

رؤية الصحفيين في الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة المهنية

د. بسام عطية المكاوي*

ملخص الدراسة:

استهدفت الدراسة التعرف على رؤية الصحفيين في الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة المهنية. أجريت الدراسة على عينة من ٦٠ مفردة من الصحفيين في الصحف الإماراتية، حيث توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج من أهمها أن غالبية أفراد العينة يرون أن السياسة التحريرية والصحفي هما الأساس في التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية، و أن معايير الصدق، والدقة، والموضوعية من أكثر المعايير التي يراعيها القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية، كما أشارت النتائج أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتمدون على ميثاق الشرف الصحفية في المقام الأول كمرجعية لهم عند مواجهة معضلة أخلاقية. وأوصت الدراسة بضرورة فصل الملكية عن إدارات التحرير حتي يتم منع تدخلات المموليين والمعلنين في السياسة التحريرية للصحف. إضافة مقرر التربية الإعلامية للمقررات الدراسية في المدارس في جميع الدول العربية أسوة ببعض الدول العربية التي سلكت هذا المسلك. ضرورة عقد المؤسسات والأندية والنقابات الصحفية ورش عمل دورية بشأن أخلاقيات الممارسة المهنية، يناقش فيها الصحفيين المعضلات الأخلاقية التي تواجههم أثناء الممارسة العملية وكيفية التصدي لها.

كلمات مفتاحية: الأخلاقيات – التشريعات الإعلامية – أخلاقيات الإعلام – ميثاق الشرف الصحفية – التربية الإعلامية.

* أستاذ مساعد الصحافة، الجامعة القاسمية- الشارقة بدولة الإمارات العربية المتحدة.

مقدمة:

إن أخلاقيات المهنة الصحفية تتباين في تفاصيلها من مؤسسة إعلامية إلى أخرى، ومن بيئة إعلامية إلى أخرى؛ فهي ليست علما من العلوم يستند إلى قواعد محددة، وإذا اختلف المختصون بالصحافة والإعلام في ذلك، فلا توجد مدونة قواعد عالمية تحكم هذه الأخلاقيات، فالبعض يعدها علما من العلوم الاجتماعية، بينما يخالف البعض الآخر هذا الرأي، وهي مع ذلك تنبع من خبرات مكتسبة وممارسات تولد لدى الصحفيين الحكمة في التعامل مع إشكاليات مهنية لا تحكمها قوانين، وتسمح في النهاية باتخاذ قرارات أخلاقية سليمة تنسجم وقيم السلوك الاجتماعي لأي مجتمع

ويتضح أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية، في ظل الواقع الإعلامي الجديد الذي ينطلق من نظرية "دائمة الصمت" من أن وسائل الإعلام حين تتبنى آراء أو اتجاهات معينة خلال فترة من الزمن، فإن معظم الأفراد والجماعات سوف يتحركون في الاتجاه الذي تدعمه وسائل الإعلام، وبالتالي يتكون الرأي العام بما يتفق والأفكار التي تدعمها وسائل الإعلام.

نحن نعيش في عالم يحكمه الاحتكارات الإعلامية الحكومية أو احتكارات شركات الإعلام التجارية التي تبني صور "الأخر". ويشكل الترويج لسلع وهويات معينة الشغل الشاغل للأنظمة التجارية والحكومية.

ولذا ظهرت من جديد في الآونة الأخيرة، الحاجة الملحة لتنزيه المهنة وتشجيع ممارستها علي أساس قيم أخلاقية، في ظل ظهور عوامل مستجدة أدت إلي أهمية طرح هذا الموضوع، لاسيما مع تركيز وسائل الإعلام في كيانات كبيرة، يسيطر عليها القطاع الخاص الهادف للربح في المقام الأول، كما أن المشهد الذي يعمل فيه الصحفيون الآن، يختلف كثيرا عن المشهد الذي شهده القرن العشرين؛ فقد تطلب ظهور وسائل الإعلام الرقمية والاجتماعية طريقة جديدة للنظر في المسائل الأخلاقية التي تواجه الصحفيين الممارسين، مما زاد من أهمية وضع إطار أخلاقي لمهنة الصحافة بقصد تجنيب الشعوب سلبيات الممارسة الإعلامية وتحقيق رسالة إعلامية فعالة تنسم بالموضوعية.

ويمكن القول ان صياغة تعريف دقيق لأخلاقيات العمل الاعلامي بات من أكثر الأمور تعقيدا والتباسا. فالمخاطر التي كانت بالأمس ربما لا تكون اليوم بالأهمية

ذاتها.. على اعتبار ان المخاطر الجديدة تشكل تحديا صارما تصعب مواجهته (المقدادي، ٢٠٠٧).

الدراسات السابقة:

- دراسة (المشيخي، ٢٠١٧)، حول العوامل المؤثرة في العمل الإعلامي العماني دراسة ميدانية على الصحفيين والإعلاميين في سلطنة عمان وقد خلصت الدراسة إلى أن هناك شبه إجماع بين الإعلاميين العمانيين على أن الرسائل والمضامين الإعلامية التي يتم تداولها في وسائل الإعلام المحلية بشكل عام، والصحافة العمانية بشكل خاص، مرجعها الأساسي قانون المطبوعات والنشر الذي صدر في عام ١٩٨٤م على رغم عدم مناسبة هذا القانون للمرحلة التي تعيشها السلطنة الآن، كما أقروا بوجود الرقابة الذاتية، واعتبارها مشكلة كبيرة تواجه وسائل الإعلام العمانية؛ إذ يوجد العديد من حراس البوابات في كل وسائل الإعلام العمانية بلا استثناء. وتبدأ هذه السلسلة من الصحفي أو معد العمل وتنتهي عند رئيس المؤسسة الإعلامية. وتوصلت الدراسة إلى أن ضعف الرواتب والحوافز المالية يمثل أهم المعوقات التي تواجه العمل الإعلامي في السلطنة. وحول سيطرة الإعلانات التجارية على الصفحات الأولى من الصحف المحلية منذ أواخر التسعينيات من القرن الماضي، أقر غالبية الصحفيين بحقيقة تخصيص مساحات إعلانية واسعة على حساب المضمون الإعلامي الهادف، وهذه النتيجة تشير إلى جنوح وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، إلى التضحية بالمضمون الإعلامي لحساب الإعلانات التجارية.

- دراسة جوهنسون (Johnson, 2016)، حول الحدود المهنية للصحافة الأمريكية والبريطانية في العصر الرقمي، أظهرت النتائج أن الصحافة الأمريكية لديها مجموعة أقوى من الحدود المهنية من الصحافة البريطانية، مما يجعلها أقل انفتاحاً على الأشكال الجديدة للصحافة التي أصبحت ممكنة بفضل مكاسب الإنترنت. وأشارت النتائج إلى أن الصحفيين تحركوا لحماية حدودهم المهنية بطرق تتنبأ بها نظرية الهوية الاجتماعية: فقد عزز الصحفيون هوية مهنتهم من خلال تضمين الجوانب المبتكرة لعمل يكيليكس وغرينفالد تحت عنوان الصحافة التقليدية، واستخدموا الآخر (أقل احترافاً من الناحية المهنية) جوانب من ويكيليكس وسلوك جرينوالد لوضعها خارج حدود الصحافة الحقيقية.

- دراسة يانج دو (Ying Du, 2016) حول الرقابة على الإنترنت في الربيع العربي، تم تحليل مائة وثمانية تقرير صحفي لأحداث الربيع العربي في محاولة لتحديد كيف تم تأطير الأحداث والرقابة على الإنترنت المصاحبة في التغطية الإخبارية في الصحف موضع البحث في ثلاث مناطق مختلفة وهي: البر الرئيسي للصين مقارنة مع ذلك في هونغ كونغ، وتايوان. تم العثور على الصحف في جميع الأسواق الإعلامية الثلاثة التي شيدت تغطيتها داخل الحدود الأيديولوجية السائدة في أسواقها.. أظهرت النتائج اختلافات كبيرة في التغطية بين الأسواق الثلاثة. وفسرت النتائج هذا الاختلاف في الإطارات المستخدمة في التغطية، في ضوء الاختلافات الأيديولوجية في السوق والاختلافات في حرية الصحافة.

- دراسة دير بابا (Dirbaba, 2015) حول بحث تصورات الصحفيين الأثيوبيين للعوامل المؤثرة في أدوارهم المهنية والوظيفية من خلال دراسة مسحية علي عينة من الصحفيين الممثلين لأنماط الملكية المختلفة، وكشفت الدراسة أن التنشئة الاجتماعية الاستبدادية لها تأثير سلبي في الأدوار المهنية للصحفيين الأثيوبيين، كما تؤثر في هويتهم المهنية، كما أن مصادر المعلومات تؤثر بشكل كبير في الإستقلال المهني للصحفيين. وخلصت النتائج إلى أن الممارسة المهنية للصحفيين الأثيوبيين تتأثر بأربعة أبعاد رئيسية، وهي: الأبعاد الاجتماعية والثقافية، والسياسية، والمؤسسية والأيدلوجية.

- دراسة لامبرت (Lambert, 2014) حول التعرف علي إدراك الصحفيين في تايوان لأدوارهم المهنية والوظيفية، وذلك من خلال مقابلة متعمقة مع الصحفيين التايوانيين، وانتهت الدراسة إلي أن شبكة الإنترنت قد أحدثت تحولات كبيرة في الأدوار المهنية للصحفيين، وغيّرت من سمات المندوب الصحفي، كما بينت الدراسة حدوث عدة تغيرات رئيسية مع التحول في وسائل الإعلام التايوانية، وهي: حدوث تغيرات في ملامح وسمات الصحفيين بشكل كبير، حدوث تغيرات في الأدوار المهنية التقليدية لوسائل الإعلام، التنافس الشديد مع الإعلام الجديد رخيص الثمن وسهل التعرض.

- دراسة سكارد (Skovsgaard, 2014)، حول تأثير القيود المؤسسية المفروضة علي الصحفيين وانعكاسها علي إدراكهم للاستقلال المهني من خلال دراسة مسحية علي عينة من الصحفيين الدانماركيين، أظهرت الدراسة أن هناك تفاوت في الاستقلالية المهنية من مؤسسة إخبارية إلي أخرى وأن الاستقلالية المهنية في

العمل الصحفي تعتمد علي قوة المؤسسة الصحفية من الناحية الديمقراطية التي تفتح المجال بشكل أكبر أمام المواطنين للنقاش الديمقراطي كما أن الأهداف المؤسسية والاقتصادية والسياسية تؤثر في الإنتاج الخبيري داخل المؤسسة، كما كشفت الدراسة عن مجموعة من العوامل المؤثرة في الاستقلال المهني للقائم بالاتصال وهي: المعتقدات السياسية للمؤسسات الإخبارية، واتجاه الخدمة العامة للمؤسسة، توجه خدمة الجمهور، وضغوط الوقت وروتين العمل اليومي، المنافسة مع الصحفيين الآخرين.

- دراسة بوستامانت (Bustamante, 2014)، حول العوامل المؤثرة في ممارسة الصحفيين المكسيكيين لأدوارهم المهنية والرقابية وفقا لنموذج التسلسل الهرمي بالتطبيق في المؤسسات الصحفية الديمقراطية الخاصة في المنطقة الشمالية التي تعرض فيها الصحفيون لموجة من العنف المتصل بالجريمة المنظمة، توصلت الدراسة إلي أن هناك تأثيرات قوية تحد من أداء الصحفيين لأدوارهم المهنية والوظيفية، تتمثل في التأثيرات القوية من خارج غرف الأخبار من خلال ارتكاب جرائم وأعمال عنف وترهيب ضد الصحفيين، ثم التأثيرات علي المستوي الفردي مثل عدم وجود تدريب مسبق علي التغطية الصحفية لأماكن الصراعات والنزاعات المسلحة، ثم التأثيرات علي المستوي المؤسسي بما في ذلك سياسات غرفة الأخبار، والإرتباطات المالية مع الحكومة وقطاع الأعمال وتأثيرها السلبي في الممارسة الصحفية، ثم تأثير وسائل الإعلام الأخرى.

- دراسة (الخدام و الرواشدة، ٢٠١٣)، حول الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن. وقد كشفت الدراسة عن وجود تأثير واضح للعرف الاجتماعي على الممارسة الإعلامية، وعلى نوع الموضوعات التي يمكن للإعلامي الخوض فيها، بخاصة تلك التي تتعلق بالأمور الشخصية، والقانونية والجنسية. كما أشارت نتائج الدراسة إلى أن للمهنية الإعلامية المتمثلة (بالمعايير المهنية، كمواثيق الشرف الإعلامي ومدونات السلوك)، تأثيراً على مستوى الممارسة الإعلامية. وأثبتت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الممارسات الإعلامية تبعاً لمتغير الجنس، الدخل الشهري، والمستوى التعليمي للإعلاميين. كما أشارت الدراسة إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الممارسات الإعلامية، تبعاً لمتغير نوع المؤسسة التي يعمل فيها الإعلاميون، فبينت النتائج أن الإعلاميين الذين يعملون في الإعلام الإلكتروني، والإعلام

المطبوع لديهم مستويات من الممارسات الإعلامية أعلى من غيرهم من الإعلاميين الآخرين.

