

Human Media Values An Original and Field Study on the Jordanian Media Elites

Muhammad Rababa , Rasha Maqableh

Department of Islamic Studies, Faculty of Sharia, Yarmouk University, Irbid, Jordan.

Received: 26/7/2021
Revised: 15/11/2021
Accepted: 8/12/2021
Published: 30/3/2023

* Corresponding author:
dr.mrb2020@gmail.com

Citation: Rababa, M., & Maqableh, R. (2023). Human Media Values An Original and Field Study on the Jordanian Media Elites. *Dirasat: Human and Social Sciences*, 50(2), 174–204.
<https://doi.org/10.35516/hum.v50i2.4928>

Abstract

Objectives: The study aimed to determine the extent to which the media observe human values from the perspective of the Jordanian media elites.

Methods: A field questionnaire was prepared to assess these values. The descriptive approach was employed in the form of a field survey to explore the opinions of Jordanian media elites regarding the extent to which the media uphold these human values in their content. A questionnaire consisting of 77 items was prepared and distributed across five main axes. It was distributed both electronically and in person. The researchers obtained 173 responses from the media elites, which were subjected to statistical analysis using scientific research procedures.

Results: The study revealed several findings, including the following: All legislations included high-end human principles and values, and Islam incorporates legislation and principles that emphasize these noble human values. However, it was found that the media did not consistently adhere to these standards, principles, and human values. Furthermore, statistically significant differences were observed across the study's axes due to factors such as age, the media person's affiliation with a particular medium, educational qualifications, and media experience.

Conclusions: The study concluded that there is a need for an effective union to monitor the activities of media institutions and evaluate their performance in terms of their adherence to human standards and values.

Keywords: Values, human media, media elites.

قيم الإعلام الإنساني دراسة تأصيلية وميدانية على النخب الإعلامية الأردنية

محمد ربابة*، رشا مقابلة

قسم الدراسات الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة اليرموك، إربد، الأردن.

ملخص

الأهداف: هدفت الدراسة إلى تعرّف مدى مراعاة وسائل الإعلام للقيم الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية. المنهجية: اعتمدت الدراسة المنهج الاستقرائي الاستنباطي في استخلاص أهم القيم الإنسانية المستوحاة من الشريعة الإسلامية، والتشريعات الأخلاقية للممارسة الإعلامية، ومواثيق الشرف الإعلامية، ومبادئ حقوق الإنسان، وقانون الجرائم الإلكترونية، واستخلاص القيم الإنسانية منها وإعداد استبانة ميدانية بهذه القيم. ومن ثمّ توظيف المنهج الوصفي بأسلوب المسح الميداني؛ لاستطلاع آراء النخب الإعلامية الأردنية، حول مدى مراعاة الإعلام لهذه القيم الإنسانية في مضامينه الإعلامية. وأعدت استبانة مكونة من (77) فقرة موزعة على خمسة محاور رئيسة، ووُزعت الاستبانة إلكترونياً وميدانياً، وحصل الباحثان استجابات (173) مستجيبياً من النخب الإعلامية، خضعت للتحليل الإحصائي وفق الإجراءات البحثية العلمية.

النتائج: جاء من نتائج الدراسة: جميع التشريعات تضمنت مبادئ وقيماً إنسانية راقية، وبأني الإسلام بتشريعاته ومبادئه في النصّ على هذه القيم الإنسانية السامية، وتبين عدم التزام وسائل الإعلام بالمعايير والمبادئ والقيم الإنسانية، ووجود فروق ذات دلالة إحصائية لمحاور الدراسة تعزى لأسباب منها متغير العمر، والوسيلة التي ينتهي لها الإعلامي، والمؤهل العلمي، والخبرة الإعلامية.

الخلاصة: خلصت الدراسة إلى ضرورة وجود متابعة نقابية فاعلة لعمل المؤسسات الإعلامية، وتقييم أدائها في ما يتعلق بمدى التزامها بالمعايير والقيم الإنسانية، والتشديد على أتباعها وتوظيفها بطريقة ملائمة، وضرورة تدريب وتأهيل الإعلاميين لمراعاة هذه القيم في الممارسة الإعلامية.

الكلمات الدالة: القيم، الإعلام الإنساني، النخب الإعلامية.



© 2023 DSR Publishers/ The University of Jordan.

This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) license
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

خلفية الدراسة وأهميتها

المقدمة

الحمد لله رب العالمين، والصلاة والسلام على سيدنا محمد وعلى اله وصحبه أجمعين، أما بعد؛ فيحتل الإعلام المكان المتميز في عالمنا لدوره في خدمة قضايا المجتمع، وما يتبناه بكافة وسائله من قضايا اجتماعية شاملة ومتعددة؛ وذلك لأنه الوسيلة التي تربط الإنسان بغيره، وهو الذي يزود الأشخاص بالمعلومات ويجعل الإنسان يتغذى على هذه المعلومات حتى تتشكل لديه ثقافة كاملة حول قضاياها التي يعرضها، فيؤثر في هذا الإنسان؛ فإما أن يكون ثقافة أو يُعَدَل عليها، ويمكن له أن يؤثر في الفكر فيغيره، فيأتي السلوك تبعاً لهذا التغيير الذي أحدثه، وبات الإعلام المؤثر الأكبر على البشرية؛ وذلك لأن ما يعرضه يرسخ من خلال التكرار والثقة الكبيرة للإنسان بإعلامه، وفي ظل تزايد الوسائل الإعلامية كالمؤسسات الإعلامية، والصحف، ومواقع التواصل الاجتماعي.

والحاجة ماسة إلى إعلام يُعزز العمل الإنساني، ويبرزه في وسائله المختلفة، ويحدد معايير وضوابطه وفق اجتماعية الإعلام المستندة إلى المبادئ الإنسانية والإسلامية، والدينية والقيمية، واجتماعية الممارسة الإعلامية المستندة إلى مواثيق الشرف الإعلامي وقوانين الجرائم الإلكترونية التي ظهرت لتضبط الممارسة الإعلامية وتحد من حجم الاختراقات التي باتت واضحة للعيان في كثير من المؤسسات النشر الإعلامي ووسائله ووسائطه المختلفة.

وتزداد الحاجة إلى التنظير في مجال الإعلام الإنساني وتحديد معايير ومبادئه في ظل ظهور واضح لصور متعددة من اختراقات وسائل الإعلام لمبادئ إنسانية الإنسان، من خلال النشر بدعوى التغطية الخبرية والممارسة الإعلامية التي لا تحترم كرامة الإنسان ولا خصوصيته، ولذلك صور كثيرة، منها على سبيل المثال: نشر مشاهد التمثيل والتعذيب والقتل البشع، وصور الموتى والجثث بصورة لا إنسانية ولا يراعى فيها حرمة الإنسان الميت ولا مشاعر الأحياء من ذويه أو الجماهير المشاهدة والمتابعة، وكذلك نشر الصور وباستخدام فنيات التصوير وزواياه ولقطاته في الكشف عن هوية المعوزين والفقراء وأصحاب الحالات الخاصة التي باتت الصور تعريهم أكثر مما تساعدهم، يضاف إلى ذلك التشهير من خلال نشر صور المتهمين وأصحاب القضايا والجرائم اللاأخلاقية كجرائم الشرف والاغتصاب وغيرها.

وفي أزمة كورونا ظهرت هذه الأمثلة واضحة في تناول وسائل الإعلام التقليدية والجديدة منها حالات الإصابة التي تسجلها الجهات المختصة، فتتسابق وسائل الإعلام في نشر أسمائهم وعوائلهم ومناطقهم وبيئاتهم السكنية والوظيفية، وتفصيل حياتهم وظروفهم الخاصة، مما أثار الكثيرون وترتب عليها قضايا حقوقية كان الأولى بالإعلام أن يتعامل معها بفنية وحرفية يعرفها أهل الإعلام وأربابه حفاظاً على إنسانيتهم وصوناً لكرامتهم. والإعلام كفيل بإعادة منظومة القيم، التي انهارت في بعض الأماكن، وأوشكت على الانهيار في البعض الآخر، من أجل الحصول على العدالة الاجتماعية التي تعد أقل مطلب من متطلبات البشرية، ويعرف للعالم حقه، وبناءً على ذلك كان لا بد من البحث في هذه الانتهاكات التي يقوم بها الإعلام ورصدها؛ للحد منها، ولتحقيق ما يسعى بإنسانية الإنسان، فتبددت فكرة الدراسة الحالية، والموسومة بـ "قيم الإعلام الإنساني - دراسة تأصيلية ميدانية-"; حيث تتجه الدراسة إلى بيان مدى التزام وسائل الإعلام بالقيم والمبادئ الإعلامية الإنسانية والقيم الإسلامية؛ بغية الوعي بالانتهاكات لهذه القيم، ومحاولة التصدي لها.

مشكلة الدراسة وأسئلتها

تتمثل مشكلة الدراسة الرئيسية في الحاجة الماسة إلى ضبط الممارسات الإعلامية وفق قيم ومبادئ إنسانية توجه هذه الممارسة في وسائل التواصل ووسائل الإعلام المتنوعة، وتسعى هذه الدراسة إلى تأصيل لقيم الإعلام الإنساني وتحديد مبادئه واستخلاص منظومة هذه القيم الضابطة الخاصة بالإعلام الإنساني من المرجعيات المستندة لمنظومة القيم والمبادئ الدينية والإسلامية، ومن اجتماعية الممارسة الإعلامية التي أكد عليها أرباب الاتصال والإعلام، وما توافقت عليه مواثيق الشرف الإعلامي، وما سنته الدول والمنظمات الحقوقية العالمية من قوانين وأنظمة خاصة بالجرائم الإلكترونية على اختلافها.

وتسعى هذه الدراسة إلى الوقوف على وجهة نظر النخب الأردنية ذات العلاقة المباشرة بموضوع الدراسة في مدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية في ممارستها الإعلامية.

وتسعى هذه الدراسة في ضوء نتائجها النظرية والميدانية إلى تقديم مصفوفة تتضمن مبادئ الإعلام الإنساني التي ينبغي مراعاتها في الممارسة الإعلامية، وتبني هذه المصفوفة في ضوء التصور التربوي الإسلامي.

وتتلخص مشكلة الدراسة في محاولة استخلاص أهم قيم الإعلام الإنساني المستقى من المصادر الدينية والإنسانية والمهنية والقانونية، والاسترشاد بوجهات نظر النخب المتخصصة في مدى التزام وسائل التواصل والإعلام بهذه القيم، والانتفاء إلى تقديم مصفوفة بمبادئ الإعلام الإنساني التي ينبغي مراعاتها في الممارسة الإعلامية في ضوء التصور التربوي الإسلامي.

ويتفرع عن هذا المشكلة أسئلة تتحدد وفق طبيعة الدراسة وإجراءاتها البحثية؛ في منهجها: الاستقرائي، والوصفي التحليلي الميداني، وفي الآتي بيان لأسئلة الدراسة:

أسئلة الدراسة:

أولاً: أسئلة الإطار النظري:

1. ما مفهوم الإعلام الإنساني؟
2. ما أهم المرجعيات التي يستقي منها الإعلام الإنساني قيمه؟
3. ما قيم الإعلام الإنساني في ضوء التصور التربوي الإسلامي؟

ثانياً: أسئلة الدراسة التطبيقية:

1. ما مدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير الجنس؟
2. ما مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية وفق متغير العمر؟
3. ما مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير الوسيلة التي ينتهي إليها؟
4. ما مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير المؤهل العلمي؟
5. ما مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير الخبرة العملية؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة في جانبها التأصيلي النظري وجانبها التطبيقي الميداني إلى جملة أهداف، تتحدد في الآتي حسب إطار الدراسة:

أولاً: أهداف الإطار النظري للدراسة:

1. بيان مفهوم الإعلام الإنساني.
2. تحديد أهم المرجعيات التي يستقي منها الإعلام الإنساني قيمه.
3. بيان أبرز قيم الإعلام الإنساني في ضوء التصور التربوي الإسلامي.

ثانياً: أهداف الدراسة الميدانية:

1. بيان الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) مدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير الجنس.
2. بيان الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية وفق متغير العمر.
3. بيان الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير الوسيلة التي ينتهي إليها.
4. بيان الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير المؤهل العلمي.
5. بيان الفروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($a \leq 0.05$) مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير الخبرة العملية.

أهمية الدراسة:

تتضمن هذه الدراسة أهمية نظرية وأهمية عملية تطبيقية:

أولاً: الأهمية النظرية:

يُتوقع من الدراسة الحالية (الإطار النظري) أن تفيد الجهات الآتية:

- المكتبة العلمية لإثرائها بدراسة تأصيلية تعد من الدراسات القليلة والسابقة إلى تناول هذا الموضوع والتأصيل له.
- الباحثين في الدراسات التأصيلية في الإعلام الإنساني، وذلك بتوسيع الآفاق أمامهم من أجل إجراء المزيد من الدراسات.

ثانياً: الأهمية العملية والتطبيقية:

يُتوقع من الدراسة الحالية (الإطار التطبيقي) أن تفيد الجهات الآتية:

- الممارسين الإعلاميين؛ وذلك برفدهم بمبادئ الإعلام الإنساني وقيمه من منظور إسلامي.

- المؤسسات الإعلامية في مراجعة سياستها وممارستها الإعلامية في تغطية الجوانب الإنسانية وفق القيم الإسلامية الموصي بها.
- الجهات المهتمة بالنقد الإعلامي من مؤسسات مراقبة ومؤسسات بحثية ونقدية في تقييم وسائل الإعلام في مدى التزامها أو خرقها لقيم الإعلام الإنساني.

- مؤسسات الرقابة التشريعية والقانونية في متابعة عمل المؤسسات الإعلامية ورصد في اختراقات المبادئ والقيم الإنسانية.

المصطلحات والتعريفات الإجرائية:

في الآتي أبرز المصطلحات الواردة في هذه الدراسة، وتحديد المقصود بهذه المصطلحات وتقديم تعريفاتها الإجرائية في هذه الدراسة خاصة: **المعايير الأخلاقية:** "مجموعات مركبة من المعايير نستخدمها كمقياس أو مستوى نستهدفه في سلوكنا، ونسلم بأنه مرغوب فيه أو مرغوب عنه.. ويتضمن مفهوم القيمة اتخاذ الإنسان قراراً أو حكماً يتصرف بمقتضاه في موقف ما، ويمكن تمييز القيمة عن الدوافع أو الاتجاه أو غير ذلك من المفهومات الدالة على السلوك الإنساني من خلال أن القيمة مفهوم ينطوي على تلك المفاهيم جميعاً ويزيد عليها بالعنصر أو الشرط المعياري." (مهدي، 1982: ص145)

النخب: "مجموعة من الأفراد الذين تتوافر لديهم القدرة على القيادة والتوجيه واتخاذ القرار، وعليه فإنهم يضطلعون بدور تجاه مجتمعاتهم في تكوين الآراء والاتجاهات والمواقف. (رابعة، 2018)

ويقصد بالنخب الإعلامية (إجرائياً) في هذه الدراسة، أنهم المتخصصون في مجال الدراسة من الإعلاميين.

الإعلام الإنساني (إجرائياً): هي تلك الاجتماعية التي ينشأ عليها الإعلاميين التي تضع لهم الأسس والقواعد الرئيسية لتعاملاتهم مع الآخرين، وتتمثل في العدل والحرية والكرامة والمساواة والعطف والرحمة.

منهج الدراسة وأهميتها:

أولاً: منهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى إطار البحوث الوصفية التحليلية بأسلوب المسح الميداني، والبحوث الوصفية "تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد" (حسين، 2006، ص131)، ويعتمد المنهج الوصفي على وصف الظاهرة من خلال جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بها، وتصنيفها وتنظيمها والتعبير عنها كمياً أو كيفياً، والهدف من ذلك الوصول إلى استنتاجات وتعميمات تسهم في إدراك الواقع وتطويره وتقديم المعرفة الإنسانية (عبيدات، وعدس، وعبد الحق، 1984)، وبذلك يسعى المنهج الوصفي إلى الوصف والتحليل والتعليل. وتوظف هذه الدراسة أسلوب المسح: الذي يعد أحد أساليب المنهج الوصفي، ويعد من أبرز الأساليب المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وأكثرها شيوعاً؛ لأن المسح يستهدف تعرف الآراء، والأفكار، والاتجاهات، والقيم، والمعتقدات، والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح. (الديبسي، 2017).

وتستخدم هذه الدراسة مناهج بحثية متنوعة حسب الإطار الذي تستكشفه؛ وعلى النحو الآتي:

الجانب النظري: تستخدم الدراسة المنهج الاستقرائي الذي يعنى باستقراء القيم من خلال المرجعيات المتخصصة بالمبادئ الإنسانية والإسلامية، والدينية والقيمية، واجتماعية الممارسة الإعلامية المستندة إلى موانيق الشرف الإعلامي وقوانين الجرائم الإلكترونية. كما سيعتمد في هذا الجانب على المنهج الاستنباطي؛ القائم على استقراء النصوص ذات العلاقة واستخلاص القيم وبناء مصفوفة قيم الإعلام الإنساني ومبادئه.

الجانب الميداني: اتبعت الدراسة المنهج الوصفي: الذي يُعنى بعرض الظاهرة محل الدراسة والمتمثلة (بقيم الاعلام الإنساني:دراسة تأصيلية وتطبيقية من منظور تربوي إسلامي)، للكشف عن محاوره، كما وظفت أسلوب المسح الميداني باستخدام الاستبانة الإلكترونية التي تم توزيعها للحصول على النتائج.

ثانياً: أداة الدراسة

ستستخدم الدراسة أداة الاستبانة الإلكترونية (Online Questionnaire): وهي أحد الطرائق التي يمكن استخدامها لتوزيع الاستبانات، التي تكون غالباً منشورة على موقع ما وتتميز بأنها طريقة سريعة جداً لعرض المعلومات للزائر أو المستهدف من الاستبيان والحصول على إجابات منه في مدة قصيرة.

