جامعة يحي فارس – المدية
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

أخلاقيات مهنة الصحافة في سياق البيئة الرقمية

–دراسة مسحية على عينة من صحفي جريدة النهار الإلكترونية–

– من 27 فيفري إلى 29 مارس 2022 –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبتين:

– سعيود لمياء

– رابعي رحاب

إشراف الأستاذ:

أ. تواتي رضوان

السنة الجامعية: 2022/2021



شكر وعرفان

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعاننا

على أداء هذا الواجب و وفقنا الى انجاز هذا العمل

لا بد لنا و نحن نخطو خطواتنا الأخيرة في الحياة الجامعية

من وقفة نعود بها إلى أعوام قضيناها

في رحاب الجامعة مع أساتذتنا الكرام الذين قدموا لنا الكثير باذلين

جهودا جبارة في بناء جيل الغد لتبعث الأمة من جديد

لذا نقدم أسمى آيات الشكر والعرفان لأساتذتنا الكرام

ونخص بالتقدير والشكر الأستاذ الدكتور"تواتي رضوان" الذي

أشرف على هذا العمل

كما نقدم شكرنا لجميع من قدم لنا يد العون

من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم و رسوله و المؤمنون "

إلهي لا يطيب الليل الا بشكرك و لا يطيب النهار الا بطاعتك..

و لا تطيب اللحظات الا بذكرك.. و لا تطيب الآخرة الا بعفوك..

و لا تطيب الجنة الا برؤيتك..

و الصلاة و السلام على من بلغ الرسالة وأدى الأمانة و نصح الأمة

نبي الرحمة سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم

إلى من كللهم الله بالهيبة والوقار وجعلهم نورا يضيئ لنا الدرب في الظلمات

الى الوالدين الكريمين

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين

الحياة الى الإخوة والاخوات

الى اخوتنا التي لم تلدهم أمهاتنا.. الى الأصدقاء

الى أساتذتنا الافاضل

الى كل من يعرفنا من قريب أو بعيد

نقدم هذا العمل

خطة الدراسة

مقدمة

الاطار المنهجي

تمهيد

1- تحديد الإشكالية

2- التساؤلات الفرعية

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهداف الدراسة

5- أهمية الدراسة

6- منهج الدراسة

7- أدوات الدراسة

8- مجتمع البحث

9- عينة الدراسة

10- تحديد المصطلحات

11- الدراسات السابقة

خلاصة

الفصل الأوّل: أخلاقيات مهنة الصحافة

المبحث الأول: مفاهيم أساسية لأخلاقيات المهنة

المطلب الأول: أخلاقيات المهنة الإعلامية

المطلب الثاني: أخلاقيات الإعلام الجديد

المطلب الثالث: مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية

المبحث الثاني:انتهاك الأخلاق الإعلامية، المخاطر والحلول

المطلب الاول: مخاطر انتهاك الأخلاق الإعلامية

المطلب الثاني: الحلول المقترحة لتفادي الانتهاكات وتعزيز الأخلاق الإعلامية

خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: مدخل إلى الإعلام الجديد

المبحث الاول: ماهية ومفهوم الإعلام الجديد

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد

المطلب الثاني: في مسألة توصيف الإعلام بالجدة

المبحث الثاني: أنواع الإعلام الجديد

المطلب الأول: إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة

المطلب الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة

المطلب الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة

خلاصة الفصل الثاني

الفصل الثالث: ماهية الصحافة الالكترونية

المبحث الأول: الصحافة الالكترونية مفهومها وأنواعها

المطلب الأول: مفهوم الصحافة الالكترونية

المطلب الثاني: أنواع الصحف الالكترونية

المطلب الثالث: أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التّقنية المستخدمة في الموقع

المبحث الثاني: سمات الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بالصحافة المطبوعة

المطلب الاول: سمات الصحافة الإلكترونية

المطلب الثاني: العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافةالإلكترونية

المطلب الثالث: خصائص الصحافة الإلكترونية

المبحث الثالث: الصحافة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الأول: تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر

المطلب الثاني: خدمات الصحافة الإلكترونية

المطلب الثالث: التحديات التي رفعتها الصحافة الإلكترونية في وجه الصحافة الورقية

المطلب الرابع: بطاقة فنية عن جريدة النهار الورقية والإلكترونية

خلاصة الفصل الثالث

الفصل الرابع: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

استنتاج عام

مقدمة:

تعد وسائل الاتصال الجماهيرية أحد الأركان المهمة لتطور المجتمعات ومقياساً للتقدم والحضارة فيها، ويفترض بهذه الوسائل أو المؤسسات الإعلامية أن تحافظ على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته.