- دراسة هنريك و أرنبيرنق (Hnrik, Ornebring، ٢٠١٣)، حول الحدود الفاصلة بين الصحفيين المحترفين والمواطنين الصحفيين، وتأثيرها في واقع الممارسة المهنية وذلك عن طريق إجراء مقابلات متعمقة مع عينة من الصحفيين المحترفين في ٦ دول أوروبية هي : المملكة المتحدة، وألمانيا، وإيطاليا، والسويد، وبولندا، وإستونيا، توصلت الدراسة إلى أن الصحفيين المحترفين ينظرون إلى عملهم المهني بشكل متباين عن المواطنين الصحفيين تبعاً لاختلاف الممارسة الاحترافية عن عمل الهواة، إذ تركزت مجالات التمايز في الاستقلال المهني، والشرعية المهنية من خلال الهوية المهنية، والخبرة الصحفية، ومسئولياتهم تجاه المجتمع، والإحتكام إلي القواعد الأخلاقية في الممارسة الصحفية، والتركيز علي العمل الجماعي في سياق مؤسسي وتنظيمي واسع، عكس المواطنين الصحفيين الذين يفتقدون للهوية المهنية، والعمل الجماعي، والقواعد والأعراف الأخلاقية المنظمة للعمل الصحفي.

- دراسة ناجيه (Najya, 2013)، حول الوضع المهني للصحفيين الأردنيين، خلصت الدراسة إلي أنه لا يمكن تحقيق المهنية دون تطوير جوانب مهمة أخرى بما في ذلك الثقافة، وإعادة التأهيل المستمر، والتدريب، بالإضافة إلى توفير الحوافز المادية والمعنوية، وإيلاء اهتمام خاص لأعلى درجات الحرية المرتبطة بالمسؤولية. كما لا يمكن ضمان حرية الإعلام في ظل وجود قيود قانونية صعبة. كما أظهرت النتائج أنه لا يوجد دليل يربط بين أداء الممارسين الإعلاميين والوضع المهني. وعلاوة على ذلك، لم يكن هناك تمييز كبير بين الذكور والإناث فيما يتعلق بالوصول إلى الدورات. كما أظهرت الدراسة أن المؤسسات الإعلامية تتبع نفس السياسات دون الأخذ بعين الاعتبار الوضع المهني للعاملين في مجال الإعلام. وأظهرت الدراسة أيضاً أن الاحتراف في وسائل الإعلام لا يرتبط بأداء ممارس الإعلام.

- دراسة (حجازين، ٢٠١٠)، حول التعرف علي المعايير المهنية للقائم بالاتصال وأثرها علي انتقاء الأخبار في وكالة الأنباء الأردنية، كشفت النتائج أن الصحفيين في وكالة الأنباء الأردنية يراعون التشريعات - والتي تشمل قانون وكالة الأنباء الأردنية، وقانون المطبوعات والنشر، إلي جانب ميثاق الشرف الصحفي المنبثق

من قانون نقابة الصحفيين الأردنيين – والتي تحكم مهنة الأخبار عند كتابة الأخبار وتحريرها، حيث اتفق ٩١,٢% علي مراعاة التشريعات بشدة ذات الصلة بمهنة الصحافة . كما أظهرت النتائج أن نصف المبحوثين متفقون بأن قناعات المندوب والمحرر الصحفي تظهر في المنتج الأخباري من خلال تسليط الضوء عليها في الأخبار.

كما أظهرت نتائج الدراسة أن هناك التزاما بنسبة مرتفعة في تغطية المناسبات التي لا تتفق مع معتقدات المندوبين والمحررين الشخصية، بكتابة أخبار حولها من دون اخفاء، أو حذف لأي عنصر لا تتوافق مع معتقداتهم، وذلك التزاما منهم بالمعايير المهنية التي تقضي بأن يقوم الصحفي بواجباته من دون أي تأثير لأفكاره أو معتقداته.

- دراسة (المقدادي، ٢٠٠٧)، حول المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الإعلامي، وتوصلت الدراسة إلي أن أخلاقيات العمل الاعلامي تواجه مخاطر جسيمة بمستوى الكشوفات الإعلامية الجديدة التي أطلقت العنان لوسائل الإعلام لكي تصل إلى مدارات جديدة، وفضاءات عديدة. وقد تم تشخيص الخطر الجديد المتمثل بـ (العولمة الليبرالية)، التي تسعى إلى تكوين مجموعات إعلامية متعددة الجنسيات والتي تجمع بيدها سلطة السياسة، وسلطة الإعلام، وسلطة المال.

وأوصت الدراسة لمواجهة هذه المخاطر بضرورة بث) ثقافة إعلامية)، جماهيرية تشكل بمضمونها حصانة إعلامية للمواطن.. بمعنى أن المتلقي العادي يمكن أن يكشف خيوط اللعبة الإعلامية من خلال ذات المصدر الواحد والبعد الواحد والهدف الواحد.

- دراسة (العباسي، ٢٠٠٣)، حول التعرف علي رؤية الصحفيين المصريين في صحف صوت الأمة، الأسبوع، والميدان، وطني، وذلك بالنسبة لأخلاقيات الممارسة المهنية، وخلصت الدراسة إلى عدد من النتائج في مقدمتها أن الصحفيين في هذه الصحف أقرروا أن التجاوزات لمعايير الأداء الأخلاقي في العمل الصحفي بهذه الصحف يرجع إلى السعي لزيادة أرقام التوزيع وتحقيق الربح وجذب فئات جديدة من القراء والمعلنين، كما يرونه انعكاسا للأخلاقيات السائدة في المجتمع علي حد قولهم. كما أشارت النتائج إلي أن عدد من الصحفيين بهذه الصحف لا يعرف بوجود ميثاق للشرف الصحفي بينما اعتبره البعض يفتقد آليات التنفيذ والطابع العملي كما أبرز الصحفيون شعورا بعدم توافر بيئة عمل صحفي مواتية

في صحفهم تكفل لهم الممارسة المهنية الأخلاقية وأرجعوا ذلك للأوضاع المادية والوظيفية وغياب مظاهر ديمقراطية اتخاذ القرار داخل هذه الصحف.

- دراسة (عبد الرازق، ٢٠٠٣)، حول المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري، أظهرت النتائج أن ٦١% من المبحوثين لا يعرفون بميثاق الشرف الإعلامي. ولذا من الضروري قيام المؤسسة الإعلامية بدورها في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاقية وذلك من خلال نشر المواثيق الأخلاقية وتوزيعها على العاملين فيها ورفع مستوى الوعي الأخلاقي لديهم من خلال عقد الندوات والمؤتمرات وجلسات العمل والدورات التدريبية التي تعنى بالأمر الأخلاقية وبالمواصفات التي يجب أن تتوفر في القائم بالاتصال .

وكشفت النتائج أن نسبة ٨٥% من المبحوثين أشاروا أنهم لا يعرفون بوجود مسؤولية قانونية وجنائية مترتبة على العمل الصحفي ، وأشارت نتائج البحث إلي الخط الحاصل لدى العاملين في المجال الإعلامي بين المبادئ والمحظورات والقيم الأخلاقية العامة في ميثاق الشرف الإعلامي .

- دراسة (سعد، ٢٠٠٣)، حول "المسئوليات الأخلاقية والقانونية للصحفيين وعلاقتها بالسمات الشخصية"، خلصت الدراسة إلى تبين قوة تأثير الدوافع الداخلية المتمثلة في الدين والأخلاق الذاتية ومصداقية الصحفي والحق في المعرفة في حين تراجع تأثير متغيرات الإنتماء والشهرة والتنمية والعقاب كما أوضحت الدراسة صحة أن الدوافع تتكون من خلال الحاجات الداخلية للفرد وأن القرار الأخلاقي يتم اتخاذه من خلال عمليتي الذاتية والتوافق، كما أظهرت أن الأخلاق الذاتية لها الحتمية الكبيرة لدي الصحفي عندما يواجه المآزق الأخلاقية والقانونية.

- دراسة (عبد السلام، إلهامي، ٢٠٠٣)، حول أخلاقيات الممارسة الصحفية المصرية خلال الفترة من يناير ١٩٩٩ وحتى مايو ٢٠٠٠ حيث تناولت الدراسة تقارير الممارسة الصحفية التي يصدرها المجلس الأعلى للصحافة للكشف عن الاتجاه العام لهذه الممارسة ورصد أنواع الملاحظات المختلفة والتعرف علي أنواع الصحف التي سجلت عددا من الملاحظات، وأظهرت الدراسة أن أكثر الفئات الخاصة بالملاحظات كانت فئة عدم توثيق المعلومات والخاصة بنسبة أخبار مجهلة، ثم فئة عدم مراعاة آداب نسب الإعلان ثم عدم مراعاة الآداب العامة والذوق العام، ثم عدم مراعاة آداب نشر أخبار الجريمة.

- دراسة دان وياهويل (Dan, Yehiel 2003)، حول الثقة المهنية وأخلاقيات الموقف: تقييم الجدلية الاجتماعية المهنية في قرارات الأخلاقيات الصحفية والتي بحثت في كيفية ارتباط مستويات الفرد، والأقران، والتنظيم، والمهنية، والمجتمع وعلاقتها بصناعة أخلاقيات الصحفيين، أشارت النتائج أن القرارات الأخلاقية التي يتخذها الصحفيون تتفاوت تفاوتاً كبيراً في سياق الطرف، والذي يتشكل في الغالب من توتر بين القيم المهنية والضرورات التنظيمية.. ومن خلال التطبيق على ثلاث حالات أخلاقية - تختلف كل منها في طبيعة التفاعل مع المصادر الإخبارية وجدت النتائج أن القرارات الأخلاقية تختلف حسب السياق وأن هناك فارقاً مهماً بين الصحفيين يتمثل في درجة الثقة المهنية لديهم.

- دراسة تهرانيان (Tehranain، ٢٠٠٢)، حول صحافة السلام والتفاوض على أخلاقيات وسائل الإعلام العالمية، والتي سعت إلى الإجابة عن التساؤل الرئيس: هل هناك نظام إعلامي بديل لتعزيز صحافة السلام من أجل التفاهم الدولي والثقافي؟ وخلصت الدراسة إلى أن الصحافة المسؤولة أخلاقياً هي شرط لا غنى عنه لصحافة السلام. وأشارت النتائج إلى أن موقع معظم أخلاقيات الإعلام حتى الآن هو الصحفي الفرد. لكن الصحفي الفرد يعمل في سياق الأنظمة المؤسسية والوطنية والدولية. في عالم معولم، ولذا يجب التفاوض على أخلاقيات الإعلام ليس فقط على المستوى المهني ولكن أيضاً على المستوى المؤسسي والوطني والدولي. كما يجب أن تستند هذه الأخلاقيات إلى اتفاقيات دولية أثبتت بالفعل حق التواصل كحق من حقوق الإنسان.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

- ١- ساعدت الدراسات السابقة الباحث في تحديد تساؤلات الدراسة، والاستفادة منها للاستخدام في هذه الدراسة، علاوة على صياغة المشكلة البحثية للدراسة، والتعرف على متغيرات الدراسة وأهدافها، كما ساعدت الباحث أيضاً في صياغة الإستمارة الميدانية.
- ٢- أفادت هذه الدراسات في تحديد الخلفية النظرية لموضوع الدراسة.
- ٣- الاستفادة من نتائج الدراسات السابقة في مناقشة النتائج ومقارنتها بما تم التوصل إليه من نتائج في هذه الدراسة.

مشكلة الدراسة :

انطلاقاً من نتائج البحوث والدراسات التي تعرضت لأخلاقيات الممارسة المهنية في العمل الصحفي وفي ضوء ندرة الدراسات العربية التي أجريت في مجال أخلاقيات الإعلام، تتحدد مشكلة هذه الدراسة في تعرف رؤية الصحفيين في الصحف الإماراتية وذلك بالنسبة لأخلاقيات الممارسة المهنية وعلاقتها بأدائهم المهني.

أهمية الدراسة وأهدافها:

تكتسب أهمية هذه الدراسة في كونها:-

- تتناول مكوناً أساسياً ومهماً في العملية الاتصالية وهم الصحفيون (القائمون بالاتصال) من خلال قراءة ذاتية لواقعهم ومدى استقلاليتهم في عملهم والوقوف على القيود والمعوقات التي يواجهونها، وانعكاساتها على أدائهم المهني الأخلاقي.
- ندرة البحوث والدراسات العربية التي تطرقت إلى التعرف على رؤية الصحفيين لأخلاقيات الممارسة المهنية في البيئة التي يعملون فيها.

