤدي لإفساد صحة المعلومات واشتراط نشر المعلومات بالحصول على مكافأة أو أي شكل آخر من أشكال المزايا.
- موقع النص القانوني:** تقع هذه النصوص (المواد 03-20-35) في القانون العضوي للإعلام رقم 14-23 المؤرخ في 10 صفر عام 1445 الموافق 27 غشت سنة 2023، المتعلق بالإعلام.
- وقد جاءت المادة 03 في الباب الأول المتعلق بالأحكام العامة.
- وجاءت المادة 20 في الباب الخامس المتعلق بمهنة الصحافة وآداب وأخلاقيات المهنة في فصلها الأول مهنة الصحفي.
- وجاءت المادة 35 بنفس باب المادة 20 في الفصل الثالث المتعلق بآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي.
- البناء المطبعي:** نتطرق الى أحكام المواد الثلاث من القانون العضوي للإعلام (المواد 03-20-35)
- المادة 03 : تتكون من 11 فقرة:**
- تبدأ من " الدين الإسلامي " وتنتهي عند " الوطنية " .
- تبدأ من " الديانات " وتنتهي عند " الأخرى " .
- تبدأ من " الهوية الوطنية " وتنتهي عند " للأمة " .
- تبدأ من " السيادة الوطنية " وتنتهي عند " التراب الوطني " .
- تبدأ من " متطلبات النظام " وتنتهي عند " الدفاع الوطني " .
- تبدأ من " مقومات " وتنتهي عند " الدولة " .
- تبدأ من " كرامة " وتنتهي عند " الجماعية " .
- تبدأ من " المصالح " وتنتهي عند " للبلاد " .
- تبدأ من " حق المواطن " وتنتهي عند " موضوعي " .
- تبدأ من " سرية " وتنتهي عند " القضائي " .
- تبدأ من " الطابع التعددي " وتنتهي عند " الآراء " .
- المادة 20 تتكون من فقرة واحدة.**
- تبدأ من " يجب على الصحف " وتنتهي عند " وسائل الاعلام " .
- المادة 35: تتكون من 13 فقرة:**

- تبدأ من " نشر " وتنتهي عند "مغرضة " .
- تبدأ من " تعريض " وتنتهي عند " للخطر " .
- تبدأ من " تمجيد " وتنتهي عند " التحريرية " .
- تبدأ من " الإشادة " وتنتهي عند " العنف " .
- تبدأ من " نشر " وتنتهي عند " التمييز " .
- تبدأ من " استغلال " وتنتهي عند " مادية " .
- تبدأ من " اللجوء " وتنتهي عند " الوثائق " .
- تبدأ من " نشر " وتنتهي عند " المواطن " .
- تبدأ من " انتهاك " وتنتهي عند " الطفل " .
- تبدأ من " المساس " وتنتهي عند " كرامتها " .
- تبدأ من " المساس " وتنتهي عند " البراءة " .
- تبدأ من " قبول " وتنتهي عند " رأيه " .
- تبدأ من " الرضوخ " وتنتهي عند " المزايا " .

البناء اللغوي والنحوي: استعمل المشرع الجزائري مصطلحات قانونية بحتة وقد جاءت المواد 03-

20 35 من القانون العضوي للإعلام محملة بمصطلحات قانونية تشير إلى موضوع القيم الأخلاقية والضوابط المهنية للإعلام وكمثال على ذلك نشير إلى:

«حق المواطن في إعلام...موضوعي»، «يدقق في المعلومة»، «الاحترام الصارم لقواعد آداب وأخلاقيات».

البناء المنطقي: استهل المشرع نص المواد 03 20 35 من القانون العضوي للإعلام.

- **المادة 03** بعبارة «يمارس نشاط الإعلام بحرية» وهنا يقصد أن للإعلامي حق في ممارسة نشاطه بحرية ثم وضع المشرع حدود هذه الحرية التي يجب أن تحترم أحكام الدستور وهذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما وفي ظل احترام الدين الإسلامي والهوية الوطنية والسيادة الوطنية ومتطلبات النظام العام ومقومات الدولة وكرامة الإنسان والمصالح الاقتصادية للبلاد وكذلك حق المواطن في إعلام كامل ونزيه وموضوعي مع سرية التحقيق الابتدائي والقضائي وحرية الطابع التعددي لتيارات الفكر والآراء.
- **المادة 20** بعبارة «يجب على الصحفي»، وهنا يقصد أنه على الصحفي واجبات والتزامات عند ممارسة نشاطه من بينها التدقيق في المعلومة والتحقق من مصدرها ومصداقيتها وصحتها قبل نشرها أو بثها عبر وسائل الإعلام.
- **المادة 35** بعبارة «يجب على الصحفي» يعني دائما التأكيد على الواجبات اللازمة على الصحفي التقيد بها ووضوحها في الاحترام الصارم لقواعد آداب وأخلاقيات المهنة وأكد من جديد المشرع على وجوب الصحفي الامتناع على وجه الخصوص عن نشر أو بث أخبار كاذبة أو مغرضة وتعريض الأشخاص للخطر وتمجيد الاستعمار أو الإساءة للذاكرة الوطنية ورموز الثورة التحريرية وكذلك الإشادة بالعنصرية والإرهاب والتعصب والعنف و كما الحذر من النشر

بخطاب الكراهية أو التمييز و منع استغلال مهنة الاعلام لأغراض شخصية أو مادية و أكد أن اللجوء إلى أساليب غير مشروعة وفاسدة للوصول إلى المعلومات والصور والوثائق أمر غير أخلاقي وحذر من نشر أو بث صور أو أقوال أو إشارات أو إيماءات غير أخلاقية أو صادمة لمشاعر المواطن وخصص انتهاك حقوق الطفل و أضاف المساس بصورة المرأة وشرفها وكرامتها والحياة الخاصة للأشخاص وبقرينة البراءة . وعاد ليؤكد عدم قبول منافع مالية أو عينية التي تؤدي الى الرضوخ للضغط المؤدي لإفساد صحة المعلومات واشتراط نشر المعلومات بالحصول على مكافأة أو أي شكل آخر من أشكال المزايا.