وقد أهتم المتخصصون بالعلوم الإنسانية المختلفة بإعطاء أهمية كبيرة للأخلاقيات المهنية على أساس أن لكل مهنة أخلاقياتها، وتأتي في مقدمة هذه المهن مهنة الصحافة.

لذلك فقد وضعت النظم السياسية المختلفة في العالم سياسات إعلامية متنوعة تنسجم مع أهدافها وتوجهاتها وتطلعاتها، إدراكاً منها لأهمية الإعلام وما يؤدي من وظائف كبيرة وخطيرة في المجتمع.

وسواء أكانت تلك السياسات الاعلامية موضوعة من الدولة ليكون الاعلام موجهاً أم لم تتدخل الدولة أو الحكومات في وضعها فان واقع الحال يؤكد وجودها أصلاً في الحالين وحسب نوعية المجتمعات ليبرالية كانت أم اشتراكية أم غير ذلك.

وينبغي ألا تتجاوز الصحافة المبادئ والقيم المتعارف عليها حتى تؤدي وظيفتها بشكل يستجيب لحاجات الناس وتطلعاتهم، وتمنحهم الفرصة ليحظوا برؤية أكثر وضوحا لواقعهم، فأخلاقيات العمل الصحفي تصبح بلا فائدة ما لم تعكسها سلوكيات عملية على أرض الواقع.

عندما نقول أخلاقيات المهنة، فالحديث بطبيعته يجرنا إلى البحث في العلاقة بين أصحاب المهنة كممارسين وبين عملائهم كمستفيدين، وهذه العلاقة تفرض على الطرف الأول نوعا من الالتزام بجملة من المبادئ والقيم التي ترتقي إلى واجبات شخصية تجاه الطرف الثاني حتى تظل جسور هذه العلاقة ممتدة بين الطرفين لا يساورها شك ولا يعتريها غموض.

ولا شك أن الصحافة تختلف عن باقي المهن الأخرى بكونها رسالة قبل أن تكون مهنة، ودورها لا يتوقف على مجرد أداء لوظيفة اجتماعية أو ممارسة لهواية تثقيفية، بل هو أبعد من ذلك بكثير وفي غاية الأهمية من حيث تأثيرها في الفرد وتنمية الوعي لديه ومساهمتها في بناء المجتمع ونهضته.

ومن أجل إثراء موضوع دراستنا قمنا بتقسيم دراستنا إلى الخطة التالية:

الاطار المنهجي: تضمن كل من إشكالية الدراسة وضبط فرضياتها وتحديد أهدافها وأهميتها والتعريف بأهم المصطلحات والمتغيرات الأساسية لنختمه بالدراسات السابقة والتعليق عليها.

الاطار النظري: وفيه تناولنا التراث الفكري والنظري لأخلاقيات مهنة الصحافة من تعريفات وأهداف وأهمية ومميزات، كما تم التطرق للإعلام الرقمي الجديد من مفهوم وأهداف وخصائص، وأيضا تناولنا في الصحافة الالكترونية والتي خصت جريدة النهار الالكترونية.

الإطار التطبيقي: وفيه عالجنا إجابات عينة الدراسة المتمثلة في صحفيي جريدة النهار حول الموضوع المعالج.

الإطار المنهجي

تمهيد:

يعتبر هذا الإطار من أهم الجوانب في الدراسة، إذ يتناول منهجية الدراسة وخطواتها ومختلف إجراءاتها من خلال مناقشة مشكلة الدراسة وعرض تساؤلاتها، والتطرق إلى أهمية الدراسة وأهدافها وأسباب اختيارها، ومع تحديد مجتمع الدراسة ككل واختيار عينة منه، وعن حدودها الزمانية والمكانية، وتحديد مفاهيم الدراسة والتطرق إلى منهج الدراسة والأداة المستخدمة لجمع المعلومات والبيانات من مجتمع البحث، وأيضا التطرق إلى الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها وإظهار مواطن التشابه ونقاط الاختلاف مع دراستنا.

1- تحديد الإشكالية:

تلعب وسائل الإعلام والاتصال دورا كبيرا في المحافظة على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته، لذا وجب على هذه المؤسسات وعلى الإعلاميين المشتغلين بها، حتى يقوموا بعملهم على أتم وجه الالتزام بمجموعة من الآداب، الضوابط، المبادئ، وقواعد السلوك المهني والتي يطلق عليها أخلاقيات العمل الإعلامي.