وتعمل الدراسة على تحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على قواعد السلوك المهني الأكثر أهمية في الممارسة الفعلية عند القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية.
- رصد المسئول عن التزام الصحف الإماراتية بالمعايير الأخلاقية للصحافة من وجهة نظر القائم بالاتصال.
- الوقوف على أهم القيم المهنية التي يراعيها القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية .
- التعرف على معايير تقييم الأداء الصحفي لدى القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية.
- استكشاف المرجعيات الأساسية التي يعتمد عليها المبحوثين عند مواجهة معضلة أخلاقية.
- التعرف على أهم الضغوط التي تواجه المبحوثون في العمل المهني .
- التعرف على العوامل التي يمكن أن تساعد في تعزيز السلوك المهني للصحفيين.

مفاهيم الدراسة:

الأخلاقيات: تعرف بأنها " مجموعة من المبادئ تدور حول أربعة محاور رئيسية هي القيام بالإعمال الهادفة وعدم إلحاق الضرر بالآخرين وعدم الخداع في أي تعاملات وعدم التحيز في القيام بأي ممارسات لصالح طرف دون الآخر "فإذا تميز أي نشاط في المجتمع بهذه الخصائص يمكن في هذه الحالة الحكم بأخلاقيات هذا النشاط" (نيازي، ٢٠٠٩).

آداب وأخلاقيات المهنة: مجموعة من القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة، بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة وشرفها (نيازي، ٢٠٠٩).

أخلاقيات الإعلام: هي عملية صنع القرار أو الاختيار في وسائل الإعلام علي مبادئ أخلاقية (نصر، ٢٠١٧)

التشريعات الإعلامية: هي مجموعة القواعد القانونية الناظمة للعملية الإعلامية ووسائلها ونشاطاتها كافة (من صحافة ومطبوعات دورية وإذاعة وتلفاز وسينما وأفلام وثائقية ووكالات أنباء... إلخ) حيث تبين هذه القواعد ضوابط النشاط الإعلامي (حقوق الإعلاميين وواجباتهم) والمسؤولية الناجمة عن خرق هذه الضوابط.

موثيق الشرف المهنية: هي مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الالتزام بها من جانب الصحفيين والإعلاميين في المجتمع (نصر، ٢٠١٧).

التربية الإعلامية: والمقصود بالتربية الإعلامية في هذا الموضوع: هو عملية تدريب الأفراد على كيفية التعامل مع وسائل الإعلام المختلفة، من خلال إكسابهم معلومات ومعارف ومهارات تساعد في التعامل بشكل صحيح مع هذه الوسائل.

المدخل النظري للدراسة:

تستند الدراسة في بناء متغيراتها وتفسير نتائجها إلي نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام Social Responsibility Theory، إذ تهتم هذه النظرية بتحديد الوظائف التي ينبغي أن تقدمها وسائل الإعلام لأفراد المجتمع، وتحديد المعايير الأساسية للأداء الإعلامي، بجانب القيم المهنية التي تحكم سلوكيات القائمين بالاتصال في أداء واجباتهم الوظيفية، كما أوصت بعدم اللجوء إلى وسائل غير

شرعية لدفع مصادر المعلومات إلى الإدلاء بالمعلومات (Norma Owens ،
١٩٩٤ : ٧٧).

وقد ظهرت هذه النظرية فى إطار تحقيق نوع من التوازن والتوافق بين واجبات ومصالح كل من الأفراد والمجتمع وذلك حسب تطور مفهوم الليبرالية، فمن بداية القرن العشرين ظهرت بعض الآراء التى تؤكد أهمية تحليل الدور الوظيفى للصحافة فى إطار فكرة المسئولية الاجتماعية، والذى يتركز أولاً فى تقديم المثل العليا، والموضوعية والصدق، والاهتمام بمشكلات المجتمع، والإحساس بالمسئولية الأخلاقية، وعدم الخضوع للهيمنة، والتعبير عن الذاتية والأنانية، والسعى كلية لتحقيق الخير للإنسانية، والعمل على تطبيق مبادئ حقوق الإنسان عامة. كما أهتمت بالقيم التى يجب أن تحكم عملية جمع وتحديد الأخبار، وأشارت إلى ضرورة احترام حرمة الحياة الخاصة للأفراد، مع عدم التفريط فى الكشف عن أى فساد يهدد المجتمع (عبد الرحمن، عبدالله، ٢٠٠٢ : ١٧١-١٧٢).

وتطرقت نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام إلى قيم المعالجة الإعلامية للموضوعات والإحداث والقضايا المختلفة، والتى يجب أن تشمل على الصدق، الدقة، الشمول (خلفية الحدث – الأشخاص الفاعلين – طبيعة الظروف المكانية والزمانية – الأبعاد السياسية والاقتصادية للحدث)، والموضوعية بأبعادها المختلفة (الإسناد – التوازن – فصل الخبر عن الرأى – اللغة المستخدمة (عبدالباقي، عيسى، ٢٠١٦ : ١٥-١١٩).

وترتكز نظرية المسئولية الاجتماعية والأخلاقية لوسائل الإعلام على ثلاثة أبعاد رئيسية يتصل البعد الأول بالوظائف التى ينبغى أن يؤديها الإعلام المعاصر ، ويتصل البعد الثانى بمعايير الأداء، بينما يتصل البعد الثالث بالقيم المهنية التى ينبغى مراعاتها فى العمل الإعلامى.

كما قدم Voakes (٢٠٠٠ : ١٤ – ٢٩) البعد الأخلاقى لنظرية المسئولية الاجتماعية من خلال التعرف على قدرة الصحفيين على تحقيق التوازن بين الإعتبارات الأخلاقية والقانونية أثناء العمل الصحفى، وأشار إلى وجود ثلاثة نماذج تحكم العلاقة بين القانون والأخلاق فى العمل الصحفى، وهى: نموذج الانعزال الذى يعطى الأولوية للقانون ، ونموذج التوافق الذى يستبعد التناقض بين القانون والأخلاقيات، ونموذج المسئولية الذى يوازن بين القانون والأخلاقيات مع دخول

متغيرات أخرى فى التأثير منها، أخلاقيات المهنة، السياسة التحريرية، الجمهور، المصادر، زملاء المهنة، والمعلنون، وجماعات الأصدقاء.

المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية:

تنطوى نظرية المسؤولية الاجتماعية على عدة مبادئ (حسام الدين، محمد، ١٩٩٦: ١٢٥-١٢٨)، وهى :

١. قيام وسائل الإعلام بالتزاماتها الاجتماعية فى خدمة المجتمع وأفراده وإتاحة الفرصة أمام مختلف الآراء للتعبير عن نفسها ووضع مقاييس مهنية من الصدق والدقة والتوازن حتى تحصل على ثقة الجمهور .
٢. إن وسائل الإعلام لديها التزامات تجاه المجتمع يجب أن تضطلع بها لتحصل على ثقة الجمهور
٣. إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الدقة والحقيقة والموضوعية والتوازن .
٤. تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء فى المجتمع وحق الأفراد فى الرد والتعليق فى مختلف وجهات النظر .
٥. إن الالتزام بهذه المعايير يجعل الجمهور يتوقع إنجازاً راقياً لوسائل الإعلام حيث أنها تتيح الفرصة الكاملة لكافة المواطنين للإطلاع على المعلومات اللازمة وبالتالي فإن تدخله فى هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام .
٦. يجب ألا تقل مسؤولية الإعلاميين والمهنيين فى وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم أمام الملاك.
٧. التزام الوسائل الإعلامية بمجموعة من القوانين وموائق الشرف الأخلاقية والمعايير المهنية بحيث تتجنب ما يمكن أن يؤدى إلى الجريمة والعنف والفوضى وتوجيه إهانات إلى الأقليات .
٨. إن للحكومة حق التدخل لحماية ورعاية المصلحة العامة .
٩. ضرورة الالتزام من جانب وسائل الإعلام بتقديم صورة ممثلة للمجتمع وفئاته، وأن تتجنب الصور النمطية خاصة السلبية منها تجاه فئات المجتمع المختلفة .
١٠. يجب أن تقوم وسائل الإعلام بتعيين نقاد داخليين لتقييم المضمون الذى تقدمه إلى الجمهور

١١. يجب على وسائل الإعلام أن تعبر عن وجهات النظر وأن تطرح القضايا الخلافية للنقاش وعلى الجهات الحكومية المختصة أن تراقب قيامها بهذا الدور.

ويتضح مما سبق أن مفهوم المسؤولية الاجتماعية الإعلامية يقوم على مبدأ بسيط وهو التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداته، إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع. وتستفيد الدراسة من نظرية المسؤولية الاجتماعية من خلال كون الدراسة تسعى للوقوف على مدى التزام الصحفيين في الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة المهنية والتعرف على الضغوط الخارجية والداخلية التي تؤثر على الممارسة الأخلاقية للصحفيين موضع الدراسة، وهذا ما تناولته النظرية من خلال تركيزها على التزام الصحافة بالقيم المهنية المتعارف عليها كالدقة والموضوعية والأمانة ومراعاة ثقافة المجتمع ومعتقداتهم إضافة لقيامها بوظائف تتصل بتلبية حاجات المجتمع. وبالتالي فإن هناك مجموعة التزامات على وسائل الإعلام أن تقوم بها من خلال الالتزام بالمعايير، وتجنب ما يخالف تلك القيم والالتزامات، كما أن للصحافة حقا على المجتمع يتمثل في أن التدخل في شئون الصحافة لا يكون إلا في إطار المصلحة العامة.

تساؤلات الدراسة:

١. إلي أي مدى يلتزم الصحفيين في الصحف الإماراتية بالمعايير الأخلاقية المهنية؟
٢. ما القيم المهنية التي يراعيها القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية؟
٣. ما المرجعيات الأساسية التي يعتمد عليها الصحفيين في الصحف الإماراتية عند مواجهة معضلة أخلاقية؟
٤. كيف يتم تقييم الأداء المهني للقائم بالاتصال في الصحف الإماراتية من قبل المسؤولين؟
٥. ما الضغوط التي تواجه الصحفيين في الصحف الإماراتية؟ وإلى أي مدى يمكن أن تؤثر على أدائهم المهني؟
٦. كيف يحدد الصحفيون العاملون في الصحف الإماراتية العوامل التي تساعد في تعزيز السلوك المهني؟

الإطار المنهجي للدراسة:

- منهج الدراسة:

تعتمد الدراسة علي منهج المسح من خلال تصميم استمارة استبانة تجيب أسئلتها عن تساؤلات الدراسة، حيث تم إجراء المقابلات مع القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية موضع الدراسة.

- مجتمع الدراسة وعينتها :

استهدفت الدراسة القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية مجتمعاً للدراسة من صحف البيان والإمارات اليوم والخليج والاتحاد وهي الصحف اليومية الكبرى التي يري الباحث أنها الأكثر شعبية في الإمارات والتي يعمل بها صحفيون من جنسيات عربية متعددة، واستخدم الباحث أسلوب العينة العشوائية الحصصية وكان الهدف الحصول علي (٢٠) مفردة من كل صحيفة، وقد وزع الباحث (٣٠) استبانة علي القائمين بالاتصال في كل صحيفة، استجاب منهم (٦٠) مفردة من الصحف الأربع عينة الدراسة بنسب متقاربة بعد أن روعي في اختيار العينة ما يلي :

- أن تجري الدراسة علي المحررين والمخرجين الصحفيين فقط وتم استبعاد الإداريين والفنيين.
- أن تجري الدراسة علي الصحفيين في الصحف اليومية وليس الإصدارات الأسبوعية للمؤسسة

جدول (١)

خصائص عينة البحث ونسبتها المئوية

النسبة المئوية	التكرارات	الخصائص	مسلسل
20%	10	الإمارات	١ الجنسية :
40%	20	مصر	
24%	12	المشرق والخليج العربي	
16%	8	شمال أفريقيا والمغرب العربي	
100%	50	المجموع	

		النوع :	٢
70%	35	● ذكر	
30%	15	● أنثى	
100%	50	المجموع	
		السن :	٣
16%	8	● أقل من ٣٥ سنة	
26%	13	● من ٣٥ سنة الى ٤٠ سنة	
30%	15	● من ٤٠ سنة الى ٤٥ سنة	
28%	14	● من ٤٥ سنة فأكثر	
100%	50	المجموع	
		الصحيفة التي يعمل بها :	٤
56%	28	● البيان	
10%	5	● الامارات اليوم	
24%	12	● الخليج	
10%	5	● الاتحاد	
100%	50	المجموع	
		عدد سنوات العمل بالصحافة :	٥
28%	15	● اقل من ٥ سنوات	
36%	18	● من ٥ سنوات الى اقل من ١٠ سنوات	
20%	10	● من ١٠ سنوات الى اقل من ١٥ سنوات	
16%	8	● سنوات	
		● أكثر من ١٥ سنوات	
100%	50	المجموع	
		الجامعة التي تخرج منها:	٦
40%	20	● جامعة مصرية	
20%	10	● جامعة امارتية	

24%	12	● جامعة في دول المشرق العربي
16%	8	● جامعة في دول المغرب العربي وشمال افريقيا
100%	50	المجموع

- أسلوب جمع البيانات وتحليلها:

تم استخدام صحيفة استبيان* لجمع البيانات، وقد تم تصميم الصحيفة في ضوء أهداف و تساؤلات الدراسة، وقد طبقت الاستمارة على عينة قوامها ٦٠ مفردة من القائمين بالاتصال، تم استبعاد عدد (٥) استمارات لعدم تعاون المبحوثين الصادق، واستبعاد عدد (٥) استمارات أخرى نتيجة عدم التطابق مع أهداف الدراسة

قام الباحث بجمع البيانات من خلال المقابلة الشخصية مع المبحوثين لضمان أكبر قدر من دقة الإجابات وقد تمت عملية جمع البيانات في شهر أكتوبر ٢٠١٧. واعتمد الباحث في تحليل نتائج هذه الدراسة علي مجموعة من الأساليب الإحصائية الوصفية لوصف وترتيب اتجاهات المبحوثين وفقا لمتغيرات الدراسة.