ثانيا التحليل الموضوعي:

1- تحليل مضمون النصوص: من خلال قراءة نصوص المواد 35-20-03 من القانون العضوي للإعلام يتضح أن المشرع الجزائري قد جعل للحرية الإعلامية حدود في حالة المساس بهذه الحدود تصبح المهنة الإعلامية غير أخلاقية.

2- تحديد الإشكالية :وبتحديد مضمون المواد 35-20-03 من القانون العضوي للإعلام يمكن طرح عدة تساؤلات تبرز التحديات التي يواجهها الاعلام في الحفاظ على القيم الأخلاقية وتطبيقها بشكل فعال مع ضمان حرية التعبير واحترام حقوق الافراد والمجتمعات ولتحقيق هذا التوازن يتطلب من الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية الالتزام الدقيق بالتشريعات والأخلاقيات المهنية المحددة نلخصها في الإشكالية التالية:

- كيف يمكن للإعلام أن يحافظ على حريته في نقل المعلومات وفي الوقت نفسه يتحمل المسؤولية الاجتماعية في تقديم معلومات دقيقة وموضوعية؟
- كيف يمكن للإعلام أن يحافظ على التوازن بين حقوق الافراد في الخصوصية وحرية الصحافة في نقل المعلومات؟
- كيف يمكن للإعلام أن يضمن الموضوعية والنزاهة في تقديم المعلومات دون التأثير بالتحيزات السياسية أو الاقتصادية؟
- كيف يمكن للإعلام أن يكون على قدر من الفعالية في مكافحة خطاب الكراهية والتمييز دون المساس بحقوق الحريات الفردية وحرية التعبير؟
- كيف يمكن للإعلام أن يحافظ على الثقافة الاجتماعية للمجتمع ولا يمس بالدين والعادات والتقاليد؟

3- التصريح بخطة البحث:

- مقدمة
- المبحث الأول: الحق والحرية في الاعلام الموضوعي وعقوبة الجنحة المرتكبة من خلال القانون العضوي للإعلام الجزائري.
- المبحث الثاني: تجليات القيم الأخلاقية بمواد القانون العضوي للإعلام الجزائري.
- خاتمة

مقدمة:

تعد القيم الأخلاقية في التشريع الإعلامي عنصرا أساسيا في بناء هيكلية الاعلام، كونها الركيزة الأساسية في خلق التوازن بين حرية التعبير والمسائل الأخلاقية والقوانين التنظيمية والمساس بالأخلاقيات الإعلامية هذه الأفعال التي يمنعها القانون العضوي للإعلام 14 23 وقرر لمرتكبيها عقوبة تختلف وفقا للخروقات القانونية من غرامات مالية الى سجن أو إيقاف مؤقت أو دائم أو تدابير تأديبية. وسنتطرق من خلال مبحثين يشمل الأول الحق والحرية في الاعلام الموضوعي وعقوبة الجنحة المرتكبة من خلال القانون العضوي للإعلام الجزائري أما المبحث الثاني يتمحور حول أشكال القيم الأخلاقية الموجودة وعقوبة الجنح المرتكبة إذا تم خرقها من القانون العضوي للإعلام الجزائري.

المبحث الأول: الحق والحرية في الاعلام

المطلب الأول: مفهوم الحق والحرية في الاعلام

يمثل الحق في الاعلام حجر الزاوية في الأنظمة الديمقراطية، حيث يضمن للأفراد والمجتمعات القدرة على الوصول الى المعلومات ونقلها دون قيود غير مشروعة، ويعد هذا الحق أساسيا لتعزيز الشفافية داخل المجتمع ويبقى هذا الحق وجه لعملة يقابلها بالوجه الثاني احترام القيم والقوانين. **المطلب الثاني: الحق والحرية الإعلامية من خلال القانون العضوي 14-23.**

أشار المشرع الجزائري من خلال هذا القانون العضوي للإعلام 14-23 الى هذا الحق في الفقرة التاسعة بالمادة 03 من القانون العضوي للإعلام 14-23 التي جاءت بـ: " حق المواطن في اعلام كامل ونزيه وموضوعي".¹⁹ تشير هذه الفقرة الى أن المواطن لديه الحق الطبيعي في الحصول على المعلومات بشكل كامل وشامل والاعلام النزيه نقصد به عدم التحيز أو التشويه.

أما المعلومة الكاملة فقد أشار بها المشرع الى ضرورة أن تكون المعلومات المقدمة من قبل الاعلام مفصلة وشاملة، بحيث يتسنى للمواطن الحصول على صورة كاملة وواضحة عن الأحداث. **الموضوعية:** يعني أن الاعلام يجب أن يعرض المعلومات بطريقة تسمح للمتلقي بتقييم الأحداث بشكل مستقل ومن ثم اتخاذ القرار بناء على المعلومة المتاحة دون تأثيرات خارجية وقد أكد على مصداقية المعلومة ومصدرها كحق من حقوق المواطن على الصحفي **بالمادة 20** من هذا القانون العضوي وقد جاءت " يجب على الصحفي في إطار ممارسة نشاطه أن يدقق في المعلومة ويتحقق من مصدرها ومصداقيتها وصحتها قبل نشرها أو بثها عبر وسائل الاعلام " ²⁰

وقد بينت المادة المسؤولية المهنية للصحفي في استخدام حريته في الاعلام بشكل مسؤول، مما يعزز من تقديم تقارير صحفية تتسم بالدقة والمصداقية. ومن خلال مصداقية المعلومات، يحمي الصحفي حقوق الجمهور في الحصول على معلومات صحيحة وموضوعية، وهذا يعتبر جزء من حق الجمهور في الوصول الى معلومات دقيقة وموثوقة.

العقوبات الجزائية التي تحمي الحقوق والحريات بالقانون العضوي للإعلام أعطى هذا القانون الحق والحرية والحماية للصحفي استنادا بالمادة 51 من هذا القانون العضوي التي جاء فيها: يعاقب طبقا لأحكام قانون العقوبات كل من أهان بالإشارة المشينة أو بالقول الجارح صحفيا أثناء ممارسة مهنته أو بمناسبة ذلك وهذه المادة تهدف الى حماية حرية الصحافة والاعلام من خلال منع الاساءات

والإهانات التي قد توجه للصحفيين أثناء أداء مهامهم. وتعتبر المادة 51 خطوة في اتجاه حماية حقوق الصحفيين وممارسي الاعلام وفي نفس الوقت تعزز من مسؤوليتهم في استخدام حريتهم بطريقة تحترم حقوق الافراد الأخرى.