وتضمن هذه الأخلاقيات حقوق الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة وأهمها حق الوصول إلى المعلومات، كما تضمن حق الجمهور في الحصول على معلومة صحيحة وذات مصداقية، وتنظم كذلك هذه الأخلاقيات علاقة الإعلامي بمؤسسته ودوره في المجتمع الذي ينتمي إليه من خلال إلزامه بالمسؤولية الاجتماعية أثناء أدائه لعمله.

ولهذا أصبحت أخلاقيات مهنة الإعلام مطلبا أساسيا لدى العديد من التنظيمات والحكومات وحتى الشعوب، نظرا للأدوار المختلفة التي تلعبها وسائل الإعلام في المجتمع وآثارها المختلفة على كافة مناحي الحياة، لامتلاكها اليد الطولى في إصلاح المجتمع وتنويره وتوعيته إزاء مختلف المخاطر التي تواجهه، وهذا ما يجعل تقيد المؤسسة الإعلامية سواء كانت تقليدية أو تقع ضمن ما يسمى بالإعلام الجديد، كذه الأخلاقيات هو ما يزيد من مهنيتها ومصداقيتها لدى متابعيها ويحدد مكانتها بين وسائل الإعلام الأخرى.

غير أن هذه الأخلاق المهنية المرتبطة بمهنة الإعلام، تفتقد إلى الطابع الإلزامي، لكونها لا تعدوا أن تكون أكثر من وثائق شرفية، لا يترتب على المخالفين لها أي مسؤولية، وحتى وإن تضمنت بعض مواثيق الشرف الإعلامية لجزاءات تأديبية توقع على الإعلاميين حال مخالفتهم للقواعد التي جاءت فيها، فإنها تبقى معطلة نتيجة لعدم التفعيل تارة أو افتقادها لآليات التنفيذ تارة أخرى، وهو ما جعل هذه الأخلاقيات عرضة للتجاوز والانتهاك من قبل المؤسسات الإعلامية والعاملين بجا، كارتباط بعض المؤسسات الإعلامية برجال المال والسياسة واستخدامها كأداة للدعاية لهم، وكذا استغلال بعض الإعلاميين المهنة التحقيق مصالحهم شخصية، وهذا بلا شك يسيء لمهنة الإعلام، ومن هنا يبدو أن الوضعية تحتاج إلى إصلاح.

وتُعدّ الصحافة الإلكترونية من أبرز مظاهر اندماج التكنولوجيا بوسائل الاتصال والإعلام من حيث التأثر والتأثير، لا سيّما أنّ الصحافة الإلكترونية أصبحت تؤدي دور إيضاح المعلومات عبر الصوت أو الصورة أو الفيديو فضلًا عن الكتابة، وهذا ما يجعلها من الأهمية بمكان، كما يؤدي إلى سرعة انتشارها

وقبولها من قبل الجماهير في مجتمع يسوده حبّ الاطلاع على الأخبار اليومية، كما أنّ الصحافة الإلكترونية وفّرت القدرة على التواصل بين أفراد المجتمع الواحد، بالإضافة إلى السمة بالغة الأهمية التي تميزها عن غيرها، وهي إمكانية استرجاع المعلومات القديمة أو المفقودة في أي وقت، وإمكانية الاحتفاظ بها دون الحاجة إلى مساحة مكانية، كما جعلت الصحافة الإلكترونية المشهد الإعلامي في متناول جميع أفراد المجتمع في أي مكان أو زمان، كما ساعدتْ على معرفة المعلومات لحظة بلحظة مع إمكانية التوثيق المباشر، بالإضافة إلى عدم وجود الرقيب على معرفة تلك الأخبار كمنع جهة معينة، لأن الإنترنت عالم واسع لا يمكن احتكاره من قبل جهة أو لمصلحة فئة محددة، فإنَّ كل تلك العوامل وغيرها من الأسباب جعلت الصحافة الإلكترونية واسعة الإنتشار.

وفي هذا الصدد، قمنا باختيار جريدة النهار الالكترونية لدراسة موضوعنا من أجل الكشف عن أخلاقيات مهنة الصحافة في سياق البيئة الرقمية الجديدة وذلك من خلال استطلاع رأي عينة من صحفيي الجريدة.

ومما سبق، نطرح السؤال الجوهري الآتي:

هل يلتزم صحفيي جريدة النّهار الإلكترونية بأخلاقيات مهنة الصحافة في ظل سياقات ومعطيات البيئة الرقمية؟

2- التساؤلات الفرعية:

- كيف يتعامل صحفيي جريدة النهار الالكترونية مع متطلبات أخلاقيات العمل الصحفي ومستجدات البيئة الإعلامية الرقمية؟
- هل تتوفر جريدة النهار الالكترونية على مواثيق أخلاقيات المهنة الصحفية في سياق البيئة الرقمية؟
- هل هناك ضوابط مهنية تلتزم بها جريدة النهار الالكترونية في عملها في ظل البيئة الاعلامية الرقمية؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

جاء اختيار موضوع بحثنا نتيجة جملة من الدوافع والاعتبارات التي تعددت واختلفت وتجسدت لأسباب ذاتية وأخرى موضوعية، يمكن حصرها في النقاط التالية:

أولا: أسباب ذاتية

– التعمق أكثر في مجال الدراسة والتخصص الحالي الذي يحتم علينا دراسة هكذا مواضيع.