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج العامة للدراسة:-

تشير النتائج في الجدول رقم (١) والخاص بالخصائص الديموغرافية إلي تنوع الجنسيات التي تم تطبيق الدراسة عليها لتغطي الغالبية العظمي من الجنسيات العربية وتأتي الجنسية المصرية في المرتبة الأولى بين المبحوثين من أفراد العينة بنسبة ٤٠% تليها الجنسية الإماراتية بنسبة ٢٠% ثم دول المشرق والخليج العربي ١٢% ثم دول شمال أفريقيا والمغرب العربي بنسبة ٨%.

ومن حيث السن تشير النتائج إلى أن النسب المئوية للمبحوثين جاءت كالتالي (٤٠ إلى أقل من ٤٥) كانت الفئة العمرية الأعلى بنسبة ٣٠%، تلتها الفئة العمرية (من ٤٥ فأكثر) بنسبة ٢٨% ثم الفئة العمرية من (٣٥ إلى أقل من ٤٠) بنسبة ٢٦% أما المبحوثين ذات الفئة العمرية أقل من ٣٥ سنة فكانت نسبتهم ١٦%. وتشير هذه النتائج إلى أن الصحف الإماراتية تعتمد علي الفئة العمرية الأكبر من ٣٥ عاما ويمكن تفسير ذلك في اطار حرص المؤسسات الصحفية الإماراتية علي استقطاب الخبرات الصحفية من مختلف الدول العربية .

ومن حيث النوع تشير النتائج إلى ارتفاع نسبة الذكور بالمقارنة بنسبة الإناث، حيث بلغت نسبة الذكور في العينة ٧٠% بينما بلغت نسبة الإناث ٣٠% ويرى الباحث أن ذلك يرجع لكون مهنة الصحافة من المهن الصعبة التي قد لا تتوافق مع طبيعة المرأة بصفة عامة، والمرأة العربية بوجه الخصوص حيث أن هذه المهنة تفرض عليها أحيانا العمل ليلا والسفر والمبيت خارجا، وهذا ما يجعلها تفضل العمل في مناصب أخرى عوضا عن الصحافة.

ومن حيث الأقدمية في العمل يبين الجدول السابق النسب المئوية لتوزيع الباحثين تبعاً لأقدميتهم في العمل حيث جاءت أعلى نسبة فيه للصحافيين ذوي أقدمية تتراوح من ٥ إلى أقل من ١٠ سنوات والتي قدرت بـ ٣٦%، ويأتي بعدها على التوالي الصحافيين ذوي أقدمية أقل من ٥ سنوات بنسبة ٢٨%، ومن ١٠ إلى أقل من ١٥ بنسبة ٢٠% والملاحظ أن ذوي الأقدمية من ١٥ سنة فأكثر هم النسبة الأقل ويعزي الباحث ذلك إلى أن المؤسسات الإعلامية الإماراتية تحاول التجديد في مواردها البشرية للاستفادة من الطاقات الفكرية الشابة، والتي تكون أكثر قابلية للعمل وأكثر مسאיورة للتطورات الحاصلة والمبتكرات الجديدة.

ومن حيث التخصص تشير النتائج أن نسبة خريجي الصحافة والإعلام من الباحثين العاملين في المؤسسات الصحفية الإماراتية هي ٥٨% وأن نسبة الباحثين من غير تخصص الإعلام ٤٢% وهذا يدل على حرص المؤسسات الصحفية الإماراتية على التخصص كمعيار مرجح للتعيين في الأونة الأخيرة ويرى الباحث أن زيادة عدد الصحفيين المؤهلين من خريجي كليات الصحافة والإعلام سيؤدي ذلك بالضرورة إلى ضمان الحد الأدنى من تثقيف الصحفيين بمواثيق وأخلاقيات المهنة أثناء الممارسة المهنية من خلال دراستهم مقررات الأخلاقيات الإعلامية.

جدول (٢)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية ن = ٥٠

م	مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية	الاستجابات		لا	
		ك	%	ك	%
١	مبادئ قانونية ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحافة	41	82%	9	18%
٢	الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانوناً	6	12%	44	88%
٣	الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي لمهنته قانونياً	9	18%	41	82%
٤	الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي	23	46%	27	54%

يوضح جدول (٢) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (١٢% إلى ٨٢%) وجاء ترتيب مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية كما يلي:-

- جاءت مبادئ قانونية ومعايير أخلاقية تنظم مهنة الصحافة في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٨٢%
- جاءت الحقوق والواجبات القانونية التي يلتزم بها الصحفي في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٤٦%
- جاءت الحقوق التي تكفل ممارسة الصحفي لمهنته قانونياً في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ١٨%
- جاءت الواجبات التي يلتزم بها الصحفي قانوناً في الترتيب الرابع بنسبة موافقة بلغت ١٢%

يتضح من النتائج أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يرون أن مفهوم أخلاقيات الممارسة المهنية يتمثل في الجمع بين المبادئ القانونية والمعايير الأخلاقية في آن واحد، في المقام الأول وبنسبة كبيرة يليه مفهوم الجمع بين الحقوق والواجبات أيضاً في آن واحد، أما مفهوم الممارسة المهنية علي أنها حقوق فقط تكفل للصحفي ممارسة مهنته أو مفهوم الممارسة المهنية علي أنها واجبات فقط يلتزم بها الصحفي

قانوناً، لم يتجاوب مع هذان المفهومين سوى نسبة قليلة من الصحفيين قيد الدراسة. ويمكن تفسير الفهم الواعي لمفهوم أخلاقيات المهنة من قبل الصحفيين المبحوثين، في ضوء نتائج الجدول (١) من هذه الدراسة التي كشفت أن نسبة كبيرة من الصحفيين العاملين في الصحف الإماراتية من خريجي تخصصات الصحافة والإعلام كما أن نسبة كبيرة من الصحفيين العاملين في الصحف الإماراتية من ذوي الخبرة المهنية بأقدمية من خمس سنوات إلى أكثر من ١٥ سنة بنسبة ٧٢%.

جدول (٣)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول أكثر المصادر التي استفاد منها المبحوثين في الإلمام بقواعد أخلاقيات المهنة الصحفية

ن = ٥٠

لا	نعم		الاستجابات	أكثر المصادر
	ك	%		
74%	37	26%	13	1 المقررات الدراسية (مقرر اخلاقيات الصحافة)
64%	32	36%	18	2 التنظيمات المهنية (النقابات والأندية الصحفية)
60%	30	40%	20	3 التشريعات والقوانين الصحفية المعمول بها داخل الدولة
40%	20	60%	30	4 المؤسسة الصحفية التي اعمل بها

يوضح جدول (٣) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول أكثر المصادر التي استفدت منها في الإلمام بقواعد أخلاقيات المهنة الصحفية، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (٢٦% إلى ٦٠%) وجاء ترتيب أكثر المصادر التي استفدت منها في الإلمام بقواعد أخلاقيات المهنة الصحفية كما يلي :-

- جاءت المؤسسة الصحفية التي أعمل بها في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٦٠%.
- جاءت التشريعات والقوانين الصحفية المعمول بها داخل الدولة في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٤٠%.
- جاءت التنظيمات المهنية (النقابات والأندية الصحفية) في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٣٦%.

- جاءت المقررات الدراسية (مقرر أخلاقيات الصحافة) في الترتيب الرابع بنسبة موافقة بلغت ٢٦%.

وهكذا يتضح من النتائج قوة تأثير المتغيرات المتعلقة بالمؤسسة التي يعمل في إطارها القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية علي الإلمام بقواعد أخلاقيات المهنة في الصحف الإماراتية حيث أكد المبحوثين أن المؤسسة الصحفية هي المصدر الأول الذي يلجأون إليه للإلمام بقواعد أخلاقيات المهنة بنسبة ٦٠%، تلتها التشريعات والقوانين الصحفية بنسبة ٤٠% ثم التنظيمات المهنية بنسبة ٣٦%

ولذا من الضروري قيام المؤسسات الإعلامية بدورها في خلق بيئة اتصالية أفضل من حيث المهنية والأخلاقية وذلك من خلال نشر الموثيق الأخلاقية وتوزيعها على العاملين فيها ورفع مستوى الوعي الأخلاقي لديهم من خلال عقد الندوات والمؤتمرات وجلسات العمل والدورات التدريبية التي تعنى بالأمور الأخلاقية وبالمواصفات التي يجب أن تتوافر في القائم بالاتصال.

كما كشفت النتائج أعلاه عن تدني استفادة الصحفيين المبحوثين من المقررات الدراسية في مجال الأخلاقيات كمصدر من مصادر الإلمام بقواعد الأخلاقيات المهنية، وتتفق هذه النتيجة مع ما جاء في نتائج دراسة (المكاوي، ٢٠١٨) ودراسة (نصر، ٢٠١٦) ودراسة (عايش، ٢٠١٦) التي توصلت إلي أن المقررات الدراسية للأخلاقيات الإعلامية في برامج الجامعات العربية تعاني مشكلات عدة.

جدول (٤)

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتكرارات والنسبة المئوية والترتيب
لاستجابات عينة البحث حول معايير وقواعد السلوك المهني الأكثر أهمية في
الممارسة الفعلية عند القائمين بالاتصال

ن = ٥٠

م	معايير وقواعد السلوك المهني	س	ع	لا		متوسطة		كبيرة		اجمالي الردود		عدم الرد	
				%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
1	فصل الراى عن المعلومات والوقائع	2.62	- 0.49	0%	0	22%	11	36%	18	58%	29	42%	21
2	عدم التحيز والتجرد من الاهواء الشخصية	2.72	0.53	2%	1	12%	6	44%	22	58%	29	42%	21
3	الموضوعية فى المعالجة بعيدا عن التهويل والتهوين	2.55	57	2%	1	22%	11	34%	17	58%	29	42%	21
4	عدم اطلاق الاحكام والتعميم	2.55	0.57	2%	1	22%	11	34%	17	58%	29	42%	21
5	الدقة فى إثبات المصادر والتواريخ والأسماء والأرقام والصفات والإحصاءات	2.55	- 0.51	0%	0	26%	13	32%	16	58%	29	42%	21
6	البعد عن استخدام الأخبار المجهولة	2.55	0.57	2%	1	22%	11	34%	17	58%	29	42%	21
7	عدم خلط الإعلان بالتحريير	2.24	0.69	8%	4	28%	14	22%	11	58%	29	42%	21

42%	21	58%	29	18%	9	28%	14	12%	6	0.72	2.10	8 شرح الحدث في إطار الظروف المحيطة به
42%	21	58%	29	24%	12	28%	14	6%	3	0.66	2.31	9 إيراد التفاصيل اللازمة عن الشخصيات البارزة في الحدث
42%	21	58%	29	22%	11	34%	17	2%	1	0.55	2.34	10 عرض وجهات النظر المختلفة
42%	21	58%	29	22%	11	30%	15	6%	3	0.65	2.28	11 التوازن في الاتجاه داخل الصحيفة بين الأيجابي والسلبي
42%	21	58%	29	28%	14	24%	12	8%	4	0.71	2.31	12 التوازن في الاتجاه داخل الموضوع
42%	21	58%	29	14%	7	30%	15	14%	7	0.71	2.00	13 الاتساق في حجم المساحة الممنوحة لأطراف الحدث
42%	21	58%	29	16%	8	26%	13	16%	8	0.76	2.00	14 التوازن في طبيعة المصادر التي تعتمد عليها
42%	21	58%	29	36%	18	18%	9	4%	2	0.63	2.55	15 احترام عقلية القراء
42%	21	58%	29	34%	17	18%	9	6%	3	0.69	2.48	16 مراعاة حرمة الحياة الخاصة
42%	21	58%	29	28%	14	28%	14	2%	1	0.57	2.45	17 معالجة المشكلات والقضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور
42%	21	58%	29	28%	14	26%	13	4%	2	0.63	2.41	18 طرح القضايا الجادة