المبحث الثاني: أشكال القيم الأخلاقية الموجودة وعقوبة الجرح المرتكبة إذا تم خرقها من القانون العضوي للإعلام الجزائري

تأتي القيم الأخلاقية الإعلامية على أنها مجموعة من المبادئ والمعايير التي توجه سلوك الصحفيين والعاملين في مجال الاعلام لضمان ممارسة مهنية مسؤولة ونزيهة، تهدف هذه القيم الى تعزيز الثقة والمصداقية بين وسائل الاعلام والجمهور وكذلك حماية حقوق الأفراد والمجتمع ككل، وسنبرز هنا أهم أشكال القيم الأخلاقية التي جاء بها القانون العضوي للإعلام 23-14 في مواده التي اخترناها المادة 03-20-35 .

المطلب الأول: القيم الإعلامية ذات البعد الثقافي والاجتماعي والديني.

1- القيم الإعلامية ذات البعد الثقافي: يشتمل الاعلام على مجموعة من المبادئ والمعايير التي

تسهم في تشكيل الهوية الثقافية وتعزيزها في المجتمع ومن أهم هذه القيم:

- **حفظ التراث الثقافي:** يلعب الاعلام دورا رئيسيا في توثيق ونقل التراث الثقافي والتقاليد الشعبية من جيل الى جيل.²¹
- **تعزيز الهوية الوطنية:** من خلال البرامج والمحتويات التي تسلط الضوء على الإنجازات والتاريخ الوطني من أجل تعزيز الشعور بالفخر والانتماء للوطن.²²
- **التنوع الثقافي:** يساهم الاعلام في عرض مختلف الثقافات داخل المجتمع وخارجه مما يعزز من التفاهم والاحترام المتبادل بين الثقافات المختلفة.
- **التربية على القيم الأخلاقية:** من خلال المحتوى الإعلامي التربوي والتعليمي الذي يساهم في تعزيز الأخلاق والسلوك الحسن للمجتمع²³

القيم الإعلامية ذات البعد الثقافي المستخلصة في المواد محل التحليل من القانون العضوي

للإعلام 23 14 هي:

- **المادة 03:** نصت على تعزيز قيم التسامح الديني والتعايش بين مختلف الأديان وهو أساس من أسس الاستقرار الثقافي في المجتمع، وأشارت الى أهمية الحفاظ على الهوية الوطنية وتعزيز القيم الثقافية، مما يعكس ضرورة حماية التراث الثقافي والتمسك بالقيم التي تشكل أساس المجتمع. كما ركزت على أهمية الوحدة الوطنية والسيادة، مما يعزز من قيم الولاء والانتماء للوطن وهو جزء لا يتجزأ من الهوية الثقافية الوطنية.
- **وتنص المادة 20** على القيم الثقافية وذلك بتحسين جودة المعلومة التي تصل للجمهور، مما يعزز من مستوى المعرفة والثقافة العامة.
- **وألزمت المادة 35 من هذا القانون** الصحفيين بعدم نشر أو بث صور أو أقوال أو إشارات تعكس احترام القيم الثقافية للمجتمع، هذه القيمة تعزز من دور الاعلام كوسيلة لبناء مجتمع يحافظ على هويته الثقافية.

القيم الإعلامية ذات البعد الاجتماعي: وتشمل مجموعة من المبادئ والمعايير التي تساهم في تعزيز العلاقات الاجتماعية وتطوير المجتمع بشكل عام ومن أهم هذه القيم: العدالة والمساواة فالإعلام يلعب دورا في تعزيز قيم العدالة والمساواة من خلال تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية المختلفة والعمل على معالجة الفجوات الاجتماعية.

• **المسؤولية الاجتماعية:** فالإعلام يتحمل مسؤولية كبيرة تجاه المجتمع من خلال نشر محتوى يساهم في تحسين الظروف الاجتماعية ويعزز الرفاهية العامة أما بخصوص التفاعل والمشاركة المجتمعية فالإعلام يشجع على التفاعل والمشاركة المجتمعية من خلال توفير منصات للحوار والنقاش حول القضايا المهمة ليعزز التضامن الاجتماعي: من خلال تسليط الضوء على القصص الإنسانية والمبادرات الاجتماعية، يساهم الإعلام في تعزيز التضامن والتكافل الاجتماعي بين الأفراد والجماعات.

• **التربية والتعليم:** يساهم الإعلام في نشر المعرفة والتعليم وتقديم محتوى يعزز من الوعي الاجتماعي وبهذا يلعب الإعلام دورا في دعم القضايا الاجتماعية مثل حقوق الإنسان، حقوق المرأة، حقوق الطفل، العمل على نشر الوعي حول هذه القضايا المهمة وتعزيز الروابط العائلية والمجتمعية من خلال تسليط الضوء على القيم العائلية والتقاليد الاجتماعية، يساهم الإعلام في تعزيز الروابط الأسرية والمجتمعية ²⁴

القيم الإعلامية ذات البعد الاجتماعي المستخلصة من المواد محل الدراسة: نجد أن:

المادة 03 تطرقت الى احترام التنوع الديني والعيش المشترك بين مختلف المكونات الدينية في المجتمع، مما يخلق جو التعايش والتسامح. وشددت على أهمية الحفاظ على الهوية والقيم الاجتماعية، التي تزرع حب الانتماء والشعور بالهوية الجماعية، كما زرعت المادة قيم الولاء والانتماء للوطن والتضامن بين أفراد المجتمع للحفاظ على وحدة التراب الوطني. وأشارت الى ضرورة الحفاظ على النظام العام والأمن المجتمعي مما يضمن استقرار وسلامة المجتمع. وشجعت على احترام رموز ومقومات الدولة مما ينمي الشعور بالفخر والانتماء الوطني، وضمنت حقوق الإنسان والمساواة بين أفراد المجتمع وأشارت الى أهمية دعم التنمية الاقتصادية مما يساهم في تحسين الظروف المعيشية والشعور بالرفاهية الاجتماعية، كما أكدت على حق الجمهور في الحصول على معلومات دقيقة وموضوعية مما يعزز من الشفافية والثقة بين المجتمع والإعلام.