– الاهتمام الشخصي بالتحولات التكنولوجية التي فتحت المجال للتجاوزات الإعلامية.

– الرغبة في دراسة الموضوع بشكل معمق للخروج بنتائج مرضية.

ثانيا: أسباب موضوعية

من خلال ما نراه ونشاهده اليوم في ظل البيئة الجديدة للاعلام والاتصال من شبكات تواصل ومواقع اخبارية وغيرها مما استحدثته تكنولوجيا الاعلام والاتصال، حتم علينا دراسة موضوع غاية في الاهمية والذي نحن بصدده اليوم، فما نعيشه اليوم من فوضى إعلامية في ميدان الصحافة جعل دراسة أخلاق المهنة الاعلامية ضرورة حتمية بدراسة شروطها والقوانين التي تحكمها، وهو ما أوجب إصدار أخلاقيات إعلامية عامة للجميع انطلاقا من مفهوم المسؤولية الاجتماعية.

4– أهداف الدراسة:

– معرفة ما إذا يلتزم صحفيوا جريدة النهار الالكترونية أخلاقيا في ظل البيئة الجديدة للإعلام والاتصال من ناحية نقل الخبر والمعلومة في جريدة النهار الالكترونية.

– التعرف على مدى توفر جريدة النهار الالكترونية على مواثيق أخلاقية للمهنة الإعلامية تخص البيئة الجديدة للإعلام والاتصال.

– التعرف على الضوابط المهنية التي تلتزم بها جريدة النهار الالكترونية للعمل الإعلامي في ظل البيئة الاعلامية الجديدة.

5– أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في مدى أهمية الموضوع المدروس، والذي يتمحور حول أخلاقيات المهنة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد – جريدة النهار الالكترونية أنموذجا، كونه أحد أهم القضايا الراهنة التي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فبتحول وسائل الاعلام إلى النشر الالكتروني، وبظهور فاعلين جدد في الساحة الإعلامية، ونتيجة أيضا لحرية الأنترنت، ظهرت العديد من التجاوزات الأخلاقية في قطاع الإعلام، الأمر الذي ألزم علينا طرح إشكالية القواعد الاخلاقية التي يمكن أن تضبط الممارسات الإعلامية في ظل هذه التحولات.

6- منهج الدراسة:

تتطلب طبيعة الموضوع استخدام منهج مناسب من أجل التعمق والخروج بنتائج للدراسة.

واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي لكونه يعد من أبرز المناهج المستخدمة في دراسة الظواهر الإعلامية، حيث يعرفه أحمد بن مرسلي المسح على "أنه الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة، من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك". (أحمد بن مرسلي، 2010، ص283)

وسبب اختيارنا للمنهج المسحي هو صغر حجم العينة مماتطلب منا دراسة مجتمع بأكمله، والهدف من ذلك هو وصف طبيعة الظاهرة المراد دراستها.

7- أدوات الدراسة:

بالنسبة لأدوات جمع البيانات فإن طبيعة البحث والمنهج في تناول المواضيع والظواهر المختلفة هي التي تفرض على الباحث التقنيات أو الأدوات الضرورية والمناسبة للتعامل مع مواضيع البحث.

وسنعتمد في دراستنا هذه على الاستبيان، ويعرف**"كود Good"**الاستبيان بأنه " قائمة من الأسئلة تعد بشكل جيد لمعرفة آراء و معتقدات و اتجاهات الأخرين نحو موضوع معين" ، بينما يعرفها روميل وباليني rumell et ballineبأنها " أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب "، أما بيست best فيعرفه بأنه " مجموعة من الأسئلة يمكن أن ترسل إلى عدد من الأفراد للإجابة عنهاوإعادتها بعد استكمالها.(علي معمر عبد المؤمن، 2008، ص204)

ويعرف قاموس بريهوب الاستبيان بأنه استمارة يملأها الناس للحصول على معلومات ديموغرافية عن آراء و اهتمامات الذين يتم استجوابهم.(أحمد بدر، 2008، ص182)

ويعرفها البعض بأنها أداة تتضمن مجموعة من الفقرات والعبارات التقريرية حول مسألة ما تتطلب منالفرد الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث.(نادية عشور، وآخرون، 2017، ص287).