19	الوضوح في الافكار والاتجاهات وأساليب العرض	2.14	0.69	5	10%	15	30%	9	18%	29	58%	21	42%
20	الاعتماد على المصادر الرسمية في استفتاء الاخبار	2.41	0.64	2	4%	13	26%	14	28%	29	58%	21	42%
21	عدم البالغة في المساحات الاعلانية	1.90	0.72	9	18%	14	28%	6	12%	29	58%	21	42%
22	الاستقلال عن توجهات المالكين	2.41	0.55	7	14%	15	30%	7	14%	29	58%	21	42%
23	مراعاة المسؤولية الاجتماعية	2.35	0.56	2	4%	8	16%	19	38%	29	58%	21	42%

يوضح جدول (٤) الترتيب والتكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول معايير وقواعد السلوك المهني الأكثر أهمية في الممارسة الفعلية عند القائمين بالاتصال وقد تراوح المتوسط الحسابي للعبارات ما بين (١,٩٠ الى ٢,٥٥) وقد تحدد درجة الاهمية لهذه المعايير طبقا للاستجابة (كبيرة) كما يلي:-

- حصل معيار عدم التحيز والتجرد من الاهواء الشخصية على الاهمية الاولى بنسبة بلغت ٤٤%.
- حصل معيار مراعاة المسؤولية الاجتماعية على الاهمية الثانية بنسبة بلغت ٣٨%.
- حصل معيار فصل الرأي عن المعلومات والوقائع، واحترام عقلية القراء على الاهمية الثالثة والثالث مكرر بنسبة بلغت ٣٦%.
- حصل معيار الموضوعية في المعالجة بعيدا عن التهويل والتهوين، وعدم إطلاق الأحكام والتعميم، البعد عن استخدام الأخبار المجهولة، مراعاة حرمة الحياة الخاصة على الاهمية الخامسة والخامسة مكرر بنسبة بلغت ٣٤%.
- حصل معيار الدقة في إثبات المصادر والتواريخ والأسماء والأرقام والصفات والإحصاءات على الاهمية التاسعة بنسبة بلغت ٣٢%.

- حصل معيار التوازن في الاتجاه داخل الموضوع على الأهمية العاشرة بنسبة بلغت ٢٨%.
 - حصل معيار معالجة المشكلات والقضايا التي تمس مصالح واهتمامات الجمهور، وطرح القضايا الجادة، والاعتماد على المصادر الرسمية في استفتاء الأخبار على الأهمية الحادية عشر والحادي عشر مكرر بنسبة بلغت ٢٨%.
 - حصل معيار إيراد التفاصيل اللازمة عن الشخصيات البارزة في الحدث على الأهمية الرابع عشر بنسبة بلغت ٢٤%.
 - حصل معيار عدم خلط الإعلان بالتحريير، عرض وجهات النظر المختلفة، التوازن في الاتجاه داخل الصحيفة بين الايجابي والسلبي على الأهمية الخامس عشر والخامس عشر مكرر بنسبة بلغت ٢٢%.
 - حصل معيار شرح الحدث في إطار الظروف المحيطة به، والوضوح في الأفكار والاتجاهات وأساليب العرض على الأهمية الثامن عشر والثامن عشر مكرر بنسبة بلغت ١٨%.
 - حصل معيار التوازن في طبيعة المصادر التي تعتمد عليها على الأهمية العشرون بنسبة بلغت ١٦%.
 - حصل معيار الاتساق في حجم المساحة الممنوحة لأطراف الحدث، الاستقلال عن توجهات المالكين على الأهمية الحادي والعشرون والحادي والعشرون مكرر بنسبة بلغت ١٤%.
 - حصل معيار عدم البالغة في المساحات الإعلانية على الأهمية الثالث والعشرون بنسبة بلغت ١٢%.
- يتضح من النتائج أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يرون أن قواعد السلوك المهني الأكثر أهمية في العمل الصحافي هي القواعد المتصلة بالصحفي كفرد من حيث التجرد من الأهواء وعدم التحيز، مراعاة المسؤولية الاجتماعية، فصل الرأي عن الحقائق، الموضوعية، الدقة وغيرها من المعايير التي يقع تطبيقها في الأساس علي عاتق الصحفيين أنفسهم . وتتفق هذه النتيجة مع ما توصل إليه محمد سعد (٢٠٠٣) في دراسته التي أظهرت أن الأخلاق الذاتية لها الحتمية الكبيرة لدي الصحفي عندما يواجه المآزق الأخلاقية والقانونية. وهو ما يتناقض مع دراسة (Voakes ٢٠٠٠) التي خلصت إلي ضعف تأثير متغير الفرد الذي جاء في ذيل المتغيرات.

كما أشارت النتائج أعلاه إلى تدني الأهمية النسبية لمعياري الإستقلال عن توجيهات المالكين و عدم المبالغة في المساحات الإعلانية اللذان احتلا المركزين قبل الأخير والأخير في الأهمية. ويمكن للباحث أن يفسر ذلك في إطار تقلص ضغوط المعلنين والملاك علي القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية وعدم تعرض الصحفيين المبحوثين لهذ الضغوطات؛ نتيجة التبني الحكومي للصحف الإماراتية من قبل الإمارة التي تصدر فيها كل صحيفة من هذه الصحف.

وهذه النتيجة تختلف مع ما توصلت إليه دراسة (المشيخي، ٢٠١٧) و (العباسي ٢٠٠٣)، التي أشارت إلي أن ضغوط المعلنين والملاك كانت علي رأس الضغوطات التي يتعرض لها الصحفيين في الصحف العمانية و الصحف المصرية والتي أدت إلي تجاوزات لمعايير الأداء الأخلاقي في هذه الصحف.

جدول (٥)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المسئول عن التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية للصحافة من وجهة نظر المبحوثين ن = ٥٠

لا		نعم		المسئول
%	ك	%	ك	
24%	12	76%	38	الصحفي
60%	30	40%	20	مالك الصحيفة
90%	45	10%	5	مصدر الخبر
52%	26	48%	24	السياسة التحريرية

يوضح جدول (٥) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المسئول عن التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية للصحافة من وجهة نظر، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (١٠% إلى ٧٦%) وجاء ترتيب المسئول عن التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية للصحافة من وجهة نظر عينة البحث كما يلي:-

- جاء الصحفي هو المسئول في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٧٦%.
- جاء السياسة التحريرية هي المسئولة في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٤٨%.
- جاء مالك الصحيفة هو المسئول في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٣٦%.
- جاء مصدر الخبر هو المسئول في الترتيب الرابع بنسبة موافقة بلغت ٢٦%.

تشير النتائج علي أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يرون أن الصحفي هو الأساس في التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية حيث جاء في الترتيب

الأول، بنسبة موافقة ٧٦%، تلتها السياسة التحريرية في الترتيب الثاني، بنسبة موافقة ٤٨% وتتفق هذه النتيجة مع دراسة (Tehranain، ٢٠٠٢) التي أشارت إلى أن موقع معظم أخلاقيات الإعلام حتى الآن هو الصحفي الفرد، لكن الصحفي الفرد يعمل في سياق الأنظمة المؤسسية والوطنية والدولية في عالم معولم. كما أظهرت النتائج أعلاه تدني مسئولية مالك الصحيفة ومصدر الخبر عن التزام الصحفيين بالصحف موضع البحث بالمعايير الأخلاقية حيث جاء في المركزين الثالث والرابع علي التوالي. وهذا يتفق مع النتيجة السابقة من الدراسة الحالية التي أشارت إلى تدني الأهمية النسبية لمعيار الإستقلال عن توجيهات المالكين .

جدول (٦)

ترتيب القيم المهنية التي يراعيها القائم بالاتصال خلال الممارسة العملية ن = ٥٠

م	الاستجابات	الاول		الثاني		الثالث		الرابع		الخامس		السادس		السابع		الثامن		المجموع	الترتيب
		ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة		
1	الموضوعية	16	128	14	98	8	48	4	20	1	4	2	6	1	2	4	4	310	الثالث
2	الدقة	15	120	13	91	5	30	10	50	4	16	1	3	-	-	2	2	312	الثاني
3	الصدق	14	112	14	98	12	72	4	20	2	8	2	4	-	-	2	2	316	الاول
4	الشمول	-	-	-	-	1	7	1	6	8	40	9	36	10	30	10	20	150	السادس
5	التوازن	2	16	1	8	1	6	2	10	11	44	12	36	10	20	6	6	146	السابع
6	التنوع	-	-	-	-	2	12	2	10	4	16	8	24	19	38	15	15	113	الثامن
7	الثقة	2	16	5	35	10	60	5	25	8	32	7	21	9	18	4	4	209	الخامس
8	الوضوح	1	8	2	14	11	66	10	50	11	44	8	24	2	4	5	5	215	الرابع

يوضح جدول (٦) استجابات عينة البحث حول ترتيب القيم المهنية التي يراعيها القائم بالاتصال عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية وجاء ترتيب المعايير كما يلي:-

- جاء قيمة الصدق في الترتيب الأول بدرجة بلغت ٣١٦.
- جاء قيمة الدقة في الترتيب الثاني بدرجة بلغت ٣١٢.
- جاء قيمة الموضوعية في الترتيب الثالث بدرجة بلغت ٣١٠.
- جاء قيمة الوضوح في الترتيب الرابع بدرجة بلغت ٢١٥.
- جاء قيمة الثقة في الترتيب الخامس بدرجة بلغت ٢٠٩.

- جاء قيمة الشمول في الترتيب السادس بدرجة بلغت ١٥٠.
- جاء قيمة التوازن في الترتيب السابع بدرجة بلغت ١٤٦.
- جاء قيمة التنوع في الترتيب الثامن بدرجة بلغت ١١٣.

وفقا لما سبق من نتائج جاءت قيم الصدق (٣١٦)، والدقة (٣١٢)، والموضوعية (٣١٠)، في مقدمة سلم القيم المهنية التي يراعيها القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية، ويمكن تفسير ذلك في إطار احترام القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية لما جاء من قيم في ميثاق الشرف الصحفي وأخلاقيات المهنة الإماراتي، والذي ينص في بنده الأول علي: "احترام الحقيقة وحق الجمهور في الوصول إليها، ودقة المعلومات الموجهة للعامّة هي مبادئ ملزمة للصحافة والصحفيين، وتأتي في مقدمة واجباتهم".

وجاءت في منتصف سلم القيم المهنية الوضوح (٢١٥)، والثقة (٢٠٩)، في حين جاءت في أسفل السلم قيم الشمول (١٥٠)، والتوازن (١٤٦)، والتنوع (١١٣).

جدول (٧)

المتوسط الحسابى والانحراف المعياري والتكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المعايير التي يتم مراعاتها عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية

ن = ٥٠

م	معايير انتقاء ونشر الموضوعات	س	ع	لا		احيانا		دائما	
				ك	%	ك	%	ك	%
1	ان تتوافق مع السياسة التحريرية للجريدة	2.92	0.27	-	-	4	8	46	92
2	ان تراعى اهتمامات ورغبات الجماهير	2.56	0.54	1	2	20	40	29	58
3	ان تراعى مصلحة المجتمع	2.86	0.35	-	-	7	14	43	86
4	ان تضع فى الاعتبار معايير واخلاقيات الممارسة المهنية	2.86	0.35	-	-	7	14	43	86
5	ان تؤدى الى زيادة توزيع الصحيفة	2.52	0.54	1	2	22	44	27	54
6	التركيز على ما يهملة الصحفيون الاخرون	2.20	0.70	8	16	24	48	18	38
7	عدم التعرض على الحياة الخاصة للاخرين	2.80	0.50	2	4	6	12	42	84
8	السبق الصحفى	2.84	0.37	-	-	8	16	42	84
9	لا توجد معايير محددة	1.38	0.64	35	70	11	22	4	8

يوضح جدول (٧) الترتيب والتكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المعايير التي يتم مراعاتها من قبل المبحوثين عند انتقاء ونشر الموضوعات في الجريدة، تراوح المتوسط الحسابى ما بين (١,٣٨ الى ٢,٩٢%) كما تراوحت نسبة الاختيار دائما ما بين (٨% الى ٩٢%) وجاء ترتيب المعايير طبقا لاختيار (دائما) كما يلى:-

- جاءت معايير ان تتوافق مع السياسة التحريرية للجريدة فى الترتيب الاول بنسبة موافقة بلغت ٩٢%.
- جاءت معايير أن تراعى مصلحة المجتمع، وان تضع فى الاعتبار معايير وأخلاقيات الممارسة المهنية فى الترتيب الثانى والثانى مكرر بنسبة موافقة بلغت ٨٦%.

- جاءت معايير عدم التعرض على الحياة الخاصة للآخرين، والسبق الصحفي في الترتيب الرابع والرابع مكرر بنسبة موافقة بلغت ٨٤%.
- جاءت معايير ان تراعى اهتمامات ورغبات الجماهير في الترتيب السادس بنسبة موافقة بلغت ٥٨% .
- جاءت معايير ان تؤدي الى زيادة توزيع الصحيفة في الترتيب السابع بنسبة موافقة بلغت ٥٤%
- جاءت معايير التركيز على ما يهمله الصحفيون الاخرون في الترتيب الثامن بنسبة موافقة بلغت ٣٨%.
- جاءت معايير لا توجد معايير محددة في الترتيب التاسع بنسبة موافقة بلغت ٨%.

يتضح من النتائج أن المبحوثين في ترتيبهم للمعايير التي علي أساسها يتم انتقاء ونشر الموضوعات في الجريدة، جاء معيار التوافق مع السياسة التحريرية للجريدة في الترتيب الأول وهذا ما أكدت عليه النتائج السابقة من هذه الدراسة من أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتبرون السياسة التحريرية للجريدة علي رأس السلم في التزام الصحفيين بالمعايير المهنية . كما جاء في الترتيب الثاني والثاني مكرر أن تراعي مصلحة المجتمع، وأن تراعي أخلاقيات الممارسة المهنية والأخلاقية، فيما جاء معيار أن تؤدي إلي زيادة التوزيع في الترتيب السابع، وهذا يؤكد علي أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يعلنون مصلحة المجتمع، ويراعون أخلاقيات الممارسة المهنية علي السعي للتوزيع والشهرة.

جدول (٨)

استجابات عينة البحث حول ترتيب معايير تقييم عمل وأداء الصحفي في الجريدة

ن = ٥٠

الترتيب	المجموع	عدم الرد	اجمالي الردود	الخامس × 1		الرابع × 2		الثالث × 3		الثاني × 4		الاول × 5		الاستجابات المعايير	م
				ك	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك	درجة	ك		
التاسع	19	44	6	1	1	2	1	6	2	-	-	10	2	ساعات العمل	1
الرابع عشر	11	46	4	-	-	2	2	-	-	4	1	5	1	اعجاب الرؤساء	2
الثامن	20	43	7	2	2	2	1	3	1	8	2	5	1	كشف الانتاج	3
الحادى عشر	18	44	6	1	1	-	-	12	4	-	-	5	1	رسائل القراء	4
الثالث عشر	16	42	8	2	2	8	4	6	2	-	-	-	-	مساحة ما ينشر بالجريدة	5
السادس	65	23	27	7	7	18	9	15	5	20	5	5	1	كثرة مصادر الصحفي	6
التاسع مكرر	19	43	7	-	-	8	4	3	1	8	2	-	-	القرابة والصداقة	7
السابع	61	28	22	7	7	4	2	12	4	28	7	10	2	تقديم موضوعات تثير ردود افعال لدى المسؤولين	8
الاول	146	11	39	7	7	4	2	15	5	20	5	100	20	السبق الصحفي	9
الخامس	71	27	23	6	6	4	2	15	5	16	4	30	6	ارتباطة بالقراء	10
الثاني	110	14	36	6	6	22	11	9	3	28	7	45	9	الموهبة والخبرة الصحفية	11
الثاني عشر	17	43	7	1	1	4	2	12	4	-	-	-	-	الحصول على دورات تدريبية	12
الثالث	89	20	30	6	6	8	4	24	8	36	9	15	3	الالتزام بمعايير الممارسة المهنية	13
الرابع	77	24	26	4	4	12	6	18	6	28	7	15	3	الالتزام بمواثيق الشرف الصحفية	14

يوضح جدول (٨) ترتيب معايير تقييم عمل وأداء الصحفي في الجريدة وجاء ترتيب أهم 5 معايير من وجهة نظر الصحفيين تقيم من خلالها عمل وأداء الصحفي وهو كما يلي:-

- جاء معيار السبق الصحفي فى الترتيب الأول بدرجة بلغت ١٤٦.
- جاء معيار الموهبة والخبرة الصحفية فى الترتيب الثانى بدرجة بلغت ١١٠.
- جاء معيار الالتزام بمعايير الممارسة المهنية فى الترتيب الثالث بدرجة بلغت ٨٩.
- جاء معيار الالتزام بمواثيق الشرف الصحفية فى الترتيب الرابع بدرجة بلغت ٧٧.
- جاء معيار ارتباطه بالقراء فى الترتيب الخامس بدرجة بلغت ٧١.

يتضح من النتائج أن أهم خمس معايير من وجهة نظر الصحفيين تقيم من خلالها عمل وأداء الصحفي، هي المعايير المرتبطة بالتقييم الكيفي للصحفي مثل: السبق الصحفي، والموهبة والخبرة، والالتزام المهني الأخلاقي تجاه الجمهور، بعيدة عن التقييم الكمي والذي جاءت عناصره في أسفل السلم في ترتيب متدني وهي: ساعات العمل، مساحة ما ينشر، رسائل القراء، كثرة مصادر الصحفي. وهذا يمكن أن يشير إلي أن التقييم داخل المؤسسات الصحفية الإماراتية يعتمد علي جودة ما ينتج وليس كميته.

جدول (٩)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول التناقض بين العمل الاعلامى فى المؤسسة التى يعمل بها المبحوثين ومعايير الأداء المهني الاخلاقى.

ن = ٥٠

م	العبارة	التكرار	النسبة المئوية
1	تلتزم بمعايير الاداء المهني وتصبر عليها	12	24%
2	متطلبات المؤسسة اولا	9	18%
3	تعذر عن اداء العمل	7	14%
4	تلتزم بما يمليه عليك ضميرك	22	44%
	المجموع	50	100%

يوضح جدول (٩) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول التناقض بين متطلبات العمل الاعلامى فى المؤسسة التى تعمل بها المبحوثين ومعايير الأداء المهني الاخلاقى، وقد تراوحت النسبة المئوية للاستجابات ما بين (١٤% الى ٤٤%) وجاء الترتيب كما يلي :-

- جاءت العبارة تلتزم بما يمليه عليك ضميرك بها في الترتيب الاول بنسبة موافقة بلغت ٤٤%.
 - جاءت العبارة تلتزم بمعايير الاداء المهني وتصر عليها في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٢٤%.
 - جاءت العبارة متطلبات المؤسسة اولا في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ١٨%.
 - جاءت العبارة تعذر عن اداء العمل في الترتيب الرابع بنسبة موافقة بلغت ١٤%.
- يتضح من النتائج أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يتمسكون بالمبادئ الأخلاقية علي حساب متطلبات العمل والمؤسسة في حال وجود تعارض بينهما.

جدول (١٠)

استجابات عينة البحث حول اضطرار القائم بالاتصال للتعبير عن أفكار وآراء تتناقض ومعايير الأداء المهني الأخلاقي.

ن = ٥٠

م	الاستجابات					
	احيانا		نادرا		ابدا	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	18	36%	22	44%	10	20%

يوضح جدول (١٠) استجابات عينة البحث حول اضطرار القائم بالاتصال للتعبير عن أفكار وآراء تتناقض مع معايير الأداء المهني الأخلاقي، وقد بلغت نسب الاستجابة (احيانا) (٣٦%) بينما جاءت الاستجابة (نادرا) ما يحدث التناقض بين العمل الاعلامي في المؤسسة التي تعمل بها ومعايير الاداء المهني الاخلاقي بنسبة بلغت (٤٤%).

يتضح من النتائج أن مساحة الاتفاق علي العمل المهني الأخلاقي بين المؤسسة والقائمين بالاتصال فيها هي السمة الأساسية في المؤسسات الصحفية الإماراتية وأن الإختلاف حول المسائل الأخلاقية نادر حدوثه.

جدول (١١)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول ما يفعل المبحوثين عندما يتجاوز زميل لهم أخلاقيات الممارسة المهنية

ن = ٥٠

م	التفاعل	الاستجابات		نعم	
		لا	ك	ك	%
1	تعلن اعتراضك للمسؤولين	39	78%	11	22%
2	تحثه على ضرورة وأهمية احترام اخلاقيات الممارسة المهنية	9	18%	41	82%
3	لا يستطيع فعل شيء لان ذلك مرهون بالاستمرار في عمله	46	92%	4	8%

يتضح من جدول (١٢) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول ما يفعل المبحوثين عندما يتجاوز زميل لهم أخلاقيات الممارسة المهنية، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (٨% الى ٨٢%) وجاء كيفية تفاعل المبحوثين عندما يتجاوز زميل لهم أخلاقيات الممارسة المهنية طبقا للترتيب التالي:-

- جاء التفاعل على ضرورة حثه وأهمية احترام أخلاقيات الممارسة المهنية في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٨٢%.
- جاء التفاعل تعلن اعتراضك للمسؤولين في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٢٢%.
- جاءت التفاعل لا يستطيع فعل شيء لان ذلك مرهون بالاستمرار في عملة في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٨%.

يتضح من النتائج أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يتعاملون بايجابية شديدة مع الزملاء الذين يتجاوزون أخلاقيات الممارسة المهنية حيث نال التفاعل الإيجابي - ضرورة وأهمية احترام أخلاقيات الممارسة المهنية- علي موافقة الأغلبية المطلقة من قبل المبحوثين بينما جاءت التفاعل السلبي - لا أستطيع فعل شيء- بموافقة نسبة ضئيلة جدا من المبحوثين. وهذا يؤكد علي تمسك المبحوثين في الصحف الإماراتية بتطبيق الجميع للمواثيق الأخلاقية.

جدول (١٢)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المرجعيات الأساسية التي يعتمد عليها الصحفيين في الصحف الإماراتية عند مواجهة معضلة أخلاقية.

ن = ٥٠

م	المرجعيات الأساسية	الاستجابات	
		لا	نعم
		ك	ك
		%	%
1	مواثيق الشرف الصحفية	38%	62%
2	رؤساء العمل	56%	44%
3	الزملاء	82%	18%
4	قناعاتك الشخصية	54%	46%
5	القيم والتقاليد المجتمعية	58%	42%
6	الخبرات السابقة	46%	54%
7	التنشئة الاجتماعية والدينية	74%	26%

يتضح من جدول (١٢) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المرجعيات الأساسية التي يعتمد عليها الصحفيين في الصحف الإماراتية عند مواجهة معضلة أخلاقية، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (١٨% الى ٦٢%) وجاءت المرجعيات الأساسية طبقاً للترتيب التالي :-

- جاء استخدام مرجعية مواثيق الشرف الصحفية في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٦٢%.
- جاء استخدام مرجعية الخبرات السابقة في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٥٤%.
- جاء استخدام مرجعية قناعاتك الشخصية في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٤٦%.
- جاء استخدام مرجعية رؤساء العمل في الترتيب الرابع بنسبة موافقة بلغت ٤٤%.
- جاء استخدام مرجعية القيم والتقاليد المجتمعية في الترتيب الخامس بنسبة موافقة بلغت ٤٢%.

● جاء استخدام مرجعية التنشئة الاجتماعية والدينية في الترتيب السادس بنسبة موافقة بلغت ٢٦%.

● جاء استخدام مرجعية الزملاء في الترتيب السابع بنسبة موافقة بلغت ١٨%.

يتضح من النتائج أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتمدون علي موثيق الشرف الصحفية في المقام الأول كمرجعية لهم عند مواجهة معضلة أخلاقية وهذا يتفق مع النتائج السابقة من هذه الدراسة التي تؤكد علي التزام المبحوثين بتطبيق المبادئ التي نص عليها "ميثاق الشرف الصحفي وأخلاقيات المهنة" الإماراتي.

جدول (١٣)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات الصحفية

ن = ٥٠

م	الاستجابات المصادر	لا		نعم	
		ك	%	ك	%
1	المسؤولون الحكوميون	16	32%	34	68%
2	الارشيف الصحفى ومركز المعلومات	36	68%	16	32%
3	النشرات والدوريات	37	74%	13	26%
4	الوزارات والهيئات	33	66%	17	34%
5	العلماء المتخصصون	31	62%	19	38%
6	وكالات الانباء	27	54%	23	46%
7	الانترنت	19	38%	31	62%
8	الجمهور	31	62%	19	38%

يتضح من جدول (١٣) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات الصحفية، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (٢٦% الى ٦٨%) وجاءت المصادر التي يعتمد عليها المبحوثين في الحصول على المعلومات الصحفية طبقا للترتيب التالي:-

● جاء مصدر المسؤولون الحكوميون فى الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٦٨%.

● جاء مصدر الانترنت فى الترتيب الثانى بنسبة موافقة بلغت ٦٢%.