وألزمت المادة 20 من هذا القانون؛ التحقق من المعلومة ومصادقيتها قبل نشرها، مما يعكس مجموعة من القيم الاجتماعية الهامة مثل بناء الثقة، المسؤولية الاجتماعية، الأمان الاجتماعي، هذه القيم تساهم في تعزيز دور الإعلام كعنصر أساسي في استقرار المجتمع وتقدمه.

كما تتضمن المادة 35 من هذا القانون؛ مجموعة من القيم الاجتماعية المهمة مثل الاحترام المتبادل من احترام لحقوق الطفل والمرأة وكرامة الافراد وهذا ما يخلق التعايش الاجتماعي ويضمن حماية حقوق الأفراد من الانتهاكات ويشجع التضامن الاجتماعي والتماسك بين أفراد المجتمع بغض النظر عن اختلافاتهم العرقية. وهذا ما يخلق التعاون والانسجام بين الافراد ويمنع الفتن والنزاعات ويخلق بيئة اجتماعية مسؤولة ومحترمة.

القيم الإعلامية ذات البعد الديني : تشمل مجموعة من المبادئ والمعايير التي تسهم في نشر المبادئ الدينية في المجتمع ومن أهم هذه القيم : الاحترام و التسامح فالإعلام يجب ان يخلق قيمة التسامح بين الأديان والمعتقدات المختلفة، مما يسهم في بناء مجتمع متماسك ومتعايش بسلام، مع الزامية كونه نزيها وصادقا في تقديم المعلومات، متجنباً الكذب والتضليل، بما يتماشى مع القيم الدينية التي تحث على الصدق والأمانة، من خلال تقديم محتوى يشجع على العدالة والانصاف بين الناس، ويسهم كذلك في نشر قيم العدالة التي تعتبر ركيزة أساسية في العديد من الأديان فهو يلعب دوراً في نشر الوعي الديني من خلال تقديم برامج ومحتويات تثقيفية تساعد الافراد على فهم قيمهم الدينية وتطبيقها في حياتهم اليومية. ويمكن ان يكون وسيلة لدعم المبادرات الخيرية والتطوعية المتماشية مع القيم الدينية التي تحث على العطاء ومساعدة المحتاجين.

القيم الإعلامية ذات البعد الديني المستخلصة من المواد 03-20-35 الخاصة بالقانون العضوي للإعلام 23 - 14 :

احترام الأديان المختلفة في المجتمع، مما يضمن قيم التسامح الديني والعيش المشترك. واحترام التعاليم الدينية التي تساهم في تشكيل الهوية الثقافية والأخلاقية للمجتمع وتعزيز القيم الدينية التي تدعو الى الوحدة والتماسك الوطني كما تحث على احترام كرامة الانسان وحرياته وهو ما يتماشى مع التعاليم الدينية التي تدعو الى العدالة والمساواة وتدعو الى الصدق و الأمانة في نقل المعلومات مما يعزز من الثقة بين الجمهور والاعلام ويعزز من القيم الدينية التي تدعو الى احترام التنوع الفكري و تبادل الآراء بحرية ، مما يعكس التزام المجتمع بقيم الحوار والتفاهم هذه القيم تساهم في بناء مجتمع متماسك ومتسامح يحترم التعاليم الدينية والقيم الأخلاقية.

وألزمت المادة 20 من هذا القانون الصحفيين بالتحقق من المعلومات ومصادقيتها قبل نشرها، مما يعكس مجموعة من القيم الدينية الهامة مثل الصدق كما جاء في الحديث النبوي (عليكم بالصدق، فان الصدق يهدي الى البر و ان البر يهدي الى الجنة) رواه البخاري ومسلم. والأمانة في نقل المعلومات كما ورد في القرآن الكريم " أن الله يأمركم أن تؤدوا الأمانات الى أهلها " النساء 58. وأكد على العدالة والانصاف وحفظ حقوق الآخرين من حفظ للأعراض لقوله صلى الله عليه وسلم: " المسلم من سلم المسلمون من لسانه ويده " رواه البخاري. والأمان الاجتماعي الذي يتصف به المسلم من اصلاح لذات البين ومنع للفتنة.

وتتضمن المادة 35 من هذا القانون عدة قيم دينية مهمة؛ من صدق وأمانة في القول والعمل فالإسلام ينهى على الكذب لقوله صلى الله عليه وسلم: " اياكم والكذب فان الكذب يهدي الى الفجور وان الفجور يهدي الى النار " رواه البخاري والتزام الإسلام بحفظ الكرامة الإنسانية في قوله تعالى: " ولقد كرمنا بني آدم " الاسراء 70.

وتعزيز العدالة والمساواة؛ وذلك بمكافحة العنصرية حيث قال صلى الله عليه وسلم "لا فضل لعربي على عجمي ولا لعجمي على عربي الا بالتقوى " والتحلي بالأخلاق الحميدة التي تعكس قيمة الأمانة في الإسلام وذلك بمنع اللجوء الى أساليب غير مشروعة للوصول الى المعلومات والتحلي بهذه

القيم التي تتماشى مع تعاليم الإسلام وتعزز من دور الصحافة في بناء مجتمع ملتزم بالقيم الدينية وتجعل للإعلام دورا فعالا في حماية القيم الدينية للمجتمع الجزائري.

المطلب الثاني: القيم الإعلامية ذات البعد الاقتصادي والسياسي والأمني

القيم الإعلامية ذات البعد الاقتصادي: الاقتصاد له تأثير كبير على قيم الاعلام، وهذا التأثير يتجلى في عدة جوانب مهمة:

من تمويل الاعلام فالوضع الاقتصادي يؤثر على تمويل وسائل الاعلام، حيث تعتمد الصحف والمحطات الاذاعية والتلفزيونية على الإعلانات والاشتراكات كمصادر للدخل، في الأوقات الاقتصادية الصعبة، قد تنخفض الإيرادات الاعلانية مما يؤثر على قدرة الاعلام على تقديم محتوى متوازن ومتنوع ونزيه وشفاف يتفادى نشر معلومات قد تؤدي الى زعزعة الاستقرار الاقتصادي و التأثير على سمعة البلاد كما يقدم الاعلام النزيه و الموضوعي معلومات دقيقة تساعد المواطنين على اتخاذ قرارات اقتصادية مستنيرة ، كما يمكن أن يؤثر على مستوى النزاهة و الشفافية في تقارير الاعلام في الظروف الاقتصادية الصعبة و قد يزداد الضغط على وسائل الاعلام لتقديم معلومات ملائمة للظروف الحالية ، مما يجعلها تواجه تحديات في الحفاظ على استقلاليتها و نزاهتها و الوضع الاقتصادي يؤثر أيضا على كيفية توجيه الإعلانات و الرعايات في الاعلام ، في الأوقات الاقتصادية الضعيفة ، قد تنخفض ميزانيات الإعلانات مما يؤثر على دخل الاعلام و قدرته على توفير محتوى ذو جودة عالية ²⁵