مجتمع الدراسة وعينته:

يتحدد مجتمع الدراسة الميدانية بجمهور الإعلاميين الأردنيين المتخصصين، وسيصار إلى اختيار عينة منهم وفق المنهجية العلمية المتبعة في سحب العينات.

سبب اختيار العينة: تم اختيار العينة الإعلامية الأردنية كون الدراسة ستتم في المملكة الأردنية الهاشمية وتم تحديدها بالمختصين من الإعلاميين (أساتذة الإعلام والإعلام الإسلامي، طلبة الإعلام والإعلام الإسلامي، والإعلاميين الممارسين): لكونهم الأكثر علاقة بموضوع الدراسة والأقدر على

الإجابة على موضوع الاستبانة على نحو أدق من غيرهم، وسعيًا للوصول إلى نتائج دقيقة للدراسة.

حدود الدراسة:

ستجرى هذه الدراسة بمشيئة الله تعالى في إطار الحدود الآتية:

1. الحدود الزمانية: ستجرى هذه الدراسة ضمن العام 2020-2021
2. الحدود المكانية: ستجرى هذه الدراسة في المملكة الأردنية الهاشمية.
3. الحدود البشرية: يتحدد مجتمع الدراسة بالنخب الأردنية من الإعلاميين (أساتذة الإعلام والإعلام الإسلامي، طلبة الإعلام والإعلام الإسلامي، والإعلاميين الممارسين)

النظرية الإعلامية الموظفة في الدراسة

وظفت الدراسة نظرية المسؤولية العالمية (globalResponsibility Theory) في إجراء هذه الدراسة كونها الأنسب في مراعاة القيم الإنسانية العالمية في الممارسة الإعلامية.

وتقوم هذه النظرية على مطلب أساسي، وهو أن تخلع الصحافة رداء السلبية عنها، وأن تدخل ميدان المعركة الدولية الكبرى، بين أعداء الإنسانية، وأصدقائها، لكي تلعب الدور الإيجابي، الذي يحتمه عليها الارتباط الوثيق بين تاريخ الصحافة، وكفاح الشعوب، وتقدمها في مدارج الديمقراطية الحقيقية. وتلقي النظرية على كواهل الأسرة الصحفية العالمية، مسؤولية ضخمة، وتطالبها باسم شرف المهنة الصحفية، وباسم الإنسانية، وباسم الشعوب التي وثقت فيها، واعتمدت عليها، ألا تخون هذه الشعوب، في هذه المرحلة الحرجة، من تاريخ المجتمع الدولي الحديث، وأن تتقدم إليها بالحقيقة كاملة عن الأوضاع والتيارات التي تسيطر على مجتمعنا الدولي المعاصر، وتتحكم في حياة الملايين ورفاهيتهم وطمأنتهم، دون مجاملة لأحد أو ضغط من أحد، وتنقسم هذه النظرية إلى أربعة أقسام وهي: تصريح صحفي عالمي إلى جميع الشعوب يدعوها إلى اتخاذ مواقف إيجابية مشتركة معينة، لتأكيد السلام والرفاهية العالمية، وميثاق شرف دولي يرتبط به الصحفيون أنفسهم، يستقي مواده من هدي التصريح السابق، ومشروع اتفاقية دولية ترتبط بها حكومات العالم، لتأمين حرية الصحافة، ومجموعة من التوصيات مقدمة إلى الأمم وفروعها (حجاب، 2010:ص228)

Article I. الأدب النظري والدراسات السابقة

Article II. أولاً: الأدب النظري

Article III. القيم المستقاة من الشريعة الإسلامية

جاء الإسلام بمنظومة شاملة لهذيب السلوك واحترام الإنسانية، ومقاومة الفساد، ولذلك بعث الله تعالى الرسل والأنبياء وأنزل الكتب، محققاً السعادة التي لا يمكن أن تتحقق إلا بالعقيدة السليمة والقيم الطيبة، وتُستمد هذه القيم من القرآن الكريم الذي أكد على أهمية التحلي بالمبادئ والقيم النقية، حيث يتضح أن آياته تدعو للرحمة والدعوة للمسؤولية والوفاء بها.

Article IV. مكانة الإنسان في الإسلام

خلق الله تعالى الإنسان وكرمه، ومن مظاهر تكريمه أنه وضع له عدداً من المبادئ والقيم الضابطة لحياته على نحو عام، ولسلوكه على نحو خاص، وهناك الكثير من نصوص القرآن الكريم التي تقرّ بهذا التكريم النابع من الأمانة التي حملها الله تعالى للإنسان، قال تعالى: {وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَرْدِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً} (الإسراء:7)

ومن أهم القيم المستقاة من الشريعة الإسلامية ما يأتي:

أولاً: كرامة النفس الإنسانية

قال تعالى: {وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْوَرْدِ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلاً} (الإسراء:70)، وتتمثل دلالة هذه الآية في تمييز الإنسان بالخلق السوي والعقل وتفضيله على باقي المخلوقات.

ويؤكد الباحثان على أن الدين الإسلامي لم يناد بالكرامة الإنسانية فقط، بل كان السباق وصاحب الريادة في تقريرها، وبين الحقوق والواجبات المترتبة عليها، وخير دليل على ذلك آيات القرآن الكريم والسنة النبوية التي طبقت ونادت بهذا المبدأ، ولا يمكن إنكار أن منظّمات حقوق الإنسان بذلت جهداً في وضع حقوق للبشرية والعمل على تطبيقها.

والوقوف في صف الإنسان أينما كان بغض النظر عن موقف دولته السياسي أو الاقتصادي، فخبر البشرية والإنسان هو هدف إنساني كبير، ويقف ضد التضليل والكذب والفساد، وأن يكون رقيباً على الحياة والواقع والحكومات والشعوب (المشاركة، 2019).

ثانياً: حرمة النفس الإنسانية

حرصت الشريعة الإسلامية على حماية النفس البشرية، ويظهر ذلك جلياً واضحاً من العقوبات التي وضعها في حق القاتل؛ وذلك لتحافظ على

وحدة المجتمع وتماسكه، على عكس بعض الممارسات التي كانت سائدة في الجاهلية؛ كالثأر الذي يؤدي أرواح الكثير، الذي أبطله الإسلام فيما بعد. وأكد الرسول الكريم ﷺ على حرمة النفس البشرية، ففي خطبة الوداع قال: "أَتَذَرُونَ أَيُّ يَوْمٍ هَذَا؟، قُلْنَا: اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، فَسَكَتَ حَتَّى ظَنَنَّا أَنَّهُ سَيُسَمِّيهِ بِغَيْرِ اسْمِهِ، فَقَالَ أَلَيْسَ ذُو الْحَجَّةِ؟، قُلْنَا: بَلَى، قَالَ أَيُّ بَلَدٍ هَذَا؟ قُلْنَا: اللَّهُ وَرَسُولُهُ أَعْلَمُ، فَسَكَتَ حَتَّى ظَنَنَّا أَنَّهُ سَيُسَمِّيهِ بِغَيْرِ اسْمِهِ، قَالَ أَلَيْسَتْ بِالْبَلَدَةِ الْحَرَامِ؟ قُلْنَا: بَلَى، قَالَ: فَإِنَّ دِمَاءَكُمْ وَأَمْوَالَكُمْ عَلَيْكُمْ حَرَامٌ، كَحُرْمَةِ يَوْمِكُمْ هَذَا، فِي شَهْرِكُمْ هَذَا، فِي بَلَدِكُمْ هَذَا، إِلَى يَوْمِ تَلْقَوْنَ رَبَّكُمْ، أَلَا هَلْ بَلَّغْتُ؟، قَالُوا: نَعَمْ، قَالَ: اللَّهُمَّ اشْهَدْ، فَلْيُبَلِّغِ الشَّاهِدُ الْغَائِبَ، قَرُبْ مُبَلِّغٌ أَوْعَى مِنْ سَامِعٍ، فَلَا تَرْجِعُوا بَعْدِي كُفَّارًا، يَضْرِبُ بَعْضُكُمْ رِقَابَ بَعْضٍ" (البخاري، ص116).

(1) ودلالة هذا الحديث هي إظهار مدى عناية الإسلام بالنفس الإنسانية، وبيان قدسية الحياة وأنه لا يحل انتهاك حرمة هذه النفس، ولو أردنا تطبيق ذلك في مجال الإعلام، ويمكننا التأصيل لذلك في عدم جواز نشر المواد التي تحقر من النفس البشرية في الحياة أو بعد الموت، تلك النفس التي كرمها الله تعالى أجل تكريم، وأمر الملائكة بالسجود لها، وجعل حفظها أساساً في الدين ومقصداً من مقاصد الشريعة.

ثالثاً: النهي عن السخرية والاستهزاء بالآخرين

نهى القرآن نهياً مشدداً عن سخرية الإنسان من أخيه الإنسان، حيث قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَى أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَى أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ) (الحجرات: 11)، "والسخرية هي اشتغال الفرد بأمور الآخرين نقداً وتجريحا واستعلاء، قاصداً إذلال الآخرين واحتقارهم، وقد اعتاد بعض الأفراد ألا يتحدثوا إلا ساخرين، فتراهم يصفون الآخرين بصفات لا يحبون أن تُقال لهم (قطب، 2014) في ضوء التشريعات الحكيمة فإنه يمكن الاستفادة منها في التأصيل لقيم الإعلام الإنساني ومبادئه في عدم السخرية من الآخرين، أو التكلم بكلام سيء، أو ممارسة بعض الأفعال السيئة التي يكرهونها، وذلك يدل على حرص الشريعة الإسلامية على صيانة الإنسان وحفظه عن كل ما يؤديه حتى ولو كان ذلك بكلمة.

رابعاً: حرمة التجسس وكشف عورات الآخرين

حظر الإسلام التجسس والتلصص لتتبع عورات الناس؛ لكي يعيش الناس في المجتمع الإسلامي آمنين على أنفسهم وبيوتهم وأسرارهم وعوراتهم، بل إن تتبع الجريمة لا يصلح ذريعةً للتجسس على البيوت، لذلك لا يباح التجسس ولو كان هدف مشروع، ومقاصد الشريعة من حظر التجسس واضحة، إذ لا يجوز انتهاك حرمة الحياة الخاصة قبل أن تظهر المعصية؛ لأن في الانتهاك غير المشروع ضرراً للجماعة (يوسف، 1995: ص62-63). قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّنْ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبِ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ) (الحجرات: 12).

يقول ابن كثير (ولا تجسسوا) أي على بعضكم بعضاً والتجسس غالباً يطلق في الشر ومنه الجاسوس. (ابن كثير: ص 517). وهنا ينهى الله عباده عن التجسس على بعضهم بعضاً.

وتوضيح الآية أن المجتمع إن أراد العيش براحة وطمأنينة وجب عليه التخلص من التجسس والغيبة، وعلية احترام حدود حياة الآخرين، وعلى الإعلامي انطلاقاً من هذا أن يلتزم بهذه القيمة.

خامساً: حفظ خصوصيات الآخرين

يتضمن احترام حقوق المواطن والخصوصية الفردية، التي تعد أساس الحق في الكرامة الإنسانية، وعدم التطفل على الآخرين، وتركهم وشأنهم، وقد تباينت قوة القوانين المتعلقة بالخصوصية في الدول المختلفة، إذ شددت معظم الدول الغربية، التي تقدس الحرية الفردية، على ضرورة احترام خصوصية كل إنسان في جسده ونفسه واتصالاته وتواصله مع الآخرين وفي مكان معيشته وسكنه وعمله. (مركز الميزان لحقوق الإنسان، 2021: ص13) إن إشاعة الأسرار تنتشر بكثرة في الدول التي تدعي التقدم الحضاري، التي ترتفع فيها نداءات الديمقراطية، ويمكن أن يُستباح ذلك باسم المحافظة على الأمن أو النظام أو الحماية من الإرهاب (صالح، 2005: ص376).

قال تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَى أَهْلِهَا ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ) (النور: 27). والمستفاد من الآية الكريمة في مجال الإعلام: أن الشارع الحكيم نهى عن التطفل أو المساس بخصوصية الآخرين، لما قد يترتب على انتهاك خصوصية الأفراد أو الجماعات من ضرر مادي أو معنوي؛ ذلك بأن الناس لهم أسرار وخبائث (الشوكي، 2007: ص201).

ويرى الباحثان أنه عندما نتحدث عن مقارنة القيم والمبادئ بين الإسلام والغرب، فنحن أمام حق وباطل، وأمام أوامر إلهية وضوابط شرعية تضبط المجتمع بأكمله بقيمها، وفي مقابلها الغرب أصحاب الأديان المحرفة والأهواء التحررية التي تغيب عنها الضوابط العقدية. وتحكم هذه المجتمعات مبادئ متغيرة بحسب الحاجات والأطماع، والأهواء هي المعيار الأساسي في تشكيل منظومة القيم والمبادئ، التي تنتج التفسخ والانحلال، فتخرج قيم هابطة ومواد إعلامية هابطة.

ثانيًا: قيم الإعلام الإنساني المستقاة من اجتماعية الممارسة الإعلامية

الإعلام هو رسالة من الرسائل السامية، التي تخاطب عقول الجماهير، وتطبق في سلوكياتهم، وقد أصبح الإعلام الآن ضرورة اجتماعية لا يمكن الاستغناء عنها، وازدادت قوة تأثيره وقوة توجيهه، وأصبح التعرف إلى أي بلد يُقاس من قوته الإعلامية، كما أنه المرآة التي تعكس العادات والتقاليد لمجتمعه، ولذلك لا بدّ من المطالبة بالتزامه باجتماعية تستمد من القيم الدينية والثقافية، يتعهد بها الإعلاميون بالاحترام والتطبيق؛ وذلك لمنع الضرر الذي قد يحدث نتيجة غياب هذه الاجتماعية؛ كالانتهاكات التي تلحق بالأفراد أو بالمجتمع.

مفهوم اجتماعية الممارسة المهنية

يعرّف الغزالي (2004: ص72) الأخلاق بأنها: "هيئة راسخة في النفس تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير تكلف ولا روية" (الغزالي، 2004: ص72).

ويشير مصطلح قيم الممارسة الإعلامية إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات الوسائط الاتصالية، ومن الأمثلة عليها الفكرة النموذجية التي تتمثل في الالتزام بالموضوعية في إعداد الأنباء والدعاوي المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملائمة لتحقيق مهام اتصالية ذات نوعية خاصة" (جابر، 1984: ص275).

ويعرف الباحثان هذا المصطلح إجرائيًا بأنه مجموعة من القيم التي تضبط الممارسة الإعلامية وتوجه العمل الإعلامي و مخرجاته، المستوحاة من الاجتماعية ومواثيق الشرف.

أهمية اجتماعية الممارسة الإعلامية

تعدّ اجتماعية الإعلام من الأساسيات للعمل الصحفي والإعلامي؛ لأنها تضبط توحش وتغول الوحش الإعلامي، وبذلك فهي التي تهذب العملية الإعلامية، وتحقق أهداف الإعلام في خدمة الصالح العام ونشر الحقائق والمعارف (ملكوي، 2016: ص6).

ويرى الباحثان ضرورة التركيز وتكثيف الجهود المبذولة في تسليط الضوء على نحو أكبر على موضوع اجتماعية الممارسة الإعلامية، وعمل ندوات للتوعية بهذه الاجتماعية للإعلاميين، والحثّ على تطبيقها؛ كونها تمثل الأساس الذي تقوم عليه حرية الإعلاميين وحقوقهم، وحقوق مؤسساتهم الإعلامية، وتسهم في تحسين مستوى الأداء المهني، وزيادة الإقبال على مفهوم الاجتماعية.

مبادئ اجتماعية الممارسة الإعلامية

1. المسؤولية: إزاء الرأي العام وحقوقه ومصالحه تجاه المجتمعات القومية والعرقية والدينية والأمة والدولة والدين، والحفاظ على السلام والالتزام المصادقية والموضوعية والحياد فيما يُكتب لكسب ثقة الرأي العام (بوعلی، 2019: ص32).

2. حرية الإعلام والصحافة: وذلك بالدفاع عنها، فلا تقلل من شأن الإعلامي ولا وصفها بالسوء عطفًا على تعامله وسلوكات بعض الأفراد ممن يعملون بها (بوعلی، 2019: ص32).

3. عدم الانحياز: الكتابة بموضوعية والفصل بين الرأي والعاطفة من جهة، وما يتم كتابته من جهة أخرى؛ فالإعلامي ناقل للخبر وليس مصلحًا اجتماعيًا أو طبييًا أو نفسيًا (بوعلی، 2019: ص32).

4. المحافظة على حقوق الآخرين: المحافظة على حقوق الآخرين وعدم التعدي أو التجاوز على حرياتهم وكشف أسرار بيوتهم ما لم تكن قضية تعني المجتمع؛ كالجرائم، وأيضًا تحري كتابة القصة الخيرية بإنصاف. (بوعلی، 2019: ص32).

5. العدل والإنصاف: وهي من السمات الإنسانية وأكثر الأمور ارتباطًا بالمهنة؛ لأن الصحفي هو العين المبصرة والأذن الصاغية للأفراد كافة، ولذا عليه أن يكون عادلاً وملتزمًا بالحقائق الفعلية (حمزة، 1996: ص170).

والإنصاف أن يقف في منتصف المسافة بين طرفين، وعلى مسافة واحدة من مختلف أطراف القضية المثيرة للجدل محل النقاش، وعدم الدفاع عن طرف واتهام طرف آخر، وأن يكون منصفًا في اختيار الأسئلة وعددها وطريقة توجيهها، وفي توزيع الوقت وإدارته بكفاءة تامة. (مركز الميزان لحقوق الإنسان، 2021)

وخير مثال على ذلك تطبيق الشريعة السمحاء الغراء لمبدأ المساواة بين البشر في الحقوق المدنية والسياسية وشؤون الاقتصاد، يدرك إدراكًا جازمًا إقصاءها الكلي للتمييز بين البشر على أساس الجنس أو اللون، وهذا ما يدلّ دلالة واضحة على دقة تعاليمها وقصور التشريعات الأخرى عن الإتيان بمثل ما أتت به، وتحقيق ما تصبو إليه من أهداف (زووي، 2018: ص53-54).

قيم الإعلام الإنساني المستقاة من القانون الدولي الإنساني والقانون الخاص بحقوق الإنسان

يُقاس تقدّم الشعوب بمدى تقيدها بالقانون أو تجاوزها له، ولذلك يجب نشر الثقافة القانونية بين أفراد المجتمع ككل، ومن هنا تظهر ضرورة التعريف بأحد فروع القانون الدولي وهو القانون الدولي الإنساني، الذي من خلاله "يسعى المجتمع الدولي إلى التخفيف من ويلات الحروب، ويحيي المقاتلين الذين أصبحوا عاجزين عن مواصلة القتال (الجرى والمرضى وأسرى الحرب على سبيل المثال)، والأفراد الذين لا يشاركون في القتال

كالمدينين، فضلاً عن الأعيان المدنية والممتلكات الثقافية، ويحظر هذا القانون أو يقيد استخدام بعض الأسلحة، ويلزم القادة العسكريين بالتقيد ببعض القواعد المتصلة بأساليب القتال، كما يضع القانون الإنساني أيضاً قواعد تحكم العلاقة بين الدول المنخرطة في نزاع مسلح (طراونة، 2005: ص4).

أولاً: التعريف بالقانون الدولي الإنساني

قبل التعريف بمصطلح القانون الدولي الإنساني، وجد الباحثان ضرورة التنويه إلى نشأة المصطلح: "فالمصطلح التقليدي الذي كان سائداً حتى إبرام ميثاق الأمم المتحدة كان "قانون الحرب". ولما أصبحت الحرب غير مشروعة وفقاً لميثاق الأمم المتحدة، حيث وردت كلمة "الحرب" في ديباجة الميثاق عند الإشارة إلى إنقاذ "الأجيال المقبلة من ويلات الحرب"، ثم استخدم الميثاق تعبير "استخدام القوة"، ثم شاع استخدام مصطلح "قانون النزاعات المسلحة"، وفي بداية السبعينات تأثر هذا القانون في حركة حقوق الإنسان على الصعيد الدولي خاصة في أعقاب مؤتمر طهران عام (1968)، وشاع استخدام مصطلح "القانون الدولي الإنساني" (طراونة، 2005: ص8-9).

ولقد عرّفت اللجنة الدولية للصليب الأحمر القانون الدولي الإنساني بأنه: "القواعد الدولية الاتفاقية أو العرفية التي يُقصد بها، خصيصاً تسوية المشكلات الإنسانية الناجمة مباشرة عن النزاعات المسلحة، دولية كانت أم غير دولية، التي تحدّ لأسباب إنسانية، من حقّ أطراف النزاع في استخدام ما يحلو لها من وسائل القتال وطرقه، وتحمي الأفراد والأعيان التي يلحق بها الضرر، أو تتعرض له من جراء هذا النزاع" (طراونة، 2005: ص8). ويُعرف إجرائياً بأنه: فرع من فروع القانون الدولي العام، ومجموعة من القواعد التي تهدف إلى حماية المتضررين في حالات النزاع، بما يصونهم وممتلكاتهم، وحماية الأعيان التي ليست لها علاقة مباشرة بالعمليات العسكرية.

دور الإعلام في القانون الدولي الإنساني

إن لوسائل الإعلام المرتبة المكتوبة والمسموعة دور مهم وكبير في التعريف بالقانون الإنساني الدولي على نطاق واسع؛ ذلك أن الإعلام بطبيعته يتوجّه لقطاعات كبيرة من الرأي العام الوطني نظراً إلى انتشاره غير المسبوق في أعماق القرى والنجوع والمدن الصغيرة، ناهيك عن المراكز الحضرية والتجارية والسياسية والثقافية؛ ولأنه أيضاً يستخدم لغةً بسيطة ومبسطة مفهومة من قبل الجميع، متعلمين وغير متعلمين (عبد العليم، 2004).

أهم القيم المستخلصة من القانون الدولي الإنساني

1. الالتزام بالقوانين والأنظمة في الوصول للمعلومات والأخبار.
2. مراعاة حرمة الأماكن الخاصة وعدم انتهاكها.
3. صيانة الحرمات (تجنب نشر الاتهامات الموجهة للأشخاص قبل ثبوتها).
4. الحيادية (عدم التحيز لطرف على حساب طرف آخر).
5. الابتعاد عن اتخاذ أية مواقف عدائية في الحرب.
6. تجنب نشر التفاصيل أو التشهير بالشخصيات لأي هدف كان.

قيم الإعلام الإنساني المستقاة من موانئ الشرف

يحرص الإعلام بكافة مؤسساته على ضبط الممارسة الإعلامية، والدود بها بعيداً عن التجاوزات أو الانحطاطات والسموم التي تسمّ بالقيم والمعايير، أو تخلّ بالأداب والمبادئ السائدة في المجتمع، وللحفاظ على الممارسة الإعلامية بعيداً عن الابتزاز والتلاعب والاستغلال على حساب القيم والمبادئ، وليكون واضحاً ما المباحات وما هي المحرّمات، وواجبات الإعلام وحقوقه، تم وضع موانئ الشرف الإعلامية.

تعريف مفهوم ميثاق الشرف الإعلامي

يُعرف ميثاق الشرف الإعلامي بأنه: "وثيقة استراتيجية ومحورية لا بدّ منها للمؤسسة الإعلامية، وأداة من أدوات العمل الإعلامي الناجح" (قيراط، 2007).

لقد سخرت جهود كبيرة من خلال تلك الموانئ لمكافحة الدعايات المضللة والصحافة اللاأخلاقية، حتى برزت مبادرة الاتحاد الدولي للصحفيين في مطلع الثلاثينيات للقرن الماضي بتأسيس المحكمة الدولية للشرف لتكون مختصة بتلقي ونظر شكاوى الجمهور ضد الصحفيين الذين يقومون بالدعاية للحرب والدعوى للكرهية العنصرية والتحريض عليها. لكن لم ترى هذه المحكمة الدولية للشرف لتكون مختصة بتلقي ونظر شكاوى الجمهور ضد الصحفيين الذين يقومون بالدعاية للحرب والدعوى للكرهية العنصرية والتحريض عليها. لكن لم ترى هذه المحكمة النور بسبب نشوب الأزمات والصراعات في أوروبا، فصوب قادة الاتحاد جهودهم نحو ابتكار ميثاق أخلاقي عالمي تُلزم به النقابات الوطنية الأعضاء في الاتحاد الدولي للصحفيين لتنزله على أرض الواقع، وبالفعل أطلق الاتحاد في العام 1954م إعلان مبادئ عالمي لممارسة مهنة الصحافة الذي جرى تعديله في المؤتمر العام للاتحاد في 1986. وقد تبنته نقابات واتحادات الصحفيين حول العالم باختلافات خلفياتها الثقافية والفكرية والقانونية. (المجمر، 2020)

وفيما يأتي سيتم التطرق تباعاً إلى موانئ الشرف الإعلامية العالمية، والعربية، والإسلامية، وذلك على النحو الآتي:

أولاً: مواثيق الشرف الإعلامية العالمية

إن المواثيق الدولية الإعلامية هي الاتفاقيات والمعاهدات وإعلانات الحقوق الدولية المتاحة لكل دول العالم في مختلف القارات الانضمام لها، دون قصر هذا الحق على طائفة معينة من الدول، تربطهم روابط خاصة؛ مثل وقوعهم في قارة واحدة، أو اعتناقهم لدين واحد، أو لتحديثهم بلغة واحدة، أو انتمائهم لعرق واحد، أو ما شابه من نشاطات خاصة تجمع بين الدول (حمودة، 2012: ص125).

و في حالة الحرب، فهناك مانع وقيد على حرية الإعلام خاصة بهذه الحالة فقط، حيث يحضر على الإعلاميين المرافقين للجيش المتحاربة، أو الإعلاميين الموجودين في أرض المعركة القيام بأية أعمال عسكرية ضد أحد الأطراف المتحاربة لصالح أي من الأطراف الأخرى المتحاربة، وإلا فقد الحماية الدولية المقررة لهم.

ثانياً: مواثيق الشرف الإعلامية العربية

تنفيذاً لميثاق التضامن العربي الصادر عن مؤتمر القمة العربية بالدار البيضاء في 15 سبتمبر عام 1965، أقرّ مجلس جامعة الدول العربية إعلان ميثاق الشرف الإعلامي العربي، وقد أوجب هذا الميثاق على الإعلام العربي أن يعمل على تأكيد القيم الدينية والأخلاقية الثابتة، والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري، وأن ينشد الحقيقة المجردة في خدمة الحق والخير، ويسعى إلى شد الأواصر، وتعميق التفاهم والتفاعل والتبادل مادياً ومعنوياً في المجتمع العربي والدولي، وأن تحرص وسائل الإعلام العربية على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدّمه للرأي العام في الداخل والخارج، وتسهم بإمكاناتها جميعاً في تدعيم التفاهم والتعاون بين الدول العربية، وتتجنب نشر كل ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي، وتمتنع عن توجيه الحملات ذات الطابع الشخصي ورفض مبادئ التمييز العنصري، والعصبية الدينية، والتعصب بجميع أشكاله، وتناضل في سبيل المبادئ العادلة، وحق الشعوب في تقرير مصيرها، وحق الأفراد في الحرية والكرامة، والالتزام بالصدق والأمانة في تأديتهم لرسالتهم، بالإضافة إلى إتباع الأساليب التي تتعرض بطريقة مباشرة أو غير مباشرة للطعن في كرامة الشعوب مع احترام سيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية، وعدم التدخل في شؤونها الداخلية، وعدم تحويل الإعلام إلى أداة للتخريض على استعمال العنف، والالتزام بالصدق والموضوعية في نشر الأنباء والتعليقات، والامتناع عن اعتماد الوسائل غير المشروعة في الحصول على الأخبار والصور والوثائق وغيرها من مواد الإعلام، والحفاظ على سرية مصادر الأخبار إلا فيما يمس الأمن الوطني والقومي، ويعدّ الافتراء أو الاتهام دون دليل من الأخطاء الجسيمة التي تتعارض مع اجتماعية مهنة الإعلام، ويجب أن يلتزم الإعلاميون بتكذيب أو تصويب الأنباء التي ثبتت عدم صحتها (حكيم، 2018: ص306).

ثالثاً: مواثيق الشرف الإعلامية الإسلامية

تظهر الحاجة اليوم إلى توافر إعلام إسلامي بالطابع الديني الذي يميزه عن الصحافة التقليدية، إعلام يحمل مبادئ وقيم تحمل في داخلها الصدق والحق، وليس مجرد ناقلاً للأخبار وللأحداث، "والمعضلة في العصر الحالي، عصر الأقمار الصناعية والإنترنت وتكنولوجيا الاتصالات، أن الممارسة الإعلامية والمؤسسة التي تصنع الأخبار وتشرف على صياغتها وتبليغها للجماهير أصبحت محطة أنظار العديد من القوى السياسية والاقتصادية والتجارية، التي تحاول أن تطوع وتستغل العملية الإعلامية لتحقيق رغباتها وأهدافها ومصالحها عادةً بطرق ملتوية، غير شريفة وبعيدة كل البعد عن الأخلاق ومبادئ المهنة (قيراط، 1999).

قيم الإعلام الإنساني المستقاة من قوانين الجرائم الإلكترونية

يعيش العالم تطوراً هائلاً في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وذلك لدخولها بكافة مجالات الحياة، وشيوع استخدامها، والتوسع في التعامل من خلالها، فقد أصبحت هذه التقنيات لغة العصر التي لا يمكن لأيّ كان التخلي عنها، وأصبح الاعتماد عليها كبيراً في كافة التفاصيل وكافة الميادين الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها، ونظراً إلى الأهمية التي اكتسبتها ظهر من يسعى إلى تعطيل أو تأخير سير هذه المنافع لهذه التقنيات، أو الاعتداء عليها مما يلحق الأضرار بالأفراد والجماعات، وترافق لهذا التطور بروز مشكلات على شكل جرائم يقوم بها محترفون في استخدام التكنولوجيا، وهذه الجرائم تُسمى الجرائم الإلكترونية، يتضرر منها مجتمعات بأكملها، ولذلك ظهرت الحاجة إلى التصدي لها.

أنواع الجرائم الإلكترونية

في ظل تدفق بلايين الكلمات والصور والأشرطة المصورة كل ساعة، وربما كل دقيقة زادت صعوبات التحقق من المعلومات وكشف الأخبار الكاذبة والمضللة والزائفة، وهنا يجب التمييز بين أشكال مختلفة من النشر فهناك من ينشر تسريبات تتضمن معلومات حقيقية كاملة أو جزئية هدفها إيصال رسائل إلى أطراف محددة، وهذه الأخبار يصعب التحقق من مصداقيتها. (مركز الميزان لحقوق الإنسان، 2021، ص22).

وفيما يأتي بيان أهم أنواع الجرائم الإلكترونية:

- جرائم إلكترونية تستهدف الأفراد: ويُطلق عليها أيضاً مُسمى جرائم الإنترنت الشخصية، التي تقتضي على الحصول بطريقة غير شرعية على هوية الأفراد الإلكترونية، وسحب الصور والملفات المهمة من جهاز الضحية لتهديده بها وإخضاعه للأوامر، كما تعدّ سرقة الاشتراك أيضاً من الجرائم ضد الأفراد (دريم، 2017: ص90).

• **جريمة إلكترونية تستهدف الحكومات:** وهي هجمات يشنها القراصنة على المواقع الرسمية الحكومية وأنظمة شبكتها، التي تركز جل اهتمامها على القضاء على البنية التحتية للموقع أو النظام الشبكي وتدميره بالكامل، ومثل هذه الهجمات في الغالب يكون الهدف منها سياسيًا، وتتصف هذه الجرائم بالخفاء؛ أي عدم وجود آثار مادية يمكن متابعتها، مركزة على استهداف المواقع العسكرية لبعض الدول لسرقة المعلومات التي تتعلق بأمن الدولة وسرقة المعلومات الموثقة إلكترونيًا ونشرها بطرق غير شرعية (دريم، 2017: ص90).

ومن أبرز القيم المستخلصة من قوانين الجرائم الإلكترونية:

1. التعاون والتكافل مع المؤسسات الأمنية لنشر التوعية.
2. تجنب نشر أية فيديوهات أو صور مسيئة للأشخاص أو لمؤسسات.
3. الابتعاد عن نشر مضامين مخلة للآداب.
4. مراعاة البنود الخاصة بالجرائم الإلكترونية.

ثانيًا: الدراسات السابقة

بعد الاطلاع على قواعد البيانات المحلية والعربية، لم يجد الباحثان دراسة علمية متخصصة بموضوع الدراسة، ولكن توصلنا إلى بعض الدراسات ذات العلاقة بالدراسة الحالية، ومن تلك الدراسات ما يأتي:

دراسة عسكر (2002)، بعنوان: "نحورؤية للقيم في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة"

هدفت الدراسة إلى بناء المنظومة القيمية الأخلاقية المستمدة من القرآن الكريم والسنة النبوية، وذلك لحاجة المجتمع إلى مزيد من الدراسات والبحوث ذات العلاقة بموضوعات القيم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تقسيم الدراسة إلى ستة فصول، ومن أهم نتائجها: تداخل قيم الأخلاق مع عظم الحياة في كل جوانبها، وقد حدد أبعادها القرآن الكريم والسنة النبوية فهي الركيزة الأساسية في بناء المجتمع.

دراسة عطيات (2009)، بعنوان: "دور منظمات حقوق الإنسان في المجتمع الأردني في نشر ثقافة حقوق الإنسان عبر وسائل الإعلام الإلكتروني"

هدفت الدراسة إلى رصد مبادئ حقوق الإنسان وتحليلها كمًا وكيفًا، وتعرف محتوى المضامين الإعلامية لهذه المنظمات والمنشورة عبر الإعلام الإلكتروني (الإنترنت)، وتحديد هذه الحقوق في خطاب المنظمات الإعلامية في المجتمع الأردني، واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى الكمي والكيفي، ومن أبرز نتائجها: إن هذه المنظمات تنشر هذه المبادئ وحقوقها الفرعية المندرجة تحتها استنادًا للمرجعية الدولية والإعلانات والمواثيق المتعلقة بها، ولتعرف أكثر المبادئ استحوادًا على اهتمام هذه المنظمات، وبينت نتائج التحليل الكمي بأن مبدأ الكرامة هو أكثر المبادئ استحوادًا على اهتمامها، يليه مبدأ الحرية، بينما كان مبدأ التضامن والتسامح المبدأ الأخير في هذا المجال.

دراسة قنديل (2013)، بعنوان: "فاعلية الإعلام الأمني في التصدي لعمليات الاختراق الثقافي في عصر العولمة"

هدفت الدراسة إلى الوقوف على مشكلات الاختراق الثقافي، وتبيان وجهات النظر بين الإعلام الأمني والمؤسسات الإعلامية في التصدي لعمليات الاختراق الثقافي، وقد اتبعت الدراسة منهج تحليل المحتوى، ومن أبرز نتائجها: فاعلية الإعلام الأمني، التي تتمثل في تحصين المجتمع على الضوابط الاجتماعية من قيم وعادات وتقاليد أصيلة تحافظ على الثقافة الوطنية والذوبان في تيار العولمة الجارف.