- جاء مصدر وكالات الأنباء في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٤٦%.
 - جاء مصدرى العلماء المتخصصون، والجمهور في الترتيب الرابع والرابع مكرر بنسبة موافقة بلغت ٣٨%.
 - جاء مصدر الوزارات والهيئات في الترتيب السادس بنسبة موافقة بلغت ٣٤%.
 - جاء مصدر الارشيف الصحفى ومركز المعلومات في الترتيب السابع بنسبة موافقة بلغت ٣٢%.
 - جاء مصدر النشرات والدوريات في الترتيب الثامن بنسبة موافقة بلغت ٣٢%.
- يتضح من النتائج السابقة أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتمدون على المصادر الرسمية في المقام الأول سواء كانوا مسئولين في الحكومة أو وكالات أنباء وهذا يؤكد على حرص الصحفيين في الصحف الإماراتية على الحصول على المعلومات من مصادرها الأولية حتى تكون دقيقة ومسئولة . وفي المقابل جاءت النتائج لتشير إلى تدني اعتماد الصحفيين على المصادر الأرشيفية والنشرات والدوريات، حيث جاءت في الترتيب الأخير.

ويمكن تفسير ذلك في إطار تفعيل المبحوثين لما جاء في ميثاق الشرف الصحفى الإماراتي في بنده رقم (٤) الذي ينص على: يجب على الصحفى أن يستخدم فقط الوسائل النزيهة والمشروعة للحصول على الأنباء أو الصور أو الوثائق.

جدول (١٤)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول الضغوط التي تواجه المبحوثين في العمل المهني.

ن = ٥٠

م	الاستجابات	لا		نعم	
		ك	%	ك	%
1	ضغوط يمارسها الرؤساء في العمل	12	24%	38	76%
2	ضغوط من جانب المصادر	24	48%	26	52%
3	ضغوط من المعلنين وإعلاناتهم	37	74%	13	26%
4	ضغوط من الالتزام بمواثيق الشرف الصحفى	42	84%	8	16%
5	مخاطر التعرض للمساءلة القانونية	38	76%	12	24%
6	عدم تعاون الزملاء	46	92%	4	8%
7	ضغوط من الجمهور	44	88%	6	12%
8	ضغوط الوقت والزمن	36	72%	14	28%

يتضح من جدول (١٤) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول الضغوط التي تواجه المبحوثين في العمل المهني، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (٨% الى ٧٦%) وجاءت الضغوط التي تواجه المبحوثين في العمل المهني طبقاً للترتيب التالي :-

- جاء ضغوط يمارسها الرؤساء في العمل في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٧٦%.
- جاء ضغوط من جانب المصادر في الترتيب الثاني بنسبة موافقة بلغت ٥٢%.
- جاء ضغوط الوقت والزمن في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٢٨%.
- جاء ضغوط من المعلنين وإعلاناتهم في الترتيب الرابع بنسبة موافقة بلغت ٢٦%.
- جاء مخاطر التعرض للمساءلة القانونية في الترتيب الخامس بنسبة موافقة بلغت ٢٤%.
- جاء ضغوط من الالتزام بمواثيق الشرف الصحفي في الترتيب السادس بنسبة موافقة بلغت ١٦%.
- جاء ضغوط من الجمهور في الترتيب السابع بنسبة موافقة بلغت ١٢%.
- جاء عدم تعاون الزملاء في الترتيب الثامن بنسبة موافقة بلغت ٨%.

يتضح من النتائج السابقة أن في مقدمة الضغوط التي تواجه المبحوثين في العمل المهني في الصحف الإماراتية موضع الدراسة هي: ضغوط رؤساء العمل، وضغوط المصادر، وضغوط الوقت والزمن، ويمكن تفسير ذلك في إطار الضغوط المتصلة بطبيعة العمل الصحفي اليومي المحكوم بوقت محدد للإصدار والطباعة، بينما جاءت ضغوطات المعلنين، ومخاطر المساءلة، والالتزام بمواثيق الشرف - وهي الضغوط التي تؤثر سلباً علي التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة - جاءت أقل كثيراً كما أجاب المبحوثين وهذا يؤكد علي قلة الضغوطات السلبية الموجودة في المؤسسات الصحفية الإماراتية والتي من شأنها أن تحد من التزام الصحفيين العاملين في هذه المؤسسات بأخلاقيات الممارسة المهنية.

وهذا يختلف مع دراسة (المشيخي، ٢٠١٧)، التي توصلت إلى أن ضعف الرواتب والحوافز المالية يمثل أهم المعوقات والضغوطات التي تواجه العمل الإعلامي في السلطنة؛ بالإضافة إلى جنوح وسائل الإعلام وبخاصة الصحافة، إلى التضحية بالمضمون الإعلامي لحساب الإعلانات التجارية.

جدول (١٥)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول الاجابة على تساؤل هل يجب على الصحفيين ان يقاوموا ضغوط العمل التي يواجهونها كتهديد لنزاهتهم المهنية؟

ن = ٥٠

م	الاستجابات					
	نعم		لا		احيانا	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	26	52	8	16	16	32

يوضح جدول (١٧) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول الإجابة على تساؤل هل يجب على الصحفيين ان يقاوموا ضغوط العمل التي يواجهونها كتهديد لنزاهتهم المهنية، وقد بلغت نسب الاستجابة (نعم) (٥٢%) بينما جاءت الاستجابة (أحيانا) بنسبة بلغت (١٦%).

يتضح من النتيجة السابقة حرص الصحفيين في الصحف الإماراتية علي التمسك بالمبادئ الأخلاقية المهنية.

جدول (١٦)

التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول العوامل التي تساعد القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية في تعزيز السلوك المهني الأخلاقي

ن = ٥٠

م	الاستجابات					
	نعم		لا		العوامل	
	ك	%	ك	%	ك	%
1	1	2	49	98	ايمان الصحفى بقيم وأخلاقيات المجتمع	
2	32	64	18	36	اضافة مقرر التربية الاعلامية للمقررات الدراسية فى المدارس	
3	30	60	20	40	اتخاذ الحكومة اجراءات رادعة ضد التجاوزات المهنية لبعض الصحفيين	
4	32	64	18	36	تمنع الحكومة تدخلات الممولين والمعلنين فى السياسات التحريرية للصحف	
5	39	78	11	22	دبلوم عال فى الممارسة الاخلاقية فى العمل الاعلامى للصحفيين غير دارسى الاعلام	
6	36	72	14	28	مراجعة مقررات الاخلاقيات الدراسية من حيث الكم والكيف	

يتضح من جدول (١٨) التكرارات والنسبة المئوية لاستجابات عينة البحث حول العوامل التي تساعد القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية في تعزيز السلوك المهني الاخلاقي، وقد تراوحت نسب الاستجابة (بنعم) ما بين (٢٢% الى ٩٨%) وجاءت الاساليب طبقا للترتيب التالي:-

- جاء ايمان الصحفى بقيم وأخلاقيات المجتمع فى الترتيب الاول بنسبة موافقة بلغت ٩٢%.
- جاء اتخاذ الحكومة اجراءات رادعة ضد التجاوزات المهنية لبعض الصحفيين فى الترتيب الثانى بنسبة موافقة بلغت ٤٠%.
- جاء اضافة مقرر التربية الاعلامية للمقررات الدراسية فى المدارس فى الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٣٦%.
- جاء تمنع الحكومة تدخلات الممولين والمعلنين فى السياسات التحريرية للصحف فى الترتيب الثالث مكرر بنسبة موافقة بلغت ٣٦%.
- جاء مراجعة مقررات الاخلاقيات الدراسية من حيث الكم والكيف فى الترتيب الخامس بنسبة موافقة بلغت ٢٨%.
- جاء دبلوم عال فى الممارسة الاخلاقية فى العمل الاعلامى للصحفيين غير دارسى الاعلام فى الترتيب السادس بنسبة موافقة بلغت ٢٢%.

أكدت النتائج علي أن الصحفي هو الأساس في التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية. حيث جاء إجابة المبحوثين بأن ايمان الصحفى بقيم وأخلاقيات المجتمع فى الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٩٢%. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Tehranain، ٢٠٠٢) التي أشارت إلي أن موقع معظم أخلاقيات الإعلام حتى الآن هو الصحفي الفرد. لكن الصحفي الفرد يعمل في سياق الأنظمة المؤسسية والوطنية والدولية في عالم معولم.

كما أكدت النتائج أعلاه علي ضرورة اضافة مقرر التربية الإعلامية للمقررات الدراسية فى المدارس الإماراتية والذي جاء فى الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٣٦%.

ثانيا: مناقشة النتائج :-

استهدفت هذه الدراسة التعرف علي رؤية الصحفيين فى الصحف الإماراتية لأخلاقيات الممارسة المهنية وتوصلت الدراسة إلي عدد من النتائج الهامة في اطار

تحقيق هذه الأهداف، وعلي ضوء ما سبق عرضه من نتائج يمكننا أن نستخلص الاستنتاجات التالية التي تفيد في تفعيل آليات متابعة الممارسات العملية ودعم دور المؤسسات الصحفية الإماراتية ذات الصلة في رفع معدلات الالتزام بميثاق الشرف الصحفي وأخلاقيات المهنة الصحفية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:

- كشفت النتائج قوة تأثير القواعد المتصلة بالصحفي الفرد من حيث التجرد من الأهواء وعدم التحيز، مراعاة المسؤولية الاجتماعية، فصل الرأي عن الحقائق، الموضوعية، الدقة وغيرها من المعايير التي يقع تطبيقها في الأساس علي عاتق الصحفيين أنفسهم . في المقابل أشارت النتائج إلي تدني الأهمية النسبية لمعياري الإستقلال عن توجيهات المالكين و عدم المبالغة في المساحات الإعلانية اللذان احتلا المركزين قبل الأخير والأخير في الأهمية. ويمكن للباحث أن يفسر ذلك في اطار تقلص ضغوط المعلنين والملاك علي القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية وعدم تعرض الصحفيين المبحوثين لهذ الضغوطات؛ نتيجة التبني الحكومي للصحف الإماراتية من قبل الإمارة التي تصدر فيها كل صحيفة من هذه الصحف.

- أكدت النتائج أن الصحفي هو الأساس في التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية حيث جاءت في الترتيب الأول وبنسبة موافقة ٧٦%، تلتها السياسة التحريرية في الترتيب الثاني، وبنسبة موافقة ٤٦% من المبحوثين في الصحف الإماراتية وتتفوق هذه النتيجة مع دراسة (Tehranain، ٢٠٠٢) التي أشارت إلي أن موقع معظم أخلاقيات الإعلام حتى الآن هو الصحفي الفرد. لكن الصحفي الفرد يعمل في سياق الأنظمة المؤسسية والوطنية والدولية في عالم معولم. في حين أظهرت النتائج تدني مسؤولية مالك الصحيفة ومصدر الخبر عن التزام الصحفيين بالصحف موضع البحث بالمعايير الأخلاقية حيث جاء في المركزين الثالث والرابع علي التوالي، و تختلف هذه النتيجة مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة المشيخي (٢٠١٧) والعباسي (٢٠٠٣) التي أشارتا إلي أن ضغوط المعلنين والملاك كانت علي رأس الضغوطات التي يتعرض لها الصحفيين في الصحف العمانية والصحف المصرية، مما أدي إلي وجود تجاوزات لمعايير الأداء الأخلاقي في هذه الصحف.

- احتلت قيم الصدق، والدقة، والموضوعية مكانة متقدمة لدى القائم بالاتصال في الصحف الإماراتية عند انتقاء ونشر الموضوعات الصحفية، وبدرجات متقاربة، يليها معياري الوضوح والثقة، ثم معايير الشمول والتوازن والتنوع. ويمكن تفسير ذلك في إطار احترام القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية لما جاء من قيم في "ميثاق الشرف الصحفي وأخلاقيات المهنة" الإماراتي، والذي ينص في بنده الأول علي: احترام الحقيقة وحق الجمهور في الوصول إليها، ودقة المعلومات الموجهة للعامة هي مبادئ ملزمة للصحافة والصحفيين، وتأتي في مقدمة واجباتهم.
- كشفت النتائج أن معيار التوافق مع السياسة التحريرية للجريدة جاء علي رأس المعايير التي علي أساسها يتم انتقاء ونشر الموضوعات في الصحف الإماراتية، وهذا ما أكدت عليه النتائج السابقة من هذه الدراسة من أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتبرون السياسة التحريرية للجريدة علي رأس السلم في التزام الصحفيين بالمعايير المهنية. كما جاء في الترتيب الثاني والثاني مكرر أن تراعي مصلحة المجتمع، وأن تراعي أخلاقيات الممارسة المهنية والأخلاقية، فيما جاء معيار أن تؤدي إلي زيادة التوزيع في الترتيب السابع، وهذا يؤكد علي أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يعلون مصلحة المجتمع، ويراعون أخلاقيات الممارسة المهنية علي مبدأ السعي للتوزيع والشهرة.
- أظهرت النتائج أن أهم خمس معايير من وجهة نظر الصحفيين في الصحف الإماراتية يمكن أن تقيم من خلالها عمل وأداء الصحفي، معايير مرتبطة بالتقييم الكيفي للصحفي مثل: السبق الصحفي، والموهبة والخبرة، والالتزام المهني الأخلاقي تجاه الجمهور، بعيدة عن التقييم الكمي والذي جاءت عناصره في أسفل السلم في ترتيب متدني وهي: ساعات العمل، مساحة ما ينشر، رسائل القراء، كثرة مصادر الصحفي. وهذا يمكن أن يشير إلي أن التقييم داخل المؤسسات الصحفية الإماراتية يعتمد علي جودة ما ينتج وليس كميته.
- أظهرت النتائج أن الصحفيين في الصحف الإماراتية ملتزمون بمواثيق الشرف الصحفية ولا يحدون عنها بل ويطالبون باتخاذ عقوبات صارمة علي من ينتهك أخلاقيات المهنة، وهذا الالتزام يأتي علي رأس أولوياتهم في العمل الصحفي، حتي ولو كانت علي حساب عاملي تسجيل السبق الصحفي والتفوق علي المنافسين اللذين حصلوا علي الترتيب قبل الأخير والأخير.