القيم الإعلامية ذات البعد الاقتصادي المستخلصة من القانون العضوي للإعلام:

يتعين على الاعلام مراعاة العوامل الاقتصادية في تقاريره وتجنب الاضرار بالاقتصاد الوطني من خلال نشر معلومات قد تؤدي الى زعزعة الاستقرار الاقتصادي والتأثير على سمعة البلاد كما يقدم الاعلام النزيه و الموضوعي معلومات دقيقة تساعد المواطنين على اتخاذ قرارات اقتصادية مستنيرة ، وهذا ما يجعل المواطنين يشاركون في الاقتصاد الوطني ويشجع على الاستثمارات المستندة الى معلومات موثوقة لا تخضع الى ضغط الرعايات والإعلانات الممولة لهذه المؤسسات الإعلامية ، كما يتوجب على الاعلام أن يكون حذرا في تقاريره المتعلقة بالأمن لتجنب الاضرار بالاستقرار الاقتصادي والصناعات الوطنية وتساهم هذه القيم في بناء بيئة إعلامية تدعم الاقتصاد الوطني.

وتلزم المادة 20 من هذا القانون الصحفيين بالشفافية الاقتصادية، لتحسين بيئة الأعمال والتقليل من الفساد من خلال نشر الحقائق والكشف عن الممارسات غير القانونية، مما يخلق بيئة اقتصادية أكثر نزاهة.

تساهم المادة 35 من هذا القانون في تعزيز عدة قيم اقتصادية مثل تعزيز الثقة في الاعلام وذلك بزيادة الاستثمارات الإعلامية فالثقة المتزايدة تترجم الى استثمارات أكبر تساهم في نمو القطاع الإعلامي وذلك من خلال جذب رؤوس الأموال المحلية والأجنبية التي تبحث عن وسائل الاعلام الموثوقة وتحسين بيئة الأعمال ودعم الشركات المحلية وهذا بتحفيز الاقتصاد المحلي من خلال تقديم تقارير دقيقة وعادلة تعزز من سمعة الشركات المحلية وتساهم في نجاحها الاقتصادي وتحمي هذه المادة كذلك المستهلك وذلك بتوفير المعلومات الدقيقة والصحيحة التي تساعد على اتخاذ قرارات شراء مستنيرة ومنع الغش التجاري وذلك بالالتزام بعدم نشر أخبار كاذبة تحمي المواطن من الغش التجاري

وتساهم في استقرار السوق وحماية الاقتصاد لمنع الأزمات الاقتصادية وتعزيز العلاقات التجارية التي تشارك في نمو الاقتصاد الوطني وتحقيق الرفاهية العامة للمجتمع .

القيم الإعلامية ذات البعد السياسي: يعكس الاعلام في القيم الإعلامية ذات البعد السياسي الدور الأساسي الذي يلعبه المجتمع الديمقراطي من خلال توفير معلومات دقيقة وشاملة للجمهور حول القضايا السياسية والحكومية، ويساعد في تعزيز الشفافية والمساءلة.

الاعلام يدعم حرية التعبير وحرية الصحافة، وهذا يعني أنه يمكن للصحفيين والإعلاميين تقديم وجهات نظرهم بحرية دون خوف من القيود أو التهديدات. كما يسعى الى تحقيق التوازن والموضوعية في التغطية الإخبارية، مما يضمن تقديم جميع الآراء والمواقف بشكل عادل ومتوازن.

ويلعب الاعلام دورا في تعزيز المشاركة السياسية بين الجمهور، من خلال توفير المعلومات التي تساعد المواطنين على اتخاذ قرارات سياسية مستنيرة.

1- محاربة الفساد والظلم: الاعلام يلعب دورا في كشف ومحاربة الفساد والظلم في المجتمع، من خلال التحقيقات الصحفية والتقارير الاستقصائية.

2- التعبير عن التنوع السياسي: الاعلام يعزز التنوع السياسي ويوفر منصة لتعبير مختلف الأطراف السياسية والفئات المختلفة في المجتمع.²⁶

القيم الإعلامية ذات البعد السياسي المستخلصة من مواد هذا القانون العضوي: حماية وحدة الدولة وسيادتها، والالتزام بالمسؤولية في نشر المعلومات التي تدعم الاستقرار والأمن وتعزيز الهوية الوطنية والفخر بالمقومات الوطنية ودعم الديمقراطية واحترام كرامة الأفراد وحياتهم كما تساهم في تقديم معلومات نزيهة وموضوعية تمنح للمواطنين حقهم في معرفة الحقائق ودعم التعددية الفكرية والسياسية وتشجيع الحوار المفتوح بين مختلف التيارات السياسية.

تعكس المادة 20 من القانون العضوي للإعلام مجموعة من القيم السياسية الهامة مثل: الديمقراطية، الشفافية والمساءلة، حرية التعبير، استقرار النظام السياسي والمشاركة السياسية، هذه القيم تساهم في خلق النظام الديمقراطي ودعم حقوق المواطنين في الحصول على معلومات دقيقة وموثوقة مما يساهم في بناء مجتمع سياسي أكثر شفافية واستقرارا.