وسبب اختيارنا للاستبيان لكونه أداة سهلة التوزيع وتوفر الوقت والجهد مقارنة بأدوات الدراسة الأخرى حيث أن الاستبيان يوزع وينفذ في نفس الآن، كما يسهل على الباحث طريقة تويزعها عن طريق البريد الالكتروني ووسائل التواصل الالكترونية المختلفة.

وقدت احتوت الاستمارة على ثلاث محاور كالآتي:

المحور الأول: الالتزام بأخلاقيات مهنة الصحافة لدى صحفيي جريدة النهار الالكترونية، وتضمن هذا المحور تسعة (9) أسئلة.

المحور الثاني: مدى توفر جريدة النهار الالكترونية لمواثيق أخلاقيات المهنة الإعلامية، وتضمن سبعة (7) أسئلة.

المحور الثالث: الالتزامات المهنية لجردية النهار الالكترونية في العمل الإعلامي، وتضمن ستة (6) أسئلة.

وقد تم تحكيم الاستمارة من طرف:

الأستاذ: بسام أحمد شريف.[1]

والأستاذ: معياش إيدير.[2]

8- مجتمع البحث:

يقصد بمجتمع البحث بأنه:"مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي،(سعيد سبعون، 2017، ص133)، ويعرفه أحمد بن مرسلي على أنه: "جمع محدود أو غير محدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المبحوثة".(أحمد بن مرسلي، 2013، ص141)

ويتمثل مجتمع البحث في دراستنا هذه والمتعلقة بأخلاقيات مهنة الصحافة في سياق البيئة الرقمية، في مجموعة من صحفي جريدة النهار الالكترونية وعددهم إجمالا (21) صحفي، حيث أن بحثنا يندرج ضمن البحوث الشاملة كون أن العدد قليل جدا.

9- عينة الدراسة:

العينة هي أعداد مناسبة من مجتمع البحث الأصلي"population research"، يختارهم الباحث بطريقة معينة،(سيف الإسلام سعد عمر، 2009، ص111) وهي جزء من مجتمع البحث أو الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، وهي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى أنه تأخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون

[1] أستاذ محاضر في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة يحيى فارس بالمدية.

[2] أستاذ محاضر في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة يحيى فارس بالمدية.

ممثلة متمع البحث، فالعينة هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على التمع كله، و وحدات العينة قد تكون أشخاصا ، كما قد تكون أحياء أو شوارع أو غير ذلك.(نادية عيشور، وآخرون، 2017، ص228)

وأسلوب العينات يعتبر من الأساليب العلمية المتبعة في كثير من الدراسات العلمية وتعتبر طريقة العينات طريقة مستمدة من النظرية الإحصائية والتي تعتمد على نظرية الاحتمالات والقواعد الرياضية الكثيرة ولذلك فدقة النتائج التي تحققها العينات لا تصل إلى كفاءة ودقة النتائج التي تقوم على دراسة المحتمعات فالعينة تأتي بنتائج لا تقل دقة بل قد تكون أدق مما تنتج عنها التعدادات الشاملة بنفس الظروف.(عبد الجبار توفيق البياتي، غازي جمال خليفة، 2015، ص78)

بما أنّ بحثنا يندرج ضمن البحوث الشاملة كون عدد مجتمع البحث قليل يتضمن فقط 21 مفردة فإنّ المنطق والضرورة العلمية تلزمنا الاستغناء عن العينة.

لقد قمنا بتوزيع 21 استمارة على المبحوثين لكننا استرجعنا 18 استمارة فقط لنقوم وفقها التحليل الاحصائي.

10- تحديد المصطلحات:

- أخلاقيات المهنة:

الأخلاق لغة:الأخلاق جمع خلق، والخُلُق –بضمّ اللام وسكونها– هو الدِّين والطبع والسجية والمروءة، وحقيقته أن صورة الإنسان الباطنة وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة بها بمنزلة الخَلْق لصورته الظاهرة وأوصافها ومعانيها.(القاموس المحيط للفيروزآبادي، ص 881، لسان العرب لابن منظور، 86/10)

وقال الرَّاغب: (والخَلْقُ والخُلْقُ في الأصل واحد... لكن خص الخَلْق بالهيئات والأشكال والصور المدركة بالبصر، وخص الخُلْق بالقوى والسجايا المدركة بالبصيرة). (مفردات ألفاظ القرآن الكريم، للراغب الأصفهاني، ص297)

إصطلاحا:هي مجموعة المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث المختلