

Союз арабских журналистов

В своем развитии арабские средства массовой информации прошли долгий и плодотворный путь: от непритязательных газетных листков к высокотехнологичным спутниковым каналам, от изданий местечкового характера к масс-медиа с аудиторией, исчисляемой миллионами, от трансляции государственной пропаганды к независимому освещению событий.



Арабские СМИ совершили прорыв не только в области технологии, но и в области идеологии, включившись в мировые политические процессы и став фактором демократизации ближневосточного региона.

С трансформацией средств массовой информации произошла и трансформация их аудитории в возрастном, классовом и идеологическом разрезах.

Журналисты в арабском мире должны преодолевать огромные трудности, освещая истории, связанные с правами человека, зачастую ежедневно сталкиваясь с угрозами о расправе, тюремном заключении, угрозами выдворения из страны, шантажом, предложениями взяток и другими трудностями.



Президентом федерации арабских журналистов является
Ахмед Юсуф Бехбехани.



Федерации Арабских Журналистов

Основной целью федерации является объединение арабской нации и свободу, а также строить свое будущее. Эти цели являются потенциалом любого журналистского синдиката в арабском мире. Федерация является основной вехой на пути просветления, принимая на себя ответственность в обеспечении свободы выражения мнений и призывая к свободному обращению информации. Она принимает демократический диалог и удовлетворение доказательств.

Он также принимает след арабского единства и интеграции, чтобы вернуть права арабов и освободить оккупированные территории. Арабские журналисты всегда представляют высший уровень просветленной, арабской, сознательной и национальной ответственности. Такое поведение федерации сделали его популярным и уважаемым арабской аудитории



Кодекс этики

Кодекс этики принят на третьей Конференции Федерации арабских журналистов, в апреле 1972 года в Багдаде. Кодекс основывается на следующих принципах:

1. Обязательства по целям общественности и право арабского народа на единство, свободу и прогресс.
2. Журналисты обязуются уважать право граждан на неприкосновенность частной жизни и достоинства. Они должны воздерживаться от публикации личных или семейных скандалов, нацеленных на ослабление семейных отношений.
3. Сообщение прессы священно: она не должна подвергаться оппортунизму, нечестности, клевете.
4. Сообщение прессы влечет за собой присоединение к объективной реальности и истины. Журналисты намерены получить информацию и факты законными методами и исправлять любые опубликованные материалы в случае неточностей обнаружено в нем.

5. Солидарность среди арабских журналистов должна основываться на защите профессиональной этики, а также воздействия тех, кто ведет себя ненадлежащим образом или тех, кто ищет личную выгоду и отдавать приоритет личных интересов путем публикации необоснованное новости и делая заявления, направленные на создание ощущения и поощрять коррупцию и преступление.
6. Журналисты намерены поддерживать справедливость в судах, а не для поддержки какой-либо партии против другого или решить любое дело до тех пор, как соответствующий орган не выдал приговор.



7. Журналисты должны уважать права на публикацию, воздерживаться от плагиата.
8. До начала практики профессии, журналист (в соответствии с уставом своей организации) должен сделать следующую присягу: "Клянусь профессиональной честью выполнять свою работу честно и правдиво, чтобы хранить профессиональную тайну, соблюдать правила и традиции профессии и защищать свое достоинство ".

9. Четкое следует проводить различие между информацией и мнениями или рекламой таким образом, что никакая пропаганда или политических взглядов и идей, не скатиться в публикации в качестве отредактированных материалов. Такие материалы должны быть четко определены как рекламные объявления в газетах и журналах.
10. Политические рекламные объявления, представляемые иностранными органами запрещены, если они не находятся в гармонии с национальной политикой. В этом случае публикация должна быть равна установленным ценам, чтобы не превратить рекламу в косвенную пожертвования от иностранного государства.



Члены дочерних объединений и организаций должны воздерживаться от публикации их имен под рекламой таким образом, что репутация и моральное влияние журналистов не используются рекламоделателями.

Реклама представляет собой социальную службу, ее основная функция в том, чтобы подтолкнуть продажи товаров, которые являются полезными для потребителя: такая функция не должна быть выполнена с помощью лжи или обмана. Газеты, журналы и другие средства массовой информации имеют право проверять данные и факты в рекламе, чтобы сохранить репутацию прессы. Кроме того, журналисты должны выделить страницы для специальных кампаний против рекламы, которая распространяет пропаганду в пользу империалистических государств, реакционных сил и иностранных монополий в противоречие с высшими арабскими интересами.