المادة 35: تعكس العديد من القيم السياسية المهمة وذلك من خلال التحلي بالشفافية والتركيز على نشر المعلومات الصحيحة والسعي الى الحفاظ على أمن وسلامة الأفراد وذلك بعدم تعريض الأشخاص للخطر واحترام الذاكرة الوطنية ورموز الثورة التحريرية ومكافحة التمييز والتعصب من خلال الالتزام بقيم التسامح والمساواة لمنع الإشادة بالعنصرية والإرهاب والعنف والالتزام بحقوق الانسان والمساواة بين الجنسين التي يؤكدتها في حماية حقوق الطفل واحترام المرأة هذه القيم التي تحمي المجتمع من المعلومات المضللة والخطابات الضالة التي تزعزع استقرار الوطن.²⁷

القيم الإعلامية ذات البعد الأمني:

1- نقل المعلومات الأمنية: يلعب الاعلام دورا هاما في نقل المعلومات الأمنية الحيوية للمواطنين، مثل التحذيرات من الأخطار، والارشادات الأمنية، والتقارير عن الأحداث الأمنية الحالية.

- 2- **التوعية الأمنية:** يساهم الاعلام في زيادة الوعي الأمني للجمهور، بما في ذلك تعليم الناس كيفية التعامل مع المواقف الطارئة والحفاظ على سلامتهم الشخصية.
- 3- **دعم الجهود الأمنية:** يدعم الاعلام جهود الأمن العام من خلال تقديم الدعم العام للسلطات الأمنية وتشجيع المشاركة المدنية في الحفاظ على الأمن والنظام.
- 4- **تحليل الأحداث الأمنية:** يقوم الاعلام بتحليل وتفسير الأحداث الأمنية، ويساهم في فهم الجمهور للتحديات الأمنية المعاصرة والتهديدات المحتملة.
- 5- **مكافحة الإرهاب والجريمة المنظمة:** يساهم الاعلام في تعزيز الجهود لمكافحة الإرهاب والجريمة المنظمة، بتوفير المعلومات الحيوية والتحليلات الضرورية للسلطات المختصة.

القيم الإعلامية ذات البعد الأمني المستخلصة من هذا القانون العضوي

المادة 03 : يجب أن يعمل الاعلام ضمن إطار يحترم متطلبات النظام العام وأمن الدولة، مما يعني تجنب نشر المعلومات التي قد تضر بالاستقرار العام أو تهدد أمن الدولة، كما يجب على الاعلام احترام سرية التحقيقات الجارية سواء في المرحلة الابتدائية أو القضائية وعدم نشر معلومات تؤثر على سير العدالة أو على نتائج التحقيقات، كما يشمل هذا الجانب الالتزام بحماية سيادة الدولة وحفظ وحدتها الإقليمية مما يتطلب من الاعلام أن يتجنب نشر أي محتوى يمكن أن يؤدي الى تقسيم الدولة أو المساس بسيادتها، كما يجب أن يساهم الاعلام في تعزيز الهوية الوطنية وتجنب نشر محتوى يمكن أن يؤثر على القيم او يفتقر الى الاحترام الواجب لها، كما يتطلب من الاعلام احترام وتقدير مقومات ورموز الدولة، مما يساهم في تعزيز الوحدة الوطنية و الشعور بالانتماء الى الدولة.

تعكس المادة 20 من هذا القانون مجموعة من القيم الإعلامية ذات البعد الأمني المهمة التي تساهم في تعزيز الأمن والاستقرار في المجتمع من: استقرار اجتماعي يتجلى في منع الفتن والشائعات وذلك بالتحقق من المعلومات قبل نشرها وتعزيز السلم الأهلي، كون المعلومة الدقيقة تقلل من التوترات بين مختلف فئات المجتمع. وحماية الأمن القومي وذلك بمنع نشر أخبار تضر بالأمن القومي أو تكشف عن معلومات حساسة يمكن أن تستغل من قبل أعداء الدولة. والوقاية من التهديدات وذلك بنشر معلومات موثوقة دقيقة وتحذير الجمهور من المخاطر الحقيقية بدلا من التهديدات الزائفة وكذلك التصدي للإرهاب عن طريق منع الترويج للإرهاب ومنع نشر الدعاية الإرهابية أو المعلومات التي قد تساعد في تجنيد الأفراد لصالح الجماعات الإرهابية. وحماية الأفراد من التشهير والمعلومات المغلوطة التي قد تعرض حياتهم للخطر أو سمعتهم للتشويه ويساعد كذلك الاعلام الدقيق في تعزيز التعاون الأمني مع الدول الأخرى من خلال تبادل المعلومات الموثوقة والتنسيق في مواجهة التهديدات الأمنية المشتركة وتجنب نشر الأخبار الكاذبة او المضللة التي قد تؤدي الى توترات دبلوماسية او صراعات بين الدول.

تتجلى القيم الإعلامية ذات البعد الأمني من خلال المادة 35 لهذا القانون، بحماية الأفراد من الخطر و حمايتهم من التهديدات المحتملة لتعزيز الأمن الشخصي والامتناع عن نشر أو بث أخبار كاذبة تساهم في الفوضى والهلع والامتناع عن تشجيع العنف والإرهاب وذلك لمكافحة الإرهاب والتعصب وتعزيز الأمن الوطني ومنع التمييز والكرهية والتحريض التي تخلق نزاعات واضطرابات اجتماعية

وكذلك بالامتناع عن نشر أو بث خطاب الكراهية والتمييز ووضحت هذه المادة ضرورة احترام الذاكرة الوطنية ورموز الثورة وذلك بعدم الإساءة لهذه المقدسات وتعزيز الوحدة الوطنية ومنع التحريض على الفتنة والانقسام والامتناع عن انتهاك حقوق الطفل والمساس بكرامة وشرف المرأة وذلك ليعم الأمان الاجتماعي وحماية الفئات الضعيفة في المجتمع وهذا بهدف الإبقاء على استقرار وسلامة الوطن.

خلاصة عامة:

تشير المواد 03.20.35 من القانون العضوي للإعلام الجزائري 14.23 بوضوح الى، التزام الصحفيين بالعديد من القيم الأخلاقية الأساسية، من خلال منع نشر الأخبار الكاذبة والمغرضة والتأكيد على النزاهة والموضوعية والحفاظ على سلامة الأفراد والمجتمع، وتظهر هذه المواد اهتماما كبيرا لحماية القيم الأخلاقية في الممارسة الصحفية، كما تبرز أهمية احترام التاريخ الوطني والرموز الثورية وتعزيز التسامح والمساواة من خلال مكافحة خطاب الكراهية والعنصرية بالامتناع عن استخدام أساليب غير مشروعة والالتزام بحماية حقوق الطفل وصورة المرأة، وبهذا تجسد هذه المواد التزاما عميقا بأخلاقيات المهنة واحترام حقوق الانسان، مما يعزز من الثقة في الاعلام ويضمن دوره البناء في المجتمع .