- كشفت النتائج أن القائمين بالاتصال في الصحف الإماراتية يتعاملون بإيجابية شديدة مع الزملاء الذين يتجاوزون أخلاقيات الممارسة المهنية حيث نال التفاعل الإيجابي - ضرورة وأهمية احترام أخلاقيات الممارسة المهنية- علي موافقة الأغلبية المطلقة من قبل المبحوثين بينما جاءت التفاعل السلبي - لا أستطيع فعل شيء- بموافقة نسبة ضئيلة جدا من المبحوثيين. وهذا يؤكد علي تمسك المبحوثيين في الصحف الإماراتية بتطبيق الجميع للمواثيق الأخلاقية.
- أشارت النتائج أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتمدون علي مواثيق الشرف الصحفية في المقام الأول كمرجعية لهم عند مواجهة معضلة أخلاقية وهذا ما يتفق مع النتائج السابقة من هذه الدراسة التي تؤكد علي التزام المبحوثيين بتطبيق المبادئ التي نص عليها "ميثاق الشرف الصحفي وأخلاقيات المهنة" الإماراتي.
- أشارت النتائج أن الصحفيين في الصحف الإماراتية يعتمدون علي المصادر الرسمية في المقام الأول سواء كانوا مسؤوليين في الحكومة أو وكالات أنباء وهذا يؤكد علي حرص الصحفيين في الصحف الإماراتية علي الحصول علي المعلومات من مصادرها الأولية حتي تكون دقيقة ومسئولة . وفي المقابل جاءت النتائج لتشير إلي تدني اعتماد الصحفيين علي المصادر الأرشيفية والنشرات والدوريات، حيث جاءت في الترتيب الأخير. ويمكن تفسير ذلك في إطار تفعيل المبحوثيين لما جاء في ميثاق الشرف الصحفي الإماراتي في بنده رقم (٤) الذي ينص علي: يجب على الصحفي أن يستخدم فقط الوسائل النزيفة والمشروعة للحصول على الأنباء أو الصور أو الوثائق.
- كشفت النتائج أن في مقدمة الضغوط التي تواجه المبحوثين في العمل المهني في الصحف الإماراتية موضع الدراسة هي: ضغوط رؤساء العمل، وضغوط المصادر، وضغوط الوقت والزمن، وهي ضغوط متصلة بطبيعة العمل الصحفي اليومي المحكوم بوقت محدد للإصدار، بينما جاءت ضغوط المعلنين، وضغوط مخاطر المساءلة، وضغوط الإلتزام بمواثيق الشرف - وهي الضغوط التي تؤثر سلبا علي التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة - جاءت أقل كثيرا كما أجاب المبحوثين وهذا يؤكد علي قلة الضغوطات السلبية الموجودة في المؤسسات الصحفية الإماراتية والتي من شأنها أن تحد من التزام الصحفيين العاملين في هذه المؤسسات بأخلاقيات الممارسة المهنية.

- أكدت النتائج علي أن الصحفي هو الأساس في التزام الصحف بالمعايير الأخلاقية. حيث جاء إجابة المبحوثين بأن إيمان الصحفي بقيم وأخلاقيات المجتمع في الترتيب الأول بنسبة موافقة بلغت ٩٢%. كما أكدت النتائج علي ضرورة اضافة مقرر التربية الاعلامية للمقررات الدراسية في المدارس الإماراتية والذي جاء في الترتيب الثالث بنسبة موافقة بلغت ٣٦%.

توصيات الدراسة:

- ١- ضرورة فصل الملكية عن ادارات التحرير حتي يتم منع تدخلات الممولين والمعلنين في السياسة التحريرية للصحف.
- ٢- اضافة مقرر التربية الإعلامية للمقررات الدراسية في المدارس في جميع الدول العربية أسوة ببعض الدول العربية التي سلكت هذا المسلك.
- ٣- ضرورة عقد المؤسسات والأندية والنقابات الصحفية ورش عمل دورية بشأن أخلاقيات الممارسة المهنية، يناقش فيها الصحفيين المعضلات الأخلاقية التي تواجههم أثناء الممارسة العملية وكيفية التصدي لها.
- ٤- إلزام المؤسسات والنقابات والأندية الصحفية في المجتمعات العربية، الصحفيين غير دارسي الإعلام بالحصول علي دبلوم في الضوابط الأخلاقية في العمل الإعلامي كشرط من شروط الانتساب والعضوية.
- ٥- مراجعة مقررات الأخلاقيات الإعلامية من حيث الكم والكيف في برامج الجامعات العربية مع ضرورة التحديث المستمر لهذه المقررات.
- ٦- العمل علي وضع قواعد أخلاقية جديدة تتفق مع الوضع الإعلامي الجديد وتوفى احتياجاته.
- ٧- ضرورة الاستمرار في تعليم الأخلاقيات كوحدات تعليمية مستقلة ضمن دورات التواصل الأخرى وبعيدا عن المقررات الدراسية.

المراجع

- التلاوي، رباب (٢٠١٦) أخلاقيات التغطية الإخبارية في المواقع الإلكترونية الإخبارية العربية والمصرية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول : أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي ، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦ .
- المشيخي، محمد (٢٠١٧) العوامل المؤثرة في العمل الإعلامي العماني دراسة ميدانية على الصحفيين والإعلاميين في سلطنة عمان، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد ٨ العدد ١، ص ص ١١٥-١٣٨ .
- الخدام، خليل و الرواشدة، ميثاء (٢٠١٣) الممارسة الإعلامية بين المهنية والعرف والقانون في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد ٦ العدد ٣، ص٤٣٠-٤٤٩ .
- الشايح، محمد (٢٠١٦) مدى وعي الشباب الجامعيين بقانون الجرائم الالكترونية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول : أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي ، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦ .
- العباسي، أميرة (٢٠٠٣) رؤية الصحفيين في الصحف الخاصة المصرية لأخلاقيات الممارسة المهنية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة ٦-٧ مايو مايو ٢٠٠٣ .
- الغريبي، عادل عبد الرازق (٢٠١٣) المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري، دراسة مسحية للقائم بالاتصال في (قناة العراقية و إذاعة جمهورية العراق من بغداد أنموذجا)، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ١٩ .
- اللبان، شريف (٢٠١٤) "الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد" مجلة رؤي استراتيجية، العدد ٧ (مركز الإمارات للبحوث والدراسات الاستراتيجية، يوليو ٢٠١٤)، ص ص ١٢١-١٢٣ .
- المقدادي، كاظم (٢٠٠٧) المخاطر المرتبطة بأخلاقيات العمل الاعلامي، مجلة الباحث الإعلامي، العدد ٣، ص٤٩-٦٤ .
- حمزة، عبد اللطيف (٢٠٠٢)، أزمة الضمير الصحفي، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، ٢٠٠٢، ص ١٤٨ .
- سعد، أمال (٢٠٠٣) أخلاقيات الخير في الصحافة المصرية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة ٦-٧ مايو مايو ٢٠٠٣ .

- سعد، محمد ابراهيم (٢٠٠٣)، المسئوليات الاخلاقية والقانونية للصحفيين وعلاقتها بالسمات الشخصية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة ٦-٧ مايو ٢٠٠٣.
- عايش، محمد (٢٠١٦) "تدريس أخلاقيات الاعلام في الجامعات العربية: نحو قيم ومنهجيات جديدة، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام وقوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦.
- عبد الرحمن، عبد الله (٢٠٠٢) سوسيولوجيا الاتصال والإعلام (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية)، ٢٠٠٢، ص ص ١٧١-١٧٢.
- عبد الباقي، عيسى (٢٠١٦) البناء النظري في بحوث الإعلام، القاهرة : دار الجوهرة للنشر والتوزيع ، ٢٠١٦، ص ص ١١٥-١١٩.
- حسام الدين، محمد (١٩٩٦): المسئولية الاجتماعية للصحافة المصرية : دراسة مقارنة للمضمون والقائم بالاتصال في الصحف القومية والحزبية من ١٩٩١-١٩٩٤، رسالة ماجستير، غير منشورة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، ١٩٩٦، ص ص ١٢٥-١٢٨.
- مكاي، عماد (١٩٩٤) أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية، القاهرة، ١٩٩٤، ص ٢، ١٤٨.
- نصار، سهام (٢٠٠٣) تأثير المصداقية علي علاقة الصفوة بالصحافة المصرية، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول: أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق، جامعة القاهرة ٦-٧ مايو ٢٠٠٣.
- نصر، حسني (٢٠١٧) قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية ٢٠١٧، ط١، ص ٢٧١.
- نصر، عصام (٢٠١٦) بعنوان : مدى إدراك طلبة الاتصال لمفاهيم أخلاقيات الإعلام، ورقة عمل مقدمة إلي المؤتمر الدولي حول : أخلاقيات الإعلام و قوانينه في دول مجلس التعاون الخليجي ، جامعة الشارقة ٢٧ - ٢٨ أبريل ٢٠١٦.
- نيازى، حسن (٢٠٠٩) اتجاهات النخبة نحو أخلاقيات الإعلام في الفضائيات العربية الخاصة، ورقة بحثية مقدمة إلي مؤتمر أخلاقيات الإعلام والإعلان، جامعة الأزهر، ٢٨، ٢٩ من مارس (٢٠٠٩).
- Angela Smith I. B. Tauris, Feb 6, (2014): The Ethics of Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media -Language Arts & Disciplines.

- Birhanu Dirbaba, Penny O, Donnell (2015): Silent Censor :The influence of authoritarian family socialization on professional journalism in Ethiopia, Journalism.
- Christopher Meyers (2010): A Philosophical Approach,: Journalism Ethics, Oxford University Press, Mar 17, Language Arts & Disciplines .
- Morten Skovsgaard (2014): Watchdogs on a leash ? The impact of organizational Constraints on journalists perceived professional autonomy and their relationship with superiors, Journalism, vol. 15, no. (3).
- Majid Tehranian (2002): Peace Journalism Negotiating Global Media Ethics, Journalism & Mass Communication Quarterly, Volume: 7 issue: 2, page(s): 58-83>
- Muhammad Ayish, Shakuntala Rao ,Routledge (2013): Explorations in Global Media Ethics , Sep 13, - Social Science .
- M. Schudson & S. E. Tiftt (2005) **American journalism in historical perspective**, in Geneva over holster & Kathleen H. Jamieson (Eds) (Oxford: Oxford university press) p.18.
- Najya, I. M. M. (2013). The professional status of the Jordanian journalists: An analytical field study
- Noma Owens (1994): press responsibility and public opinion transition, **Africa media review**, vol. 8 , 1994 , p. 77 .
- Cheryl Ann Lambert, H. Denis Wu (2014): Traditional Journalism in Transition Taiwan Media Professionals Construct New Work Roles, Aisa Pacific Media Educator, vol,24,no,2
- Dan Berkowitz, Yehiel Limor, (2003): Journalism & Mass Communication Quarterly, vol. 80, 4: pp. 783-801, First Published Dec 1.
- Hnrík Ornebring (2013): anything you can do, I can do better? Professional journalists on citizen journalism in six European

countries ,the International communication Gazette, Vol. 75, no. (1), pp.35-53.

- Jeannine E. Relly, Celeste Gonzalez de Bustamante (2014): Silencing Mexico: A Study of Influences on Journalists in the Northern States, The International Journal of Press/Politics, vol,19, no (1).
- Johnson, C. N. (2016): Not like us?: The professional boundaries of American and British journalism in the digital age.
- Ying Roselyn Du (2016): Same Events, Different Stories: Internet Censorship in the Arab Spring Seen From China, Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 93(1) 99–117.