دراسة كيحول (2015)، بعنوان: "الإعلام العربي وأزمة المصادقية: قناة الجزيرة أنموذجًا"

هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على الإعلام العربي وأزمة المصادقية، وتم إتباع المنهج الوصفي التحليلي، ومن أبرز نتائجها: أن العالم العربي شهد موجة كبيرة من الانتهاكات التي تمارسها وسائل الإعلام تحت مسمى حرية التعبير، حيث امتدت هذه الممارسات إلى ما يُعرف بالظعن في المقدسات، وتناولت الدراسة عدة نقاط؛ منها: الإشارة إلى مفهوم المصادقية، والتحدث عن القنوات الفضائية العربية، وخاصة قناة الجزيرة.

دراسة فرحنا (2017)، بعنوان: "دور الأنظمة الحديثة في حماية المعلومات السرية من مخاطر الاختراق"

هدفت الدراسة إلى تعرف تشفير المعلومة وصعوبة الوصول إليها أو اختراقها للوصول إلى تلك الأهداف، وقد اتبعت الدراسة المنهج التحليلي الميداني، ومن أبرز نتائجها: أن هناك تهديدات من داخل المؤسسة أو خارجها، وغالبًا ما يكون مصدرها الشبكات الداخلية وشبكات الإنترنت نسبة لانتقال المعلومات السرية بالإدارات العليا بالمؤسسات الحكومية.

دراسة السنجري (2018)، بعنوان: "اجتماعية التغطية الإخبارية التلفزيونية لمناطق النزاع من وجهة نظر النخب الأكاديمية"

هدفت الدراسة البحث في مسألة اجتماعية الصحافة؛ مثل: الصدق والشرف والنزاهة وغيرها من الاجتماعية التي من الضروري الالتزام بها، وعدم تغليب الاعتبارات المهنية على الاجتماعية العامة، وقد تم استخدام المنهج المسحي لدراسة الجمهور، وتم اعتماد الاستبانة أداة للدراسة، ومن

أبرز نتائجها: استأثرت قناة الجزيرة العراقية المرتبة الأولى بين مراتب ثقة المبحوثين.

دراسة المكي (2018)، بعنوان: "رؤية في المعرفة والمقاصد"

هدفت الدراسة إلى تعرّف الإعلام والقيم: رؤية في المعرفة والمقاصد، وقد أوضحت الدراسة أن الأنموذج المعرفي يهتم بالدراسة المعرفية لأنماط العلاقات الثلاث مع الإله، والإنسان، والطبيعة، وهي عادةً أنماط ضمنية، وغير صريحة، ليستخرج منها القيم العامة المرتبطة بطبيعة الإنسان والهدف من وجوده، والمصدر الذي يستمد منه معياره وقيمه، لأن هذه المجالات تمثل الأساس، وتتفرع منها جميع القيم والمعايير الأخرى، بل وتؤثت لكل التباينات الثقافية وحتى الذوقية. وانقسمت الدراسة إلى نقطتين؛ تناولت الأولى الاستعارات الأساس للاتصال الجماهيري المعاصر، وتضمنت الأنظمة الأساس لنماذج الاتصال الجماهيري، والاستعارات الأساس للاتصال الجماهيري وأوضحت الثانية الاتصال الجماهيري وقيمة المواجهة، وتضمنت الاتصال التمثيلي بين الواحدية الإنسانية والثنائية الصلبة، والاتصال التفاعلي التعبيري والواحدية المادية، والاتصال التبادلي المركب والواحدية السائلة، وعود على بدء قيم الاتصال الجماهيري. واختتمت الدراسة التأكيد على أهمية البعد الديني في تصور الاتصال نفسه، وما يترتب عليه من قيم، بل وفي تطور الاتصال عبر التاريخ الحديث.

دراسة أهل (2018)، بعنوان: "اجتماعية العمل الإعلامي وضوابطه في ضوء القرآن الكريم"

هدفت الدراسة إلى تعرّف اجتماعية العمل الإعلامي في ضوء القرآن الكريم، من خلال تعرّف اجتماعية الكتابة والمهنة، وتعامل الصحفي مع مصادره وزملائه، والمجتمع وقيمه ومبادئه، وتحديد الضوابط الشرعية للعمل الإعلامي والإسلامي، وتنتمي الدراسة إلى البحوث الكيفية، حيث تم استخدام أسلوب تحليل المضمون الكيفي، ومنهج العلاقات المتبادلة غير المقننة، ونظام الفحص الوثائقي، ومن أبرز نتائج الدراسة: ليس هناك تطابق في مفهوم الاجتماعية الواردة في الموثائق والمدونات، وما جاء من مبادئ في القرآن الكريم؛ لأن مواد الميثاق والمدونة تعتمد على المفهوم والنظريات الغربية للأخلاق، وهي تفتقر لبعض المواد وتغفل بعضها عمداً؛ لتتماشى مع المفاهيم العصرية، بينما القرآن الكريم يزخر بالمعاني الأخلاقية جميعها.

التعليق على الدراسات السابقة

في ضوء ما اطلع عليه الباحثان من دراسات سابقة ذات علاقة بهذه الدراسة، فإن موقع هذه الدراسة من الدراسات السابقة يتحدد على النحو الآتي:

- لا توجد دراسة متخصصة في موضوع الدراسة الحالية على الرغم من حرص الباحثين على البحث في الأوعية العلمية ومحركات البحث، وسؤال بعض المختصين في هذا المجال.
- وجد الباحثان دراسة لها علاقة قريبة وغير مباشرة بموضوع الدراسة الحالية، استفادت منها في الجوانب المنهجية وبناء الاستبانة.
- أفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في الجوانب المنهجية، والاستعانة بها في بناء أدوات الدراسة (الاستبانة الإلكترونية).
- وجد الباحثان بعض الدراسات الخاصة بجانب محدد من الدراسة، وهو جانب الاختراقات الأخلاقية والقانونية في الإعلام، وقد طبقت في بيئات خارجية غير البيئة الأردنية، وأجريت لدى مجتمعات بحثية غير المجتمع الأردني؛ منها: المجتمع السوداني والمجتمع الجزائري والمصرية، عدا دراسة عطيات التي تناولت الإعلام الإلكتروني في المجتمع الأردني.
- وتتميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة بما يأتي:
- تعد هذه الدراسة الأولى والسابقة - بحدود اطلاع الباحثين واستفساراتهما وبجانب الموسع - في محاولة استخلاص قيم الإعلام الإنساني ومبادئه من المرجعيات المستندة لمنظومة القيم والمبادئ الإسلامية، ومن اجتماعية الممارسة الإعلامية وموثيق الشرف الإعلامي، والسعي لتأصيل المبادئ وقيم الإعلام الإنساني وتحديدتها والتفصيل لها.
- تتميز هذه الدراسة عن غيرها بأنها تتجه إلى استطلاع آراء النخب الإعلامية الأردنية من أصحاب العلاقة للوقوف على وجهات نظرهم تجاه مبادئ الإعلام الإنساني ومدى مراعاتها في الممارسة الإعلامية في وسائل الإعلام.
- تُعدّ الدراسة سابقة في هدفها نحو التوصية بتصحيح الممارسة الإعلامية وفق مبادئ الإعلام الإنساني ومعاييرها في ضوء معايير القيم الإنسانية والإسلامية.

منهجية الدراسة وإجراءاتها

منهجية الدراسة

اعتمد الباحثان في هذه الدراسة المنهج الوصفي القائم على جمع البيانات والمعلومات، وتقديم أجوبة علمية حول مدى التزام وسائل الإعلام بالقيم الإنسانية في البث الإعلامي.

ويعرّف المنهج الوصفي بأنه: "منهج علمي يقوم على وصف الظاهرة أو الموضوع محلّ البحث والدراسة على أن تكون عملية تُعنى بالضرورة تتبع هذا

الموضوع ومحاولة الوقوف على أدق جزئياته وتفصيله والتعبير عنها تعبيراً إما كيفياً وذلك بوصف حال الظاهرة محل الدراسة، أو تعبيراً كمياً وذلك عن طريق الأعداد والتقديرات والدرجات التي تعبر عن وضع الظاهرة مقارنةً مع غيرها من الظواهر (برويس ودباب، 2019: ص2).

ويعمل هذا المنهج على دراسة الظواهر من حيث وصف خصائصها، وأنواعها والعلاقات التي ترتبط بين عواملها المؤثرة فيها، وبعد تجميع البيانات والمعلومات حولها يتم العمل على تحليلها نوعياً وكمياً وتفسيرها من أجل اكتشاف الحقائق والوصول إلى استنتاجات يتم من خلالها تحسين الأوضاع إلى الأفضل والأحسن (برويس ودباب، 2019: ص2).

مجتمع الدراسة وعينتها:

تكون مجتمع الدراسة من النخب الإعلامية المختصة (أساتذة الإعلام والإعلام الإسلامي، والإعلاميين الممارسين للمهنة، وطلبة الإعلام والإعلام الإسلامي)؛ حيث وزّع الباحثان أداة الدراسة على عينة استطلاعية عددها (30) من النخبة المختصة من مجتمع الدراسة (ومن خارج العينة)، وذلك للتأكد من صدق وثبات الدراسة، وبعد الانتهاء من إجراءات التأكد من الصدق والثبات، تم توزيع (300) استبانة الكترونية، وبعد الانتهاء من عملية التطبيق، بلغ عدد الاستجابات الصالحة للتحليل (173) استجابة تم تعبئتها من قبل أفراد العينة، بعد مراجعة الاستبيانات المستردة واستثناء الاستجابات غير الصالحة للتحليل الإحصائي.

ولغايات التأكد من متابعة أفراد العينة لوسائل الإعلام الحديثة فقد طرح الباحثان سؤالين، فإذا كانت الإجابة بنعم يسمح له باستكمال الإجابة، وإن كانت الإجابة (لا) فيتم خروجه مباشرة من الصفحة، ليتم بعدها إغلاق الرسالة.

وفي ما يلي عرض لخصائص عينة الدراسة، حيث تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لتوزيع أفراد عينة الدراسة حسب الخصائص الديمغرافية والوظيفية:

الجدول (1): توزيع أفراد العينة بحسب المتغيرات الديمغرافية للنخب الأردنية المختصة

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	84	48.6
	أنثى	89	51.4
العمر	18-30	107	61.8
	31-50	51	29.5
	أكثر من 50 سنة	15	8.7
	صحافة	82	47.4
وسيلة الإعلام التي ينتمي إليها	إذاعة	41	23.7
	تلفاز	12	6.9
	غير ذلك	38	22.0
	دبلوم فأقل	38	22.0
المؤهل العلمي	بكالوريوس	77	44.5
	ماجستير	28	16.2
	دكتوراه	30	17.3
	أقل من 5 سنوات	118	68.2
الخبرة العلمية	من 5-10	26	15.0
	أكثر من 10 سنوات	29	16.8

تشير هذه النسب التي شاركت وبصورة عشوائية بأن أفراد العينة الذين أجابوا عن أسئلة الدراسة ينتمون لفئات مختلفة، وهكذا تكون عملية تعرّف مدى التزام الإعلام بقيم الإعلام الإنساني أكثر مصداقية لتعدد المتغيرات وتنوع الفئات.

أداة الدراسة:

استخدم الباحثان الاستبانة كأداة رئيسية وذلك حسب طبيعة الدراسة حيث أنها الأكثر ملائمة لمثل هذا النوع من الدراسات. ولتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلتها اتبع الباحثان في إعداد الأداة الأسس العلمية لتطويرها وإخضاعها لاختبارات الصدق والثبات وفقاً للخطوات الإجرائية الآتية:

بناء أداة الدراسة:

تم تصميم الاستبانة انطلاقاً من موضوع الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها، وذلك من خلال جمع البيانات بالرجوع إلى كتب التربية الإسلامية، وكتب القانون الدولي والقانون الخاص المتعلقة بهذا الجانب، وكذلك موثيق الشرف الإعلامي، ومراجع في الأخلاق الإنسانية بصورة عامة، ونصوص قانون الجرائم الإلكترونية. ثم تم تطوير النموذج الأولي للكفايات من خلال توزيعه على ثلة من أساتذة كليات الشريعة والإعلام في جامعات مختلفة، وذلك من أجل الاستفادة من آرائهم وخبراتهم في هذا المجال.

وتكونت الاستبانة من جزأين، هما:

الجزء الأول: البيانات الأولية الخاصة بأفراد عينة الدراسة، وتشمل: (الجنس، العمر، وسيلة الإعلام التي ينتهي إليها، المؤهل العلمي، الخبرة العلمية).

الجزء الثاني: يشتمل على (77) فقرة موزعة على خمسة محاور، هي: محور القيم الإعلامية في التشريع الإسلامية، ويشمل (17) فقرة، ومحور القيم الإعلامية في القانون الدولي الإنساني والخاص بحقوق الإنسان، ويشمل (16) فقرة، ومحور قيم الاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية ويشمل (15) فقرة، ومحور قيم موثيق الشرف الإعلامي ويشمل (15)، ومحور قيم قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية ويشتمل على (14).

تصحيح أداة الدراسة:

تكونت أداة الدراسة بصورتها النهائية من (77) فقرة موزعة على خمسة محاور، يُستجاب عليها وفق تدرج خماسي يشتمل البدائل التالية: (دائماً، وتعطى عند تصحيح المقياس 5 درجات، غالباً وتعطى 4 درجات، أحياناً وتعطى 3 درجات، نادراً وتعطى درجتين، مطلقاً وتعطى درجة واحدة)، وكانت جميع الفقرات ذات اتجاه موجب. وقد صنف الباحثان استجابات أفراد الدراسة بعد أن تم اعتماد النموذج الإحصائي ذي التدرج النسبي بهدف إطلاق الأحكام على الأوساط الحسابية الخاصة بالأداة ومجالاتها، وذلك على النحو الآتي:

الجدول (2): مقياس ليكرت وتفسيره

مدى تواجد السمة	فئة الأوساط الحسابية
دائماً	5.00 – 4.21
غالباً	4.20 – 3.41
أحياناً	3.40 – 2.61
نادراً	2.60 - 1.81
مطلقاً	1.80 – 1.00

من خلال هذا التفسير الرقمي لكل وزن، فإن المتوسط الذي يتم الحصول عليه يسهل تفسير اتجاه العينة للوزن الذي تريده أو تقترب منه.

الصدق والثبات:

الصدق الظاهري:

للتحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة فقد تم عرضها بصورتها الأولية على مجموعة من المحكمين مكونة من (9) محكمين، من ذوي الخبرة والاختصاص في مجالات العلوم التربوية والشريعة والقانونية والإعلامية انظر محلق رقم (3)، حيث طلب منهم إبداء آرائهم حول دقة وصحة محتوى المقياس من حيث: درجة انتماء الفقرة للمجال الذي تتبع له، ووضوح الفقرات، والصياغة اللغوية، ومناسبتها لمقياس ما وضعت لأجله، وإضافة أو تعديل أو حذف ما يرويه مناسباً.

وبناء على التوصيات التي قدمها الخبراء فقد تم إعادة صياغة عدد من الفقرات، وزيادة فقرات أخرى حيث أصبح عدد فقرات الأداة ككل (77)، حيث توزعت للمحور الأول (17) فقرة، والمحور الثاني (16) والمحور الثالث (15)، وللمحور الرابع (15)، والمحور الخامس (14).

مؤشرات صدق البناء:

من أجل التحقق من المؤشرات التي تبين مدى صدق البناء لأداة الدراسة، فقد تم تطبيق الأداة على عينة استطلاعية مكونة من (30) من النخب المختصة خارج عينة الدراسة المستهدفة، وتم حساب مؤشر صدق البناء باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Pearson) لإيجاد قيم ارتباط الفقرة بالمجال، وقيم معاملات ارتباط الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس، كما هو مبين في الجدول (3).

الجدول (3): قيم معاملات الارتباط بين فقرات أداة الدراسة وبين الدرجة الكلية للمحور وبين الأداة ككل

ت	الفقرة	الارتباط	
		كلي	مجال
أولاً: محور القيم الإعلامية في التشريع الإسلامي			
1-	تحترم المعتقدات والقيم والمبادئ الدينية في المجتمع الذي تعمل به	.802**	.808**
2-	تلتزم بمعايير الصدق والأمانة في مضامينها الإعلامية	.745**	.764**
3-	تتجنب أساليب التضليل والخداع الإعلامي في إيصال الرسالة الإعلامية	.876**	.845**
4-	تبتعد عن التجسس على خصوصيات الأفراد والشعوب أو الإساءة إلى سمعهم	.813**	.745**
5-	تبث القيم الإنسانية الثابتة بالتشريعات الإسلامية (كالسماحة والعدل)	.895**	.792**
6-	تتولى الرد على حملات التشويه لصورة الإسلام والمسلمين	.771**	.717**
7-	تتجنب إثارة الطائفية عند عرض الأحداث أو القضايا	.821**	.764**
8-	تهتم بشؤون الشعوب الإنسانية وتدعو إلى التعاطف مع قضاياهم	.896**	.809**
9-	تتجنب نشر أي إساءات بحق الإسلام والرسول(صلى الله عليه وسلم)	.852**	.737**
10-	تحترم كرامة الإنسان وإنسانيته وتتجنب نشر ما يسيء إلى إنسانيته	.896**	.845**
11-	تدعو إلى احترام المبادئ الإنسانية وخاصة في ما يخص الإعلام في الحرب	.896**	.760**
12-	توصل الرسالة الإعلامية بأسلوب الإقناع بعيداً عن أسلوب التضليل الإعلامي	.926**	.900**
13-	تحرص على إيضاح الحق والحقيقة وتحقيق العدل والإنصاف ونبد الظلم من خلال مضامينها الإعلامية	.921**	.808**
14-	تلقى الضوء على الأقليات المسلمة والظروف التي تحيط بهم	.885**	.780**
15-	تراعي المشاعر الإنسانية في نقل أو نشر الأخبار والصور	.909**	.837**
16-	تعتمد على قيم روحية مستمدة من مبادئ الإسلام وتبرز الصورة الحقيقية للمسلمين	.880**	.861**
17-	تحافظ على حرمة الإنسان بعد موته وتتجنب عرض ما يُسيء له	.767**	.686**
ثانياً: محور القيم الإعلامية في القانون الدولي الإنساني والخاص بحقوق الإنسان			
1-	تلتزم بالقوانين والأنظمة للوصول للمعلومات والأخبار	.833**	.855**
2-	تراعي حقوق الملكية الفردية ولا تنتهك الأماكن الخاصة	.866**	.858**
3-	تراعى المسؤولية العامة تجاه الأمن القومي والنظام العام والآداب العامة	.833**	.754**
4-	تتجنب نشر الاتهامات الموجهة للأشخاص سيما قبل ثبوتها قضائياً	.847**	.760**
5-	تمنح الإعلاميين الحرية المسؤولة في طرح المضامين الإعلامية المتعلقة بالمجتمع والأفراد	.849**	.759**
6-	تتجنب ما من شأنه التحريض على ارتكاب الجرائم والإغراء بها	.817**	.746**
7-	تبتعد عن نشر ما من شأنه إثارة الضغائن والخلافات بين أفراد المجتمع	.786**	.778**
8-	تلتزم بأحكام القانون ولا تتجاوزها خاصة بما يتعلق بأمن الدولة	.760**	.634**
9-	تلتزم بالحيادية والموضوعية في تناول القضايا الإعلامية وعدم التحيز على حساب الآخر	.845**	.737**
10-	توجه الإعلاميين العاملين لديها بعدم اتخاذ أية مواقف عدائية خاصة في الحروب والأزمات	.796**	.760**
11-	تخصص في برامجها تغطية إعلامية خاصة بأوضاع المنكوبين والمشردين	.704**	.643**
12-	تتجنب كل ما يمس نزاهة العمل الإعلامي والرسالة الإعلامية وخاصة المطامع الشخصية والمالية	.802**	.787**
13-	تعمل على توعية الإعلاميين بالاتفاقيات الدولية وخاصة في فترة الحرب	.844**	.854**
14-	تدعم مواد إعلامية ترسخ دور القانون وتخلق آليات للتعزيز والدفاع عن حقوق الإنسان	.816**	.839**
15-	تتجنب نشر التفاصيل المتعلقة ببعض القضايا الخاصة بالأشخاص (خصوصيات الأشخاص) أو التشهير بالشخصيات	.831**	.703**
16-	تتوخى الحكمة في عرض الأخبار وتبتعد عن المبالغة والتهويل والإثارة	.842**	.773**
ثالثاً: محور قيم الاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية			
1-	تلتزم بالصدق والموضوعية في عرض الموضوعات والأحداث	.821**	.858**
2-	تبتعد عن عرض الموضوعات التي تشمل السب والقذف أو تنال من سمعة الغير	.851**	.854**
3-	تطبق التشريعات والقوانين المهنية وتلتزم بالآداب والحقوق ولا تنتهكها	.851**	.857**
4-	تحافظ على اجتماعية المهنة وتلتزم الموضوعية في أداء الرسالة الإعلامية	.915**	.868**
5-	تنمي روح المسؤولية للإعلاميين تجاه مجتمعهم والمجتمع الإنساني	.882**	.870**

ت	الفقرة	الارتباط	
		مجال	كلي
6-	تراعى المشاعر الإنسانية في عرضها لمشاهد الكوارث والحروب بما لا يؤذى المشاعر الإنسانية	.847**	.848**
7-	تتجنب تسويق القيم السلبية الهابطة في رسائلها الإعلامية	.882**	.829**
8-	تفرض وجوب احترام المبادئ الإنسانية والفضيلة وخاصة بالحرب	.887**	.875**
9-	تلتزم بمعايير الكرامة الإنسانية عند عرض صور الضحايا أو الأفراد على نحو عام	.823**	.732**
10-	تتسم بالتوازن في تقديم المحتوى بما يكفل الرأي الآخر	.688**	.603**
11-	تلتزم بالأداب العامة وخاصة عند نشر المحتوى الإعلامي أو البحث عنه	.858**	.743**
12-	تقدم الحماية لمصادر الأخبار التي تطلب عدم الإفصاح عنها	.909**	.841**
13-	تبتعد عن الخضوع لهيمنة الرّيح لتحقيق غايات أنانية	.848**	.862**
14-	تتجنب نشر الإعلانات التي تتضمن مشاهد لا تتناسب مع قيم الطفولة	.831**	.812**
15-	تتجنب الاعتماد في الحصول على المعلومة على مصادر مجهولة	.846**	.830**
رابعاً: محور قيم موثيق الشرف الإعلامي			
1-	تسهم في نشر الوعي والتثقيف المجتمعي الخاص بحقوق الإنسان	.764**	.681**
2-	تقدم الإرشاد في ما يتعلق بالقضايا التي تخص الأمن والاستقرار	.902**	.780**
3-	تتجنب إثارة النزعات والتمييز بين المواطنين على حساب الدين أو العرق أو اللغة	.905**	.828**
4-	تحتزم المبادئ العامة المعلن عنها في العهود والمواثيق الدولية والعربية وخاصة في ما يتعلق بكرامة الإنسان	.843**	.759**
5-	تقوم بمراقبة المحتوى الذي يقدم ومدى مراعاته لحاجات المواطن	.884**	.764**
6-	تلتزم بتصويب وتصحيح الأنباء التي يثبت عدم صحتها	.828**	.831**
7-	تنشر المضامين التي تدعو إلى تعميق أواصر الوثام والتعايش بين أفراد المجتمع الإنساني	.883**	.771**
8-	تؤكد على القيم والمثل العليا المتراكمة في التراث البشري	.883**	.825**
9-	تحرص على مبدأ التضامن العربي في كل ما تقدمه للرأي العام	.909**	.835**
10-	تتجنب نشر ما يثير العواطف ويؤججها على حساب الحقيقة	.911**	.868**
11-	تتمتع عن توجيه حملات ذات طابع شخصي أو تروج لسياسة أو تنظيم	.887**	.869**
12-	ترفض مبادئ التمييز العنصري بكافة أشكاله	.825**	.805**
13-	تحرص على نشر مواد إعلامية تحصينية تحفظ الأفراد من التيارات المنحرفة	.846**	.825**
14-	تقدر حقوق ومبادئ الإنسان وتتجنب طرح آراء تتعارض معها	.913**	.791**
15-	تحتزم حقوق الملكية الفردية والإشارة إلى مصادر المعلومات	.931**	.825**
خامساً: محور قيم قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية			
1-	تنشر مضامين توعوية حول ضوابط النشر الإلكتروني والجرائم الإلكترونية	.910**	.809**
2-	تلتزم بالمعايير المهنية المسؤولة في الممارسة الإعلامية في كل ما تنشره	.905**	.830**
3-	تتكامل وتتعاون مع المؤسسات الأمنية للتوعية بظاهرة الجرائم الإلكترونية	.876**	.728**
4-	تساهم في عقد مؤتمرات إعلامية تثقيفية بمخاطر الجرائم الإلكترونية	.885**	.846**
5-	تنشر التوعية لمخاطر التعامل مع التكنولوجيا واستخدامها دون الحاجة حتى لا تكون عرضة للقرصنة والاحتيال	.921**	.796**
6-	تهتم بنشر مضامين توعوية حول تجريم الابتزاز والاعتداء على الحياة الخاصة	.799**	.635**
7-	تناول القضايا الحساسة بمهنية إعلامية مسؤولة دون تهوين ولا تهويل	.835**	.824**
8-	تتجنب نشر صور أو مقاطع فيديو تسيء للكرامة الإنسانية وخاصة ضحايا الحروب والأزمات	.775**	.746**
9-	تتجنب المخالفات المنصوص عليها في قانون الجرائم الإلكترونية في ممارستها الإعلامية	.853**	.840**
10-	تكتفي بتناول الوقائع دون التشهير بالشخص والأفراد في حال تغطيتها الإعلامية لجرائم الشرف	.625**	.536**
11-	تعرف الجماهير من خلال منشوراتها الإعلامية بضوابط السلامة العامة في التعامل مع منصات التقنية الحديثة	.885**	.765**
12-	تبعث برسائل تحذيرية حول العقوبات الخاصة بمنتهكي الجرائم الإلكترونية	.842**	.759**
13-	تتجنب نشر المضامين الإباحية أو المخلة بالأداب العامة خاصة في ما يتعلق بالأشخاص	.812**	.713**
14-	تراعى بنود قانون الجرائم الإلكترونية الخاصة بتجريم اغتيال الشخصيات والهيئات والمؤسسات	.726**	.763**

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). **دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

يلاحظ من الجدول السابق إن قيم معاملات ارتباط فقرات محور القيم الإعلامية في التشريع الإسلامية قد تراوحت ما بين (0.745-0.926) مع مجالها، وبين (0.686-0.900) مع الأداة ككل، وأن قيم معاملات ارتباط فقرات محور القيم الإعلامية في القانون الدولي الإنساني والخاص بحقوق الإنسان قد تراوحت ما بين (0.704-0.866) مع مجالها، وبين (0.634-0.858) مع الأداة ككل، وأن قيم معاملات ارتباط فقرات محور القيم الاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية قد تراوحت ما بين (0.603-0.875) مع مجالها، وبين (0.688-0.915) مع الأداة ككل، وأن قيم معاملات ارتباط فقرات محور قيم موثيق الشرف الإعلامي قد تراوحت ما بين (0.764-0.931) مع مجالها، وبين (0.681-0.869) مع الأداة ككل، وأن قيم معاملات ارتباط فقرات محور قيم قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية قد تراوحت ما بين (0.625-0.921) مع مجالها، وبين (0.536-0.846) مع الأداة ككل. وبناء ما سبق فإن القيم السابقة الخاصة بمؤشرات صدق البناء؛ قد حصلت على معامل ارتباط لكل فقرة من فقرات الأداة مع مجالها لم يقل عن (0.603)، وكذلك في معامل ارتباط فقرات المجال مع الأداة ككل (0.536). وعليه فإن كل الفقرات تعدُّ مقبولة. وقد تم اعتماد هذا المعيار الذي اعتمده (عودة، 2011) في قبول الفقرة أو رفضها، مما يشير إلى جودة بناء فقرات أداة الدراسة. وكذلك فقد تم حساب معاملات الارتباط البينية (Inter-correlation) لمجالات الأداة وقيم معاملات ارتباط المجالات بالأداة ككل، وذلك باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Person) والجدول الآتي يوضح ذلك:

الجدول (4) قيم معاملات ارتباط مجالات أداة الدراسة مع الأداة ككل، ومعاملات الارتباط البينية لأبعاد المقياس

العلاقة	الإحصائية	قيم التشريع الإسلامية	قيم القانون الدولي الإنساني	قيم الاجتماعية الإنسانية	قيم موثيق الشرف الإعلامي	قيم قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية
قيم التشريع الإسلامية	معامل	1				
	دلالة	-				
قيم القانون الدولي الإنساني	معامل	0.827**	1			
	دلالة	0.000	-			
قيم الاجتماعية الإنسانية	معامل	0.880**	0.886**	1		
	دلالة	0.000	0.000	-		
قيم موثيق الشرف الإعلامي	معامل	0.778**	0.832**	0.852**	1	
	دلالة	0.000	0.000	0.000	-	
قيم قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية	معامل	0.776**	0.791**	0.843**	0.817**	1
	دلالة	0.000	0.000	0.000	0.000	-
الأداة ككل	معامل	0.923	0.934	0.962	0.920	0.905
	دلالة	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05). **دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.01).

تبين من الجدول السابق أن قيم معاملات ارتباط محاور أداة الدراسة بين بعضها البعض قد تراوحت ما بين (0.776-0.886)، وتراوحت كذلك بين هذه المحاور والأداة ككل ما بين (0.905-0.962)، وقد جاءت جميعها دالة بصورة كبيرة، ويعد مؤشرًا على صدق البناء للأداة. ثبات أداة الدراسة:

للتحقق من ثبات الاتساق الداخلي لأداة الدراسة ومحاورها الخمسة، فقد تم استخدام معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha) على بيانات التطبيق الأول للعينة الاستطلاعية والمكونة من (30) من النخب المختص، ولأغراض التحقق من ثبات إعادة للأداة ومجالاتها، تم إعادة التطبيق على العينة الاستطلاعية سالفة الذكر بطريقة الاختبار وإعادة (Retest - Test) بفاصل زمني مقداره أسبوعًا بين التطبيق الأول والثاني، حيث تم حسابه باستخدام معامل ارتباط بيرسون (Person) بين التطبيقين الأول والثاني على العينة الاستطلاعية والجدول (4) يبين قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي ومعاملات ثبات إعادة الخاصة بالأداة.

الجدول (5): قيم معاملات ثبات الاتساق الداخلي وإعادة لأداة الدراسة

المجال	ثبات الاتساق الداخلي	ثبات إعادة	عدد الفقرات
قيم التشريع الإسلامية	97.2	97.1	17
قيم القانون الدولي الإنساني	96.9	96.8	16
قيم الاجتماعية الإنسانية	96.5	96.6	15
قيم موثيق الشرف الإعلامي	97.1	96.7	15
قيم قوانين الإعلام والجرائم الإلكترونية	97.3	96.9	14
الأداة ككل	96	95.8	77

يلاحظ من الجدول السابق أن ثبات الاتساق الداخلي للمجالات داخل الأداة تراوحت ما بين (96.5-97.3) ولأداة ككل (96%)، وقد بلغت قيم ثبات إعادة لأداة على مستوى المجالات ما بين (96.6-97.1) وعلى مستوى الأداة ككل (95.8%). وهذه نسبة مرتفعة تدل على ثبات الاتساق الداخلي للأداة والمجالات بصورة عامة.

المعالجة الإحصائية للبيانات:

تمت معالجة البيانات وجدولتها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) ومن خلال استخدام الأساليب والاختبارات الإحصائية التالية:

أولاً: اختبار تحليل التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA):

ثانياً: اختبارات المقارنات البعدية:

وقد تم استخدام اختبارات المقارنات البعدية وهي: شيفيه (Scheffe' Test)، وتوكي (Tukey HSD)، واختبار (LSD)

ثالثاً: التكرارات والنسب المئوية.

رابعاً: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

خامساً: اختبار ثبات الأداة (Reliability): باستخدام معامل (كرونباخ ألفا / Cronbach alpha): تعتمد على حساب الارتباطات بين العلامات لمجموعة الثبات على جميع الفقرات الداخلة في الاختبار.

سادساً: معامل ارتباط بيرسون (Person): معامل ارتباط بيرسون هو إحصائيات الاختبار التي تقيس العلاقة الإحصائية أو الارتباط بين متغيرين مستمرين. يُعرف باسم أفضل طريقة لقياس الارتباط بين متغيرات الاهتمام لأنه يعتمد على طريقة التغير فهو يعطي معلومات حول حجم الارتباط واتجاه العلاقة.

عرض النتائج

يتناول هذا الفصل نتائج الدراسة التي تم الحصول نتيجة لتحليل استجابات (173) فرداً من النخب الأردنية المختصة في مجال الإعلام. وسيتم عرض هذه النتائج في هذا الفصل وفقاً لأسئلة الدراسة. وذلك عن طريق الإجابة عن الأسئلة الآتية:

أولاً. النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الأول الذي نصَّ على: "ما مدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (الجنس)؟"

للإجابة عن سؤال الدراسة الأول: تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لهذا المحاور وفق المتغير المذكور آنفاً، وذلك كما هو مبين في الجدول الآتي.

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية وفقاً لمتغير (الجنس)

المتغير/ المحور				الجنس	
				أنثى	ذكر
				متوسط	انحراف
				متوسط	انحراف
الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي				3.02	0.98
الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني				3.21	0.91
الثالث: القيم الأخلاقية				3.02	1.01
الرابع: قيم موثيق الشرف الإعلامي				3.10	0.93
الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية				3.14	0.94
الأداة ككل				3.09	0.90

يلاحظ من الجدول أعلاه وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لمدى الالتزام بالمعايير والقيم الإنسانية المستمدة من التشريع الإسلامي، ناتجة عن اختلاف مستويات الفئات التي تنتمي إليها هذه المتوسطات، ويهدف التحقق من جوهرية الفروق الظاهرية: تم إجراء تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA)، وذلك كما في الجدول التالي:

الجدول (7): نتائج تحليل التباين الأحادي لمدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية وفقاً لمتغير (الجنس)

مصدر التباين	المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F المحسوبة	الدالة الإحصائية
الجنس	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي	0.357	1	0.357	0.373	0.542
	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني	1.838	1	1.838	2.104	0.149
	الثالث: القيم الأخلاقية	0.274	1	0.274	0.281	0.597
	الرابع: قيم موانئ الشرف الإعلامي	0.925	1	0.925	1.099	0.296
	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية	1.179	1	1.179	1.455	0.229
	الأداة ككل	0.811	1	0.811	1.061	0.304

اتضح من الجدول السابق عدم وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمحاور الدراسة الخمسة تعزى لمتغير الجنس.

ثانياً: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثاني الذي نصَّ على: "مامدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الأردنية وفق متغير العمر؟

وللإجابة عن هذا السؤال الدراسة: تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاور الدراسة الخمسة وفق المتغير المذكور آنفاً، وذلك كما هو مبين في الجدول التالي.

الجدول (8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقاً لمتغيرات (العمر)

المتغير / المحور						العمر	
						أكثر من 50	50-31
						متوسط	متوسط
						انحراف	انحراف
الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي						3.14	2.71
الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني						3.24	2.90
الثالث: القيم الأخلاقية						3.15	2.70
الرابع: قيم موانئ الشرف الإعلامي						3.16	2.82
الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية						3.22	2.80
الأداة ككل						3.18	2.79

يلاحظ من الجدول أعلاه وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية ناتجة عن اختلاف مستويات متغير (العمر)، ويهدف التحقق من جوهرية الفروق الظاهرية: تم إجراء تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA)، وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (9): نتائج تحليل التباين الأحادي لمدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقاً لمتغير (العمر)

مصدر التباين	المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F المحسوبة	الدالة الإحصائية
العمر	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي	18.855	2	9.428	11.044	0.000
	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني	12.047	2	6.024	7.357	0.001
	الثالث: القيم الأخلاقية	19.768	2	9.884	11.430	0.000
	الرابع: قيم موانئ الشرف الإعلامي	12.995	2	6.498	8.378	0.000
	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية	15.761	2	7.880	10.808	0.000
	الأداة ككل	15.526	2	7.763	11.382	0.000

تبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمحاوَر الدراسة الخمسة تعزى لمتغير العمر. ولتعرف مصادِر هذه الفروق: تم إجراء اختبارات للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (10): نتائج اختبار المقارنات البعدية لمُدَى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني تعزى لمتغير (العمر)

الاختبار	المجال	العمر	الفئات	المتوسط الحسابي	30-18	50-31	51 فأكثر
(SCHEFFE)	الأول	30-18	3.14	-	3.14	2.71	2.65
		50-31	2.71	0.41892*	-	-	-
		51 فأكثر	2.65	0.48536	-0.06644	-	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.24	2.90	2.83	-
(SCHEFFE)	الثاني	30-18	3.24	-	3.24	2.90	2.83
		50-31	2.90	0.33706*	-	-	-
		51 فأكثر	2.83	0.40323	0.06618	-	-
	الثالث	الفئة	المتوسط الحسابي	3.15	2.70	2.70	2.70
(LSD)		30-18	3.15	-	3.15	2.70	2.70
		50-31	2.70	0.45286*	-	-	-
		51 فأكثر	2.70	0.45051	-0.00235	-	-
	الرابع	الفئة	المتوسط الحسابي	3.16	2.82	2.74	2.74
(SHEFFE)		30-18	3.16	-	3.16	2.82	2.74
		50-31	2.82	0.34444*	-	-	-
		51 فأكثر	2.74	0.41790	0.07346	-	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.22	2.80	2.76	2.76
	الخامس	30-18	3.22	-	3.22	2.80	2.76
(SCHEFFE)		50-31	2.80	0.41237*	-	-	-
		51 فأكثر	2.76	0.45438	0.04202	-	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.18	2.79	2.74	2.74
	الأداة ككل	30-18	3.18	-	3.18	2.79	2.74
(SCHEFFE)		50-31	2.79	0.39282*	-	-	-
		51 فأكثر	2.74	0.44273	0.04991	-	-

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمُدَى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية تعزى لمتغير (العمر)، لصالح ذوي الفئة العمرية (30-18) مقارنة بذوي الفئة العمرية (50-31) في جميع محاور الدراسة. ثالثًا: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثالث الذي نصَّ على: "ما مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)؟"

ولإجابة عن هذا السؤال الدراسة: تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاوَر الدراسة الخمسة وفق المتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، وذلك كما هو مبين في الجدول الآتي.

الجدول (11): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمُدَى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقًا لمتغيرات (الوسيلة التي ينتهي إليها)

وسيلة الإعلام التي ينتهى إليها								المتغير/ المحور
صحافة		إذاعة		تلفاز		غير ذلك		
متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	
3.18	0.87	2.83	1.00	2.38	0.93	2.86	1.10	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامى
3.36	0.78	2.90	1.10	2.60	0.93	2.93	0.95	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولى الإنسانى
3.20	0.90	2.79	1.06	2.32	1.07	2.91	0.95	الثالث: القيم الأخلاقية
3.25	0.80	2.82	0.99	2.49	1.03	2.93	0.93	الرابع: قيم موثيق الشرف الإعلامى
3.24	0.83	2.92	0.96	2.64	1.01	2.93	0.90	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية
3.24	0.77	2.85	0.92	2.48	0.94	2.91	0.91	الأداة ككل

يلاحظ من الجدول أعلاه وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية ناتجة عن اختلاف مستويات متغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، ويهدف التحقق من جوهرية الفروق الظاهرية؛ تم إجراء تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA)، وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (12): نتائج تحليل التباين الأحادي لمدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقاً لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)

مصدر التباين	المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F المحسوبة	الدلالة الإحصائية
وسيلة الإعلام التي ينتهي إليها	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي	9.054	3	3.018	3.292	0.022
	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني	11.142	3	3.714	4.480	0.005
	الثالث: القيم الأخلاقية	10.669	3	3.556	3.850	0.011
	الرابع: قيم مواثيق الشرف الإعلامي	9.510	3	3.170	3.958	0.009
	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية	6.270	3	2.090	2.647	0.051
	الأداة ككل	9.189	3	3.063	4.233	0.006

تبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمحاو الدراسة الخمسة تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها). ولتعرف مصادر هذه الفروق؛ فقد تم إجراء اختبارات للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (13): نتائج اختبار المقارنات البعدية لمدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)

الاختبار	المجال	العمر	الفئات	صحافة	إذاعة	تلفاز	غير ذلك
(TukeyHSD)	الأول	الفئات	المتوسط الحسابي	3.18	2.83	2.38	2.86
		صحافة	3.18	-			
		إذاعة	2.83	0.35079	-		
		تلفاز	2.38	.79770*	0.44692	-	
(TukeyHSD)	الثاني	غير ذلك	2.86	0.32247	-0.02832	-0.47523	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.36	2.90	2.60	2.93
		صحافة	3.36	-			
		إذاعة	2.90	.45274*	-		
(Scheffe)	الثالث	تلفاز	2.60	.75775*	0.30501	-	-
		غير ذلك	2.93	0.43072	-0.02202	0.32703-	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.20	2.79	2.32	2.91
		صحافة	3.20	-			
(Scheffe)	الرابع	إذاعة	2.79	0.40650	-		
		تلفاز	2.32	.87290*	0.46640	-	-
		غير ذلك	2.91	0.28460	-0.12191	-0.58830	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.25	2.82	2.49	2.93
(Scheffe)	الخامس	صحافة	3.25	-			
		إذاعة	2.82	0.42439	-		
		تلفاز	2.49	.75664*	0.33225	-	-
		غير ذلك	2.93	0.31921	-0.10518	-0.43743	-
(Scheffe)	الأداة ككل	الفئة	المتوسط الحسابي	3.24	2.92	2.64	2.93
		صحافة	3.24	-			
		إذاعة	2.92	0.32578	-		
		تلفاز	2.64	.59930*	0.27352	-	-
		غير ذلك	2.93	0.30983	-0.01595	-0.28947	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.24	2.85	2.48	2.91
		صحافة	3.24	-			

الاختبار	المجال	العمر	الفئات	صحافة	إذاعة	تلفاز	غير ذلك
(LSD)	إذاعة	2.85	.39262*	-	-	-	-
	تلفاز	2.48	.75998*	0.36736	-	-	-
	غير ذلك	2.91	.33465*	-0.05797	-0.42532	-	-

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من التشريع الإسلامي تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحيفة) مقارنة بذوي فئة (تلفاز). وقد تبين وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من القانون الدولي الإنساني تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحافة) مقارنة بذوي فئة (إذاعة) وفئة (تلفاز). وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام بالاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحافة) مقارنة بذوي فئة (تلفاز).

وكذلك فقد تبين وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني المستخلصة من مواثيق الشرف الإعلامي (الدولي، والعربي، والإسلامي) تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحافة) مقارنة بذوي فئة (تلفاز).

يتضح من الجدول السابق كذلك وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية للمدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير المستخلصة من قانون التشريعات الإعلامية و الجرائم الإلكترونية تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحافة) مقارنة بذوي فئة (تلفاز).

يتضح من الجدول السابق أيضًا وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير وقيم الإعلام الإنساني على مستوى الأداة ككل تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحافة) مقارنة بذوي فئات (إذاعة/تلفاز/غير ذلك).

رابعًا: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرباعي نصَّ على: "مامدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (المؤهل العلمي)؟ وللإجابة عن هذا السؤال الدراسة: تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاو الدراسة الخمسة وفق المتغير (المؤهل العلمي)، وذلك كما هو مبين في الجدول الآتي.

الجدول (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقًا لمتغيرات (المؤهل العلمي)

المحور	المتغير						المؤهل العلمي	
	دبلوم فأقل		بكالوريوس		ماجستير		دكتوراه	
	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف
الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي	3.74	0.34	3.01	0.93	2.37	1.04	2.45	0.92
الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني	3.76	0.42	3.09	0.98	2.64	0.88	2.72	0.92
الثالث: القيم الأخلاقية	3.72	0.33	2.91	1.06	2.67	0.92	2.48	0.91
الرابع: قيم مواثيق الشرف الإعلامي	3.73	0.30	2.93	1.00	2.71	0.79	2.66	0.87
الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية	3.70	0.38	3.02	0.97	2.77	0.73	2.59	0.89
الأداة ككل	3.73	0.28	3.00	0.89	2.62	0.81	2.58	0.86

يلاحظ من الجدول أعلاه وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية ناتجة عن اختلاف مستويات متغير (المؤهل العلمي)، ويهدف التحقق من جوهرية الفروق الظاهرية: تم إجراء تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA)، وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (15): نتائج تحليل التباين الأحادي مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقاً لمتغير (المؤهل العلمي)

مصدر التباين	المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F المحسوبة	الدلالة الإحصائية
المؤهل العلمي	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي	40.502	3	13.501	18.479	0.000
	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني	27.097	3	9.032	12.297	0.000
	الثالث: القيم الأخلاقية	30.953	3	10.318	12.837	0.000
	الرابع: قيم موثيق الشرف الإعلامي	26.496	3	8.832	12.612	0.000
	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية	24.914	3	8.305	12.225	0.000
	الأداة ككل	29.491	3	9.830	16.291	0.000

تبين من الجدول السابق وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمحاور الدراسة الخمسة تعزى لمتغير (المؤهل العلمي). ولتعرف مصادر هذه الفروق؛ فقد تم إجراء اختبارات للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (16): نتائج اختبار المقارنات البعدية مدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير الإعلامية الإنسانية تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)

الاختبار	المجال	العمر	الفئات	دبلوم فأقل	بكالوريوس	ماجستير	دكتوراه
(Scheffe)	الأول	الفئات	المتوسط الحسابي	3.74	3.01	2.37	2.45
		دبلوم	3.74	-			
		بكالوريوس	3.01	.72154*			
	الثاني	ماجستير	2.37	1.36345*	.64190*	-	
		دكتوراه	2.45	1.28431*	.56277*	0.07913-	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.76	3.09	2.64	2.72
(Scheffe)	الثاني	دبلوم فأقل	3.76	-			
		بكالوريوس	3.09	.66819*			
		ماجستير	2.64	1.12700*	0.45881*	-	
	الثالث	دكتوراه	2.72	1.04441*	0.37622*	-0.08259	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.72	2.91	2.67	2.48
		دبلوم فأقل	3.72	-			
(LSD)	الرابع	بكالوريوس	2.91	.80324*			
		ماجستير	2.67	1.04436*	0.24113	-	
		دكتوراه	2.48	1.23135*	0.42811*	0.18698	-
	الخامس	الفئة	المتوسط الحسابي	3.73	2.93	2.71	2.66
		دبلوم فأقل	3.73	-			
		بكالوريوس	2.93	.80431*			
(Scheffe)	الأداة ككل	ماجستير	2.71	1.01967*	0.21537	-	
		دكتوراه	2.66	1.07380*	0.26949	0.05413	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.70	3.02	2.77	2.59
	الأداة ككل	دبلوم فأقل	3.70	-			
		بكالوريوس	3.02	.68541*			
		ماجستير	2.77	.93193*	0.24652	-	
(LSD)	الأداة ككل	دكتوراه	2.59	1.11679*	.43139*	0.18486	-
		الفئة	المتوسط الحسابي	3.73	3.00	2.62	2.58
		دبلوم فأقل	3.73	-			
	الأداة ككل	بكالوريوس	3.00	.80431*			
		ماجستير	2.62	1.01967*	0.21537	-	
		دكتوراه	2.58	1.07380*	0.26949	0.05413	-

*دالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من التشريع الإسلامي تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، لصالح فئة (دبلوم فأقل) مقارنة بذوي الفئات (بكالوريوس/ ماجستير/ دكتوراه). وكذلك بين فئة (بكالوريوس) وفئة (ماجستير) لصالح فئة بكالوريوس.

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من التشريع الإسلامي تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، لصالح فئة (دبلوم فأقل) مقارنة بذوي الفئات (بكالوريوس/ ماجستير/ دكتوراه). وتبين كذلك وجود فروق دالة إحصائية لصالح فئة (بكالوريوس) مقارنة بذوي الفئتين (ماجستير/ دكتوراه).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام بالاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، لصالح فئة (دبلوم فأقل) مقارنة بذوي الفئات (بكالوريوس/ ماجستير/ دكتوراه). وتبين كذلك وجود فروق دالة إحصائية لصالح فئة (بكالوريوس) مقارنة بذوي الفئتين (دكتوراه).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني المستخلصة من موانئ الشرف الإعلامي (الدولي، والعربي، والإسلامي) تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، لصالح فئة (دبلوم فأقل) مقارنة بذوي الفئات (بكالوريوس/ ماجستير/ دكتوراه).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية للمدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير المستخلصة من قانون التشريعات الإعلامية و الجرائم الإلكترونية تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، لصالح فئة (دبلوم فأقل) مقارنة بذوي الفئات (بكالوريوس/ ماجستير/ دكتوراه)، وكذلك وجدت فروق لصالح فئة (بكالوريوس) في مقابل ذوي فئة (دكتوراه).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير وقيم الإعلام الإنساني على مستوى الأداة ككل تعزى لمتغير (المؤهل العلمي)، لصالح فئة (دبلوم فأقل) مقارنة بذوي الفئات (بكالوريوس/ ماجستير/ دكتوراه).

خامسًا: النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الخامس الذي نصَّ على: "مامدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (الخبرة العملية)؟

وللإجابة عن هذا السؤال الدراسة: تم حساب الأوساط الحسابية والانحرافات المعيارية لمحاو الدراسة الخمسة وفق المتغير (الخبرة العملية)، وذلك كما هو مبين في الجدول التالي.

الجدول (17): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقًا لمتغيرات (الخبرة العملية)

الخبرة العملية						المتغير/ المحور
أكثر من 10 سنوات		10-5 سنوات		أقل من 5 سنوات		
انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	انحراف	متوسط	
0.95	2.33	0.92	2.72	0.92	3.18	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي
0.92	2.54	0.88	3.02	0.91	3.26	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني
0.88	2.36	0.88	2.65	0.95	3.20	الثالث: القيم الأخلاقية
0.85	2.52	0.94	2.76	0.87	3.20	الرابع: قيم موثائق الشرف الإعلامي
0.91	2.53	1.01	2.71	0.80	3.26	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية
0.85	2.45	0.81	2.78	0.82	3.22	الأداة ككل

يلاحظ من الجدول أعلاه وجود فروق ظاهرية بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية ناتجة عن اختلاف مستويات متغير (الخبرة العملية)، ويهدف التحقق من جوهرية الفروق الظاهرية: تم إجراء تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA)، وذلك كما في الجدول الآتي:

الجدول (18): نتائج تحليل التباين الأحادي مدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية وفقاً لمتغير (الخبرة العملية)

مصدر التباين	المجال	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط مجموع المربعات	قيمة F المحسوبة	الدلالة الإحصائية
الخبرة العلمية	الأول: القيم الإنسانية في التشريع الإسلامي	18.855	2	9.428	11.044	0.000
	الثاني: القيم الإنسانية في القانون الدولي الإنساني	12.047	2	6.024	7.357	0.001
	الثالث: القيم الأخلاقية	19.768	2	9.884	11.430	0.000
	الرابع: قيم موثيق الشرف الإعلامي	12.995	2	6.498	8.378	0.000
	الخامس: معايير قانون الإعلام والجرائم الإلكترونية	15.761	2	7.880	10.808	0.000
	الأداة ككل	15.526	2	7.763	11.382	0.000

اتضح من الجدول السابق ما يلي:

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمجاور الدراسة الخمسة تعزى لمتغير الخبرة العملية. ولتعرف مصادر هذه الفروق: فقد تم إجراء اختبارات للمقارنات البعدية، كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول (19): نتائج اختبار المقارنات البعدية مدى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني تعزى لمتغير (الخبرة العملية)

الاختبار	المجال	الخبرة	الفئات	أقل من 5	10-5	أكثر من 10
(Scheffe)	الأول	أقل من 5	المتوسط الحسابي	3.18	2.72	2.33
		10-5	-	0.45897	-	-
		أكثر من 10	2.33	.85435*	0.39538	-
(Scheffe)	الثاني	أقل من 5	المتوسط الحسابي	3.26	3.02	2.54
		10-5	-	0.23285	-	-
		أكثر من 10	2.54	.71378*	0.48094	-
(Scheffe)	الثالث	أقل من 5	المتوسط الحسابي	3.20	2.65	2.36
		10-5	-	.54815*	-	-
		أكثر من 10	2.36	.84311*	0.29496	-
(LSD)	الرابع	أقل من 5	المتوسط الحسابي	3.20	2.76	2.52
		10-5	-	.44754*	-	-
		أكثر من 10	2.52	.68212*	0.23457	-
(Scheffe)	الخامس	أقل من 5	المتوسط الحسابي	3.26	2.71	2.53
		10-5	-	.54419*	-	-
		أكثر من 10	2.53	.72399*	0.17980	-
(Scheffe)	الأداة ككل	أقل من 5	المتوسط الحسابي	3.22	2.78	2.45
		10-5	-	.44263*	-	-
		أكثر من 10	2.45	.76570*	0.32307	-

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية مدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من التشريع الإسلامي تعزى لمتغير (الخبرة العلمية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بدوي فئة (أكثر من 10 سنوات).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة القانون الدوليّ تعزى لمتغير (الخبرة العلمية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بذوي فئة (أكثر من 10 سنوات).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام بالاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية تعزى لمتغير (الخبرة العلمية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بذوي فئتي (5-10)، و (أكثر من 10 سنوات).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني المستخلصة من مواثيق الشرف الإعلامي (الدولي، والعربي، والإسلامي) تعزى لمتغير (الخبرة العلمية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بذوي فئتي (5-10)، و (أكثر من 10 سنوات).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية للمدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير المستخلصة من قانون التشريعات الإعلامية و الجرائم الإلكترونية تعزى لمتغير (الخبرة العلمية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بذوي فئتي (5-10)، و (أكثر من 10 سنوات).

يتضح من الجدول السابق وجود فرق دال إحصائيًا عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير وقيم الإعلام الإنساني على مستوى الأداة ككل تعزى لمتغير (الخبرة العلمية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بذوي فئتي (5-10)، و (أكثر من 10 سنوات).

مناقشة النتائج والتوصيات

هدفت هذه الدراسة إلى تعرّف مدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية. وفي الآتي عرض لمناقشة نتائج الدراسة التي تم التواصل إليها في ضوء أسئلتها وفقًا لتسلسل هذه الأسئلة، بالإضافة إلى التوصيات المنبثقة عنها:

أولاً: مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الأول الذي نصّ على: "ما مدى مراعاة وسائل الإعلام للمعايير والقيم الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (الجنس)؟"

أظهرت النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائية في مدى مراعاة وسائل الإعلام للقيم الإنسانية تعزى لمتغير الجنس، حيث تبين وجود تقارب بين الفئتين (ذكر/أنثى) بمتوسطات تراوحت في جميع المحاور الخمسة ما بين (02.3-3.21) عند الذكور، وما بين (2.93-3.00) عند الإناث، حيث تركزت هذه الاستجابات حول وزن (أحيانًا)، ويمكن تفسير ذلك أن كلا من الذكور والإناث يتابعون وسائل الإعلام ويمكنهم تعرّف مدى الالتزام بهذه القيم، التي ثبت من وجهة نظرهم أن الالتزام بها في أحيان وعدم الالتزام بها في أحيان أخرى.

إن الناظر في جميع المحاور الخمسة ومتوسط الإجابات التي تم الحصول عليها التي تمثل في نسبتها المئوية عند الذكور (60.4-64.2%) و (60-58.6%) عند الإناث يوضح أن مستوى الالتزام بالمعايير والقيم لا زال بعيد المدى عن المطلوب أو الطموح، على الرغم من ادعاء وسائل الإعلام أنها تلتزم بالقوانين والتشريعات والمواثيق الإعلامية. مما يجدر بالجهات الرسمية والمسؤولية عن البث الإعلامي وتنظيمه أن تقوم بجملة من الإجراءات التقييمية لهذه المواقع والوسائل من أجل دفعها للالتزام بها، ويمكن أن يكون ذلك من خلال تنظيم لجان للجودة الإعلامية تعمل على تقييم كافة الجوانب المتعلقة بالعمل الإعلامي مما اشتملت عليه هذه الدراسة وأمور أخرى، ومن خلال هذا التقييم يمكن حجب المواقع أو إيقاف المؤسسات أو إنذارها لتحسين عملها، وغير ذلك من الإجراءات. وهذا يتفق مع ما أوصت به دراسة عسكر بعنوان "نحو رؤية للقيم في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة" حيث أوصى الباحث بضرورة بناء منظومة قيمية أخلاقية مستمدة من القرآن؛ بسبب حاجة المجتمع إلى مزيد من الدراسات والبحوث ذات العلاقة بموضوعات القيم.

ثانيًا: مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثاني الذي نصّ على: "ما مدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير العمر؟"

أظهرت النتائج التي تم الحصول عليها وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير العمر، ومن خلال تطبيق اختبار المقارنات البعدية تبين أنها لصالح فئة (30-18) التي تراوحت متوسطها على مستوى المحاور الخمسة ما بين (3.14-3.24) بنسبة مئوية تراوحت ما بين (62.8-64.8%) في مقابل فئة (50-31) بأوساط حسابية تراوحت ما بين (2.71-2.90) بنسب مئوية ما بين (58.2-58%)، حيث تشير هذه النتيجة إلى أن الفئة العمرية الأقل من أفراد العينة الذي ينتمون لوسائل الإعلام التقليدية أو غير التقليدية بحكم حداثة سنهم وقلة خبرتهم لا يملكون القدرة على التحليل والنقد، والتميز بين الممارسات وخلفياتها الشرعية أو القانونية أو الإنسانية، بينما في حال تقدمهم في السن، وتعرفهم أكثر وزيادة مقدار اطلاعهم فإنهم يصبح لديهم القدرة على التمييز أكثر، والقيام بعمليات ذهنية وعملية في تحليل الخطاب الإعلامي بشتى صوره وأشكاله، لذلك تقدمت فئة الأقل عمراً (30-18) على الفئة التي هي أعلى منها وحازت منها على دلالة إحصائية لصالحها وهي الفئة (31-50)، وما يؤكد هذا المذهب أن الفئة الأعلى عمراً بين الفئات

جميعها حصلت على متوسطات أقل من الفئتين الأوليين، التي تراوحت ما بين (2.80-2.65) بنسبة مئوية (53-56%)، بمعنى أنه كلما تقدم الإعلامي في السن وخلال ممارسته لعمله يمكنه أن يكون أكثر قدرة على التمييز. وكذلك فإن هذه الاستجابات التي تشكل تقديرات مدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية على اختلاف مرجعياتها جاءت في مستوى (أحياناً)، وهي نتيجة تؤكد ما ثبت في نتائج متغير (الجنس)، وأن هذه الملمح يتأكد أكثر.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن هذه الفئة العمرية من الفئات الأكثر متابعة لوسائل الإعلام كونها في مقتبل العمر ولديها فضول في المتابعة ورغبة في الترفيه أكثر من الفئة الأخرى التي هي عادة ما تكون عملية بصورة أكبر ولديها ما يملأ فراغها أكثر من المتابعة، ولا يملكون المعرفة الكاملة بهذه التصنيفات، كما هو الحال بالنسبة للأكبر سناً منهم، فكلما زاد سن الفرد في العادة زادت قدرته على الفهم والتحليل، وعلى الرغم أن كافة الاستجابات جاءت في إطار (أحياناً) إلا أن النظر في المتوسطات يؤيد التفسير الذي تم ذكره، فكلما زاد العمر قل المتوسط الحسابي الدال على هذا التقدير.

ثالثاً: مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الثالث الذي نصّ على: "ممدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)؟"

تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية لمدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية تعزى لمتغير وسيلة الإعلام التي ينتهي إليها، وتبين أنها لصالح وسيلة (صحافة) في جميع محاور الدراسة الخمسة، حيث تبين وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من التشريع الإسلامي لصالح ذوي فئة (صحافة) بمتوسط حسابي بلغ (3.18) ضمن وزن (أحياناً) مقارنة بذوي فئة (تلفاز) بمتوسط حسابي بلغ (2.38) ضمن وزن (نادراً)، وفي المحور الثاني المتعلق بمراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من القانون الدولي الإنساني جاءت لصالح فئة (صحافة) بمتوسط حسابي بلغ (3.36) ضمن وزن (أحياناً) مقارنة بذوي فئة (إذاعة) ومتوسطها (2.90) ضمن وزن (أحياناً)، وفئة (تلفاز) ومتوسطها (2.60) ضمن وزن (نادراً)، وفي المحور الثالث المتعلق بمدى التزام المؤسسات الإعلامية بالاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية تعزى لصالح ذوي فئة (صحافة) بمتوسط (3.20) ضمن وزن (أحياناً) مقارنة بذوي فئة (تلفاز) بمتوسط (2.32) ضمن وزن (نادراً)، وفي المحور الرابع لمدى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني المستخلصة من مواثيق الشرف الإعلامي (الدولي، والعربي، والإسلامي) لصالح ذوي فئة (صحافة) بمتوسط (3.25) ضمن وزن (أحياناً) مقارنة بذوي فئة (تلفاز) بمتوسط (2.49) ضمن فئة (نادراً)، وفئة (غير ذلك) بمتوسط (2.93) ضمن وزن (أحياناً)، أما المحور الخامس المتعلق بالالتزام وسائل الإعلام بالمعايير المستخلصة من قانون التشريعات الإعلامية و الجرائم الإلكترونية تعزى لمتغير (الوسيلة التي ينتهي إليها)، لصالح ذوي فئة (صحافة) بمتوسط بلغ (3.24) ضمن وزن (أحياناً) مقارنة بذوي فئة (تلفاز) بمتوسط (2.64) ضمن وزن (أحياناً). وعلى مستوى الأداة ككل فقد جاءت الدلالة الإحصائية لصالح فئة (صحافة) بمتوسط (3.24) ضمن وزن (أحياناً) في مقابل فئة (إذاعة) بمتوسط (2.85) ضمن وزن (أحياناً)، وفئة (تلفاز) بمتوسط (2.48) ضمن ووزن (نادراً)، وفئة (غير ذلك) بمتوسط (2.91) ضمن وزن (أحياناً).

وهذه النتائج تشير إلى أن فئة المنتمين للمؤسسات الصحفية يرون أن مدى الالتزام بالمعايير والقيم الإنسانية لا زال في إطار التقدير (أحياناً) لكنه تفوق على بقية الفئات الأخرى (إذاعة/ تلفاز/ غير ذلك) على الرغم من أن فئتي (إذاعة/ غير ذلك) شاركن معها في نفس الوزن (أحياناً) لكنها جاءت مرتفعة عنهما في الأوساط الحسابية، مما يدل على أن فئة العاملين في مهنة الصحافة يرون أنهم أكثر التزاماً بهذه المعايير والقيم الإنسانية من غيرهم، وأن مؤسساتهم تلتزم بها ويمكن أن يفسر ذلك بأن الصحافة الورقية أكثر عراقة وقدمًا بين الوسائل الإعلامية، وأكثر انضباطاً بحكم مرجعياتها وقوانينها المعمول بها. بينما الذين يعملون في المجال الإذاعي أو أصحاب فئة (غير ذلك) يرون أن الوسائل الإعلامية أقل التزاماً، ويمكن تفسيره بأن الإذاعات أو الوسائل الحديثة تحررت بعض الشيء من القيود التقليدية التي كانت مفروضة على الصحافة سابقاً، وسمح لها فضاء الحرية والانترنت بمزيد من الخروج عن الطوق في ما يتعلق بهذا الجانب، على الرغم من أنهم (الصحافة/ الإذاعة/ غير ذلك) يرون أن مستوى هذا الالتزام لا يتعدى أن يكون في بعض الأحيان، وليس غالباً أو دائماً. ولكن الملاحظ هنا أن وسيلة (تلفاز) هي الأكثر إصراراً على تدني هذا الالتزام حيث يرون في المجمل أنها لا تزيد في متوسطها عن مستوى (نادراً) بمعنى أن الندرة في الالتزام تفتح الباب واسعاً أما تعديد هذه المعايير واختراقها والتهاون فيها، وأن هذه المؤسسات غير قادرة على ضبط تصرفاتها وعملاتها بما يساعد على تقديم جرعة محتوى إعلامي ملتزمة محافظة تسهم في تطوير المجتمع وصقل شخصيته بما يتناسب والهوية التي يتمتع بها.

ولعل ذلك عائد إلى أن طبيعة المادة المقدمة في التلفاز التي تنتهي إلى أنواع وأشكال متعددة، من أخبار ومسلسلات وأفلام وترفيهية وغير ذلك في مجملها غير ملتزمة إلا في إطار ضيق وغير منسجم، في حين أن العديد من المؤسسات الإعلامية والعاملين فيها باتوا يعانون من الملاحقة القضائية في هذا الجانب، مما يدل على عدم تفرسهم وتدريبهم على الالتزام بهذه المعايير. وتتشابه هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة قنديل بعنوان "فاعلية الإعلام الأمني في التصدي لعمليات الاختراق الثقافي في عصر العولمة"، التي توصلت إلى تبين وجهات النظر بين الإعلام الأمني والمؤسسات الإعلامية في التصدي للاختراق.

رابعاً: مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الرابع الذي نصّ على: "مامدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (المؤهل العلمي)؟"

من خلال النتائج التي تم الحصول عليها تبين وجود فرق دال إحصائياً عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية في الإعلام تعزى لمتغير (المؤهل العلمي) وعلى كافة المحاور الخمسة التي تكونت منها الدراسة، وجاءت هذه الفروق لصالح فئة (دبلوم فأقل) الذي جاء بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.70-3.76) تمثل وزن (غالباً) في مقابل ذوي الفئات (بكالوريوس / ماجستير / دكتوراه) الذين حصلوا على متوسطات حسابية تراوحت ما بين (3.09-3.72) تراوحت ما بين مستوى (أحياناً) و (نادراً).

وكذلك تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئة (بكالوريوس) وفئة (ماجستير / دكتوراه) بمتوسطات حسابية تراوحت ما بين (2.77-2.37) تراوحت ما بين مستوى (أحياناً) و (نادراً) لصالح فئة (بكالوريوس) بمتوسطات (3.09-91.2) التي حافظت على مستوى تقدير (أحياناً).

إن الناظر في هذه المتوسطات والأوزان التي تمثلها يجد أنه كلما قل المؤهل العلمي الذي يحمله من يعمل في المجال الإعلامي رأى أن وسائل الإعلام تلتزم بالمعايير والقيم الإنسانية في الإعلام، حيث إن مؤهل (دبلوم فأقل) أعطى مستوى تقدير لمدى هذا الالتزام وصل إلى وزن (غالباً)، بمعنى أنهم يرون أن وسائل الإعلام غالباً ما تلتزم بهذه المعايير، وبالنظر إلى مؤهل (بكالوريوس) نجد أنهم يرون أن وسائل الإعلام تلتزم بمستوى (أحياناً)، أما مؤهلات (ماجستير / دكتوراه) فهم يرون أن وسائل الإعلام تتراوح ما بين (أحياناً) و (نادراً)، مما يعني أن أصحاب المؤهلات الأعلى يرون أن مقدار الالتزام من قبل المؤسسات الإعلامية بهذه القيم والمعايير في أدنى مستوياته، ويرى أصحاب المؤهلات الأدنى أن هذه الوسائل تلتزم بها إما غالباً أو أحياناً.

ويمكن تفسيره بأن العامل أو الموظف كلما ترقى في الدرجات العلمية كلما زادت قدرته على التمييز والنقد والتحليل، وكان أكثر قدرة على توصيف الأمور وإطلاق الأحكام، بعكس الأقل تعليمًا فإنه يتناول الأمور بمستوى أقل من النقد والتحليل والربط والقدرة على نسبة الأمور إلى أصولها ومنابها.

خامساً: مناقشة النتائج المتعلقة بسؤال الدراسة الخامس الذي نصّ على: "مامدى التزام الإعلام بالمعايير الإنسانية من وجهة نظر النخب الإعلامية الأردنية وفق متغير (الخبرة العملية)؟"

من خلال النتائج التي تم الحصول عليها في الفصل الرابع تبين وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha=0.05$) بين المتوسطات الحسابية لمدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من التشريع الإسلامي وكذلك عند المجال الثاني مدى مراعاة المعايير والقيم الإنسانية المستخلصة من القانون الدولي تعزى لمتغير (الخبرة العملية)، لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) بمتوسط حسابي على مستوى المحورين تراوح ما بين (3.18-3.26) الذي يأتي ضمن مستوى (أحياناً) مقارنة بذوي فئة (أكثر من 10 سنوات) الذي حصل على متوسط حسابي بلغ (2.33-54.2) ضمن مستوى (نادراً).

وكذلك على صعيد المجال الثالث: مدى التزام بالاجتماعية الإنسانية في الممارسة الإعلامية وكذلك المجال الرابع: مدى التزام وسائل الإعلام بمعايير الإعلام الإنساني المستخلصة من موانئ الشرف الإعلامي (الدولي، والعربي، والإسلامي)، والمجال الخامس: للمدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير المستخلصة من قانون التشريعات الإعلامية و الجرائم الإلكترونية فقد تبين وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير (الخبرة العملية) جاءت لصالح فئة (أقل من 5 سنوات) مقارنة بذوي فئتي (5-10)، و (أكثر من 10 سنوات)، حيث تراوحت المتوسطات التي حصلت عليها فئة (أقل من 5 سنوات) على متوسطات تراوحت ما بين (26.3-320) ضمن وزن (أحياناً)، في مقابل متوسطات فئة (5-10 سنوات) التي تراوحت ما بين (2.65-2.76) ضمن مستوى (أحياناً)، في حين جاءت المتوسطات التي حصلت عليها فئة (أكثر من 10 سنوات) متروحة ما بين (2.53-2.36) ضمن وزن (نادراً)، بينما جاءت المتوسطات في الأداة ككل ضمن (أحياناً) للفئة (أقل من 5 سنوات)، و (أحياناً) للفئة (5-10 سنوات)، و (نادراً) للفئة (أكثر من 10 سنوات).

إن هذه النتائج بتدرجها العكسي الذي يرتبط بزيادة سنوات الخبرة، فكلما زادت سنوات خبرة العامل في المجال الإعلامي كلما أبدى تقديرًا أقل لمدى هذا الالتزام، فأصحاب الخبرة الأقل الذين تمثلهم فئة (أقل من 5 سنوات) هم الأعلى تقديرًا لهذه الممارسة والالتزام، بينما الفئة التي تلهم (5-10 سنوات) على الرغم من مشاركتهم للفئة الأقل في الوزن (أحياناً) إلا أنها جاءت أقل من حيث المتوسطات الحسابية في خطوات تنازلية باتجاه التقارب في الفئة الأعلى من حيث الخبرة (أكثر من 10 سنوات) والأقل من حيث المتوسطات الحسابية، مما يمكن قوله أنه كلما زادت الخبرة قل مقدار التقدير من قبل أفراد العينة لمدى الالتزام من قبل وسائل الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية ككل، وكلما قلت سنوات الخبرة زاد تقدير أفراد العينة لمدى هذا الالتزام. ويمكن تفسير هذه النتيجة بأنه الفرد أو الموظف كلما زادت سنوات خبرته في العمل الإعلامي أمكن تعمقه وإطلاعه على مفردات الخطاب الإعلامي وحيثياته، وإجراءات العمل، وأصبح أكثر معرفة وفهمًا لما يدور في أروقة صناعة المادة الإعلامية بشقّي أصنافها، وهكذا تتحسن قدرته على الفهم وإصدار الأحكام على الأشياء التي يمر بها أو يراها.

تتلخص نتائج الجانب الإحصائي بعد مناقشتها بالآتي:

- عدم وجود أثر لمتغير الجنس في مدى التزام وسائل الإعلام بالمعايير والقيم الإنسانية.
- كلما تقدم الموظف في العمر زادت قدرته على الفهم والتحليل للمادة الإعلامية، من حيث القدرة على إصدار الأحكام والتقييمات المناسبة،

وهي ذات الحالة التي يمكن أن تنشأ من ارتفاع المؤهل العلمي عند الموظف، فكلما كان المؤهل العلمي أعلى كانت القدرة أفضل على التقييم في ما يتعلق بمدى الالتزام، والشئ ذاته في ما يخص زيادة سنوات الخبرة، وكذلك طبيعة المؤسسة التي ينتهي إليها الموظف. وعليه فإن أفراد العينة الأعلى عمراً والأكثر خبرة والأعلى مؤهلاً علمياً الذين يعملون في مؤسسة التلفزيون يرون أن المؤسسات الإعلامية نادراً ما تلتزم بالمعايير والقيم الإنسانية، وأن أفراد العينة الأقل عمراً والأدنى في المؤهلات العلمية والخبرة العملية، الذين يعملون في مجال الصحافة يرون في أن المؤسسات الإعلامية تلتزم أحياناً بهذه المعايير والقيم ولا تلتزم بها أحياناً أخرى.

نتائج تتعلق بالإطار النظري:

1. حقوق الإنسان في الإسلام إلزامية، ويعُدُّ حق الكرامة من أهم الحقوق، ومنبعها، والحضارة الغربية طمست الجوهر الحقيقي للنفس الإنسانية في صكوك حقوق الإنسان، ونسجت الحقوق بهوية مشوشة لا تلائم الجوهر الإنساني الصحيح، وأن الارتقاء بالإنسان الذي كانت تسعى إليه لم يتحقق، ولا يمكن تحقيقه إلا بالتركيز للنفس حتى يصبح الإنسان جديراً بالكرامة، ومحققاً لها. وهذا يتفق مع دراسة عطيات بعنوان " دور منظمات حقوق الإنسان في المجتمع الأردني في نشر ثقافة حقوق الإنسان عبر وسائل الإعلام " التي توصلت إلى أن أكثر المبادئ استحواداً على اهتمام المنظمات هو مبدأ الكرامة.
2. الحضارة الإنسانية جاءت مغلفة بروح الحضارة الغربية وتجربتها، أما الحقوق في القرآن والسنة فمصدرها رباني، وليست مجرد تخمينات تختلف وثائقها من مجتمع لآخر. وهذا يتفق ودراسة أهل بعنوان "أخلاقيات العمل الإعلامي وضوابطه في ضوء القرآن الكريم" التي ترى ضرورة تعريف أخلاقيات العمل الإعلامي في ضوء القرآن الكريم.
3. إن الواقع الذي تمارس به حقوق الإنسان، هو السبب وراء الشك حول هذه الحقوق، فهي تمارس بما يناسب شهوات المتحكمين بالقرارات.
4. الإسلام سبق القوانين الوضعيّة الحاليّة في احترام إنسانية الإنسان، سواء في زمن السلم أو في زمن الحروب والنزاعات، بل إن قوانينه أسعى وأشمل.
5. التنوع في وسائل الاتصال، وسهولة الاستخدام أدى لظهور قيم سلبية وإيجابية أثرت في بناء المنظومة القيمية.
6. وجود تباين في مفهوم القيم وذلك نظراً إلى اختلاف البيئات الثقافية. ويتفق هذا مع ما توصلت إليه دراسة قنديل بعنوان "فاعلية الإعلام الأمني في التصدي لعمليات الاختراق الثقافي في عصر العولمة"، التي توصلت إلى تباين وجهات النظر بين الإعلام الأمني والمؤسسات الإعلامية في التصدي للاختراق.
7. وجود ممارسات غير إنسانية بسبب الطمع في المال أو الشهرة أو توفر مادة إعلامية ثرية.
8. البشرية لم تسلم من الانتهاكات بالرغم من وجود موثيق ومعاهدات واتفاقيات دولية.
9. وجود فجوات في مجال الحماية التي يوفرها القانون الدولي الإنساني والقانون الدولي لحقوق الإنسان؛ كون الحرب ظاهرة تتغير باستمرار ويتعين تعديل الأحكام للتكيف مع تغيرها.

ثانياً: التوصيات:

- بناءً على النتائج العامة للدراسة، نعرض تالياً أهم التوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير موضوع الدراسة وتتمثل أهم هذه التوصيات في:
- ضرورة وجود متابعة نقابية فاعلة لعمل المؤسسات الإعلامية، وتقييم أدائها في ما يتعلق بمدى التزامها بمعايير وقيم الإعلام الإنساني، والتشديد على أتباعها وزيادة توظيفها بصورة ملائمة، وأن يترتب على هذا التقييم حجب الخدمات عن المؤسسات المخالفة أو الأقل التزاماً بهذه المعايير.
- تثقيف الجهات الإعلامية وتوعيتهم تجاه أهمية إدماج المعايير والقيم الإعلام الإنساني في المحتويات التي يعملون على نشرها، في أشكالها وقواها المتعددة، وأن تتولى هذه المهمة جهات داعمة أو فاعلة في العمل الإعلامي مثل النقابات ووزارات الإعلام، أو مؤسسات المجتمع المدني مثل منظمات حقوق الإنسان.
- إيلاء الباحثين في مجال الإعلام مزيداً من الاهتمام عبر إجراء المزيد من الدراسات حول الموضوع نقداً وإفادة.
- توعية المؤسسات الإعلامية بالإعلام الإنساني، وتشجيع الدراسات التأصيلية حول الموضوع.
- عقد المزيد من الدورات التوعوية للإعلاميين حول موضوع الإعلام الإنساني وخاصة بما يخص الحروب والكوارث.
- تكثيف الجهود لتعزيز ميثاق دولي إسلامي يستند لقيم الإسلام.

المصادر والمراجع

- ابن كثير، أ (2000) تفسير القرآن العظيم. بيروت: دار ابن حزم.
- أهل، ف (2018) اجتماعية العمل الإعلامي وضوابطه في ضوء القرآن الكريم. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.
- برويس، و (2019). المنهج الوصفي، أبحاث جامعة الحسين بن طلال، عمادة البحث العلمي والدراسات العليا، 5.
- بولعي، إ (2019) القيم الأخلاقية والممارسة المهنية في وسائل الإعلام الجزائرية (دراسة ميدانية نحو اتجاهات أساتذة الإعلام المشاهدين لقناة البلاد tv الجزائرية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خضير بسكرة، الجزائر.
- جابر، س (1984) الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث. الإسكندرية: دار المعرفة.
- حجاب، م (2010) نظريات الاتصال. القاهرة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1.
- حسين، س (2006). الإعلام والأخلاق: نماذج من انحرافات الإعلام الأمريكي والبريطاني خلال الحرب على العراق. أبحاث مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 28، (325).
- حكيم، ج (2018) مسؤولية الصحفيين المخلين بمواثيق الشرف. دفاتر السياسة والقانون، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، (19).
- حمزة، ع (1996) أزمة الضمير الخلفي. القاهرة: دار الفكر العربي.
- حمودة، م (2012) قانون الإعلام الدولي دراسة مقارنة. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- الخاجة، خ (2016). www.Albayan.ae.
- دريم، ف (2017). دور الأجهزة الإعلامية في مكافحة الجريمة الإلكترونية، أبحاث جامعة
- ربابعة، م (2018) ترشيد استخدام الإعلام الجديد (رؤية مقترحة من وجهة نظر النخب الدينية). كلية الشريعة والقانون، جامعة الأزهر، مصر، 20.
- ربابعة، م، وخطاطبة، ع (2019). مدخل إلى الدعوة والإعلام الإسلامي. مؤسسة روعة، إربد، ط1.
- الرحماني، ب (2019) الإعلام الإنساني: اتساع دائرة الرؤية والتأثير. جريدة الرياض، السعودية.
- زاوي، ش (2018). الإطار المفاهيمي للكرامة الإنسانية على ضوء المواثيق الدولية والمبادئ الإسلامية. أبحاث مجلة الدراسات الحقوقية. جامعة سعيدة
- الدكتورة مولاي الطاهر- كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر (9).
- سفر، م (1982) الإعلام موقف. السعودية: دار تهامة.
- السنجري، ب (2018) اجتماعية التغطية الإخبارية التلفزيونية لمناطق النزاع من وجهة نظر النخب الأكاديمية. المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية.
- الشوبكي، أ (2007) التأصيل الفقهي لقضايا الإعلام المعاصرة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك-الأردن.
- صالح، س (2005) اجتماعية الإعلام. ط2، الكويت: مكتبة الفلاح، الكويت.
- طراونة، م (2005) القانون الدولي الإنساني (تطبيقاته على الصعيد الوطني في الأردن). اللجنة الدولية للصليب الأحمر، الأردن.
- عسكر، ع (2002) نحو رؤية للقيم في ضوء القرآن الكريم والسنة النبوية الشريفة. أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة بغداد، كلية التربية، بغداد.
- عطيات، ف (2009) دور منظمات حقوق الإنسان في المجتمع الأردني في نشر ثقافة حقوق الإنسان عبر وسائل الإعلام الإلكتروني. أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن.
- الغزالي، أ (2004) إحياء علوم الدين. ط1، ج3، ضبطه وأخرج أحاديثه: محمد ثامر، القاهرة: دار الآفاق العربية.
- فرحنا، أ (2017) دور الأنظمة الحديثة في حماية المعلومات السرية من مخاطر الاختراق. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أم درمان الإسلامية، معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي، السودان.
- قيراط، م (2007) ميثاق الشرف الصحفي واجتماعية المهنة. جامعة الشارقة، كلية الاتصال.
- كيحول، ط (2015) الإعلام العربي وأزمة المصادقية: قناة الجزيرة نموذجا. مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، جامعة زيان عاشور بالجلفة، الجزائر.
- المجمر، ح (2020) مدونة بعنوان أخلاقيات الإعلام والمعايير التحريرية وحقوق الإنسان في تغطية الأزمات. 2020/8/4،
- <https://www.aljazeera.net/blogs/2020>
- مركز الميزان لحقوق الإنسان، (2021) ورقة بحثية حول أخلاقيات الإعلام، فلسطين، قطاع غزة، نيسان، 2021م
- المشاركة، ت (2019م)، أنسنة الإعلام، كتاب عمون، <https://www.ammonnews.net/article/458591>
- المكي، ه (2018) رؤية في المعرفة والمقاصد. أبحاث جمعية البحث في الفكر المقاصدي، المغرب، ع4.
- ملاكوي، ع (2016). اجتماعية العمل الإسلامي: دراسة في منجز الإعلام الإسلامي. جامعة اليرموك، إربد - الأردن.
- مهدي، م (2006) اجتماعية العمل الصحفي (المفهوم والممارسة) مجلة أهل البيت، (3)، 194-227.
- يوسف، م (1995). حرمة الحياة الخاصة بين الحماية الدولية والشريعة الإسلامية. المجلة العربية للدراسات الأمنية، أبحاث جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 10، (19).

References

- Ibn Katheer, A. (2000). *Tafseer Al Qur'an Aladeem*. Beirut: Dar Ibn Hazm.
- Ahl, F. (2018). *Social media work and its controls in the light of the Holy Quran*. Unpublished master's thesis, Faculty of Arts, Islamic University, Gaza, Palestine.
- Brewis, W. (2019). Descriptive Approach. *Al-Hussein Bin Talal University Research, Deanship of Scientific Research and Graduate Studies*, 5.
- Bouali, E. (2019). *Ethical values and professional practice in the Algerian media (a field study towards the attitudes of media professors who watch the Algerian Al-Bilad TV channel)*. Unpublished master's thesis, University of Mohamed Khedir Biskra, Algeria.
- Jaber, S. (1984). *Mass Communication and Modern Society*. Alexandria: Dar Al-Maarifa.
- Hijab, M (2010). *Communication Theories*. (1st ed.). Cairo, Egypt: Dar Al-Fajr for publication and distribution.
- Hussain, S. (2006). Media and Ethics: Examples of American and British media deviations during the war on Iraq. *Research Center for Arab Unity Studies, Lebanon*, 28 (325).
- Hakima, J. (2018). Responsibility of Journalists in Violation of Honor Codes. Books of Politics and Law. *Kasdi Merbah University, Ouargla, Algeria*, (19).
- Hamza, P. (1996). *The Crisis of Moral Conscience*. Cairo: Dar Al-Fikr Al-Arabi.
- Hammouda, M. (2012). *International Media Law, a Comparative Study*. Alexandria: University Thought House.
- Dream, F. (2017). The role of the media in combating cybercrime. *University research*.
- Rabaa, M. (2018). Rationalizing the use of new media (a proposed vision from the point of view of religious elites). *Faculty of Sharia and Law, Al-Azhar University, Egypt*, 20.
- Rabaa, M., and Khataba, A. (2019). *Introduction to Islamic Call and Media*. (1st ed.). Irbid: Rawa Foundation..
- Rahmani, B. (2019). *Human Media: Widening the Circle of Vision and Influence*. Saudi Arabia: Al-Riyadh newspaper.
- Zawawi, Sh. (2018). The conceptual framework of human dignity in the light of international conventions and Islamic principles. Research in the Journal of Human Rights Studies. *Saida University, Faculty of Law and Political Science, Algeria* (9).
- Safar, M. (1982). *Media is a position*. Saudi Arabia: Tihama House.
- Al-Sangary, B. (2018). The Sociality of TV News Coverage of Conflict Areas from the Viewpoint of Academic Elites. *Arab Journal of Media and Communication Research, Al-Ahram Canadian University*.
- Al-Shoubaki, A (2007) *Jurisprudential Rooting of Contemporary Media Issues*. Unpublished master's thesis, Mu'tah University, Karak-Jordan.
- Saleh, S. (2005). *The Social Media*. (2nd ed.). Kuwait: Al-Falah Library, Kuwait.
- Tarawneh, M. (2005). *International Humanitarian Law (Its Applications at the National Level in Jordan)*. Jordan: The International Committee of the Red Cross.
- Askar, P. (2002). *Towards a vision of values in the light of the Holy Qur'an and the Sunnah of the Prophet*. PhD thesis, University of Baghdad, College of Education, Baghdad.
- Atiyat, F. (2009). *The role of human rights organizations in Jordanian society in spreading the culture of human rights through electronic media*. PhD thesis, College of Graduate Studies, University of Jordan, Amman, Jordan.
- Al-Ghazali, A. (2004). *Ehea Olom Aldeen*. (1st ed.). Cairo: Dar Al-Afaq Al-Arabiya.
- Farahna, A. (2017). *The role of modern systems in protecting confidential information from hacking risks*. Unpublished master's thesis, Omdurman Islamic University, Institute for Research and Studies of the Islamic World, Sudan.
- Karat, M. (2007). The journalistic code of honor and the social profession. *University of Sharjah, College of Communication*.
- Kehoul, I. (2015). The Arab Media and the Crisis of Credibility: Al-Jazeera as a Model. *Journal of Law and Human Sciences*,

Zayan Achour University, Djelfa, Algeria.

Al-Mujmar, H. (2020). *A blog titled Media Ethics, Editorial Standards, and Human Rights in Crisis Coverage.*

Al Mezan Center for Human Rights. (2021). *Research paper on media ethics, Palestine, Gaza Strip.*

Al-Masharqa, T. (2019). *Humanizing Media.* Book of Ammon

Al-Makki, H (2018). *A vision in knowledge and purposes. Researches of the Association for Research in Intellectual Maqasid, Morocco*

Malkawi, A. (2016). *The Socialization of Islamic Work: A Study in the Islamic Media Approach. Yarmouk University, Irbid , Jordan.*

Mahdi, M. (2006). *The Social Work of Journalism (Concept and Practice). Ahl al-Bayt Magazine, (3), 194-227.*

Youssef, M (1995). *The sanctity of private life between international protection and Islamic law. The Arab Journal for Security Studies, Naif Arab University Research for Security Sciences, 10(19).*