خاتمة:

يظهر بوضوح أن التشريعات الإعلامية في الجزائر تلعب دورا حيويا في تعزيز الممارسة الإعلامية الأخلاقية والمسؤولية من خلال وضع مبادئ وقوانين تهدف الى حماية حرية التعبير والتأكيد على النزاهة والشفافية والتي تجعل من المشرع الجزائري يساهم في بناء بيئة إعلامية تعزز من الثقة العامة وتحافظ على الاستقرار الاجتماعي والسياسي فالقيم الأخلاقية المدرجة في التشريعات الجزائرية من خلال ما جاء به **القانون العضوي للإعلام 14.23**، تعكس التزاما بالمعايير الأخلاقية العالمية والقيم الثقافية والدينية المتجذرة في المجتمع الجزائري.

حيث يتعامل المشرع بحساسية كبيرة مع قضايا الحرية والمسؤولية الاجتماعية للصحفيين مما يعزز من دور الصحافة كركيزة أساسية في بناء مجتمع ديني ديموقراطي من خلال فرض حدود واضحة ومحددة لممارسة الاعلام وساهم المشرع الجزائري في تحقيق توازن بين حرية الصحافة وحماية حقوق الأفراد والمجتمع بشكل عام وهذا يعزز من الثقافة الإعلامية الأخلاقية ويساهم في بناء مجتمع اعلامي يعتمد على معايير عالمية في النزاهة والشفافية ومكافحة التمييز والتحريض على العنف وبالتالي يمكن القول أن دور المشرع الجزائري ليس فقط في تحديد القوانين واللوائح بل أيضا في تقوية القيم الأخلاقية الإعلامية كجزء من التنمية المجتمعية الشاملة فبفضل هذا الاطار القانوني والأخلاقي تتمتع الصحافة في الجزائر بحرية مسؤولية تخدم مصالح المجتمع وتساهم في بناء مستقبل أفضل وأكثر استقرارا للأجيال القادمة.

وبهذا نستنتج أن الانحلال الأخلاقي الناتج عن تكنولوجيا الإعلام في الجزائر يُعزى إلى انتشار المحتويات غير المناسبة، نقص الرقابة، وتأثير الثقافات الأجنبية وليس بسبب التشريع والتنظيم الإعلامي، هذا الانحلال بفعل التكنولوجيا هو الذي أثر سلبيًا على القيم المجتمعية. لمواجهة هذه التحديات، تُقترح حلول مثل تعزيز التربية الإعلامية، تكثيف الرقابة الأسرية، وتنظيم حملات توعوية

لتعزيز القيم الأخلاقية والاجتماعية. وسن قوانين ردعية لضبط النظام الأخلاقي المجتمعي الذي يتمشى مع الثقافة المجتمعية الجزائرية.

الهوامش

- ¹ الياس جواوي، (2001) دروس في تحليل نص قانوني، معهد العلوم الإسلامية، جامعة الوادي، ص 3
- ² محاضرات السنة الأولى ماستر، مقياس المنهجية القانونية جامعة وهران 2، بتاريخ 11 ديسمبر 2024 على الساعة 22:42
<https://elearn.univ-oran2.dz/mod/resource/view.php?id=24080>
- ³ محاضرات السداسي الأول في مقياس منهجية العلوم القانونية، منهجية التحليل والتعليق على نص قانوني، بتاريخ 11 ديسمبر 2024 على الساعة 22:42
<http://tele-ens.univ-oeb.dz/moodle/mod/folder/view.php?id=33243>
- ⁴ الرازي زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي، (1999) مختار الصحاح، بيروت، المكتبة العصرية الدار النموذجية، ص 262.
- ⁵ J. Mark Halstead and Monica J. Taylor (1996). Values in education and education in values London and new York. Publisher by routledge falme.
- ⁶ بسام عبد الرحمان المشاقبة، (2012) أخلاقيات العمل الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، ص 62.
- ⁷ صالح بن إبراهيم، (2001) الارشاد الأخلاقي، مصر، مجلة الارشاد النفسي، مركز الارشاد النفسي: جامعة عين شمس، ص 5.
- ⁸ محمد الطيب سكيرفة، (2021) التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012، دراسة قانونية، الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13، ص 546.
- ⁹ فاطمة الزهرة قرموش، (2019) إشكالية الحق في الاتصال والحقوق الاتصالية في التشريعات الإعلامية الجزائرية، القاهرة، المكتب العربي للمعارف، ط1، ص 74.
- ¹⁰ محمد الطيب سكيرفة، مرجع سبق ذكره، ص 546.
- ¹¹ عزوق الخير، (2001) مكانة قانون الاعلام وعلاقته بفروع القانون الأخرى، الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 23، ص 13.
- ¹² سعيداني لونساني جقيقة، (2007) مكانة القوانين العضوية في النظام القانوني الجزائري، الجزائر، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، العدد 1، ص ص 63 - 65.
- ¹³ عبد العزيز الشريف، (2014) أخلاقيات الاعلام، عمان، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع، ط1، ص 98.
- ¹⁴ حسن عماد مكاي، (2003) أخلاقيات العمل الإعلامي، مصر، الدار المصرية اللبنانية، ط 3، ص 32.
- ¹⁵ بسام عبد الرحمان المشاقبة، (2012) أخلاقيات العمل الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، ص 160.
- ¹⁶ عرفات مفتاح معيوف، (2014) معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، عمان، البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 1، ص 182.
- ¹⁷ محمد الطيب سكيرفة، (2021) التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012: دراسة قانونية، الجزائر، المخبر المتوسطي للدراسات القانونية، ع13، 04، جامعة أبي بكر القايد تلمسان، ص 544.
- ¹⁸ ليلي عبد المجيد، (2005) التشريعات الإعلامية مداخلات تكنولوجيا التعليم، مصر، جامعة مصر، ص 81.
- ¹⁹ القانون العضوي للإعلام الجزائري 23 14، الجزائر، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 56 ص 10.
- ²⁰ القانون العضوي للإعلام الجزائري 23 14، نفس المرجع، ص 12

- ²¹ ذهبية محمودي، (2022) آليات الحفاظ على التراث الثقافي الجزائري، دراسة تحليلية على ضوء القانون 98-04، الجزائر، معهد الآثار جامعة الجزائر 02، مجلة المستقبل للدراسات القانونية والسياسية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي آفلو، المجلد 04، العدد 02، ص 28.
- ²² قشاشني علي، (2022) النخب الجزائرية وقضايا الهوية الوطنية مطلع القرن العشرين، الجزائر، مجلة العلوم وآفاق المعارف، جامعة عمار ثليجي بالأغواط، الجزائر، المجلد 02، العدد 01.
- ²³ عبد الكريم موسى، هلا عبد الرزاق الصلاحات، (2023) التربية الأخلاقية وتحدياتها في العصر الرقمي، دراسة تحليلية، الأردن، الجامعة الأردنية، مجلة
- International journal of humanities and educational research. Volume 5. Issue 4. p 209
- ²⁴ قاصدي فايزة، بوسحابة لطيفة، جادي فايزة، (2022) المسؤولية الاجتماعية للإعلام الدولي المعاصر، الجزائر، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، ص 412.
- ²⁵ بدر الدين بلمولاي، (2021) الأخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها، الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة العدد 13 رقم 02 ص 107.
- ²⁶ أمال توهامي، (2022) البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية، دراسة تحليلية لقانون الاعلام العضوي 2012، الجزائر، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 09 / العدد 01، ص 36.
- ²⁷ محمد علاوة، (2020)، أخلاقيات الصحافة ومبادئ العمل الإعلامي في الجزائر، قراءة تحليلية لقانون الاعلام 2012 وقانون السمععي البصري 2014، الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 12، الرقم 04، ص 285

قائمة المراجع

المؤلفات:

1. الرازي زين الدين أبو عبد الله محمد بن أبي بكر بن عبد القادر الحنفي، (1999) مختار الصحاح، بيروت، المكتبة العصرية الدار النموذجية.
2. بسام عبد الرحمان المشاقبة، (2012)، أخلاقيات العمل الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
3. فاطمة الزهرة قرموش، (2019)، إشكالية الحق في الاتصال والحقوق الاتصالية في التشريعات الإعلامية الجزائرية، القاهرة، المكتب العربي للمعارف.
4. عبد العزيز الشريف، (2014) أخلاقيات الاعلام، عمان، دار يافا العلمية للنشر والتوزيع.
5. حسن عماد مكاوي، (2003) أخلاقيات العمل الإعلامي، مصر، الدار المصرية اللبنانية.
6. J. Mark Halstead and Monica J.Taylor (1996.).values in education and education in values london and new York ..Publisher by routledge falme .

المقالات:

1. صالح بن إبراهيم، (2001) الارشاد الأخلاقي، مصر، مجلة الارشاد النفسي، مركز الارشاد النفسي: جامعة عين شمس، ص 5.
2. محمد الطيب سكيرفة، (2021) التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012، دراسة قانونية، الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 13، ص 546

3. عزوق الخير، (نوفمبر 2001) مكانة قانون الاعلام وعلاقته بفروع القانون الأخرى، الجزائر بسكرة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، العدد 23، ص 13.
4. سعيداني لوناتسي جقيقة، مكانة القوانين العضوية في النظام القانوني الجزائري، الجزائر، المجلة النقدية للقانون والعلوم السياسية، العدد 1، ص ص 63-65.
5. عرفات مفتاح معيوف، (2021) معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية، عمان، البلقاء للبحوث والدراسات، المجلد 17، العدد 1، ص 182.
6. زهبة محمودي، (جوان 2022)، آليات الحفاظ على التراث الثقافي الجزائري، دراسة تحليلية على ضوء القانون 04-98، معهد الآثار جامعة الجزائر 02، مجلة المستقبل للدراسات القانونية والسياسية، معهد الحقوق والعلوم السياسية، المركز الجامعي آفلو، المجلد 04، العدد 02، ص 28.
7. قشاشني علي، (2022) النخب الجزائرية وقضايا الهوية الوطنية مطلع القرن العشرين، جامعة جيلالي اليابس سيدي بلعباس، مجلة العلوم وآفاق المعارف، جامعة عمار ثلجي بالأغواط، الجزائر، المجلد 02، العدد 01.
8. قاصدي فايزة، (2022) بوسحابة لطيفة، جادي فايزة، المسؤولية الاجتماعية للإعلام الدولي المعاصر، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، ص 412.
9. عبر عبد الكريم موسى، هلا عبد الرزاق الصلاحات، (2023) التربية الأخلاقية وتحدياتها في العصر الرقمي، دراسة تحليلية، الجامعة الأردنية الأردن، مجلة
10. International journal of humanities and educational research. Volume 5. Issue 4. p 209
11. بدر الدين بلمولاي، (2021) الأخلاق الإعلامية وكيفية تعزيزها، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة العدد 13 رقم 02 ص 107.
12. أمال توهامي، (2022) البعد القيمي للممارسة الإعلامية في الجزائر من خلال التشريعات الإعلامية، دراسة تحليلية لقانون الاعلام العضوي 2012، الجزائر، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 09 / العدد 01، ص 36.
13. محمد علاوة، (2020) أخلاقيات الصحافة و مبادئ العمل الإعلامي في الجزائر، قراءة تحليلية لقانون الاعلام 2012 و قانون السمعي البصري 2014، الجزائر، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، العدد 12، الرقم 04 ، ص 285.

المداخلات:

1. محمد الطيب سكيريفة، 04-13، (2021)، التشريعات الإعلامية في الجزائر بعد 2012: دراسة قانونية المخبر المتوسطي للدراسات القانونية، الجزائر، جامعة أبي بكر القايد تلمسان ، ص 544.
2. ليلي عبد المجيد، (2005) التشريعات الإعلامية مداخلات تكنولوجيا التعليم، جامعة مصر، 2005، ص 81.

الجريدة الرسمية:

القانون العضوي للإعلام الجزائري 23 14، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية العدد 56

الملاحق:

الرابط الالكتروني للجريدة عينة التحليل:

<https://www.joradp.dz/FTP/JO-arabe/2023/A2023056.pdf?znjo=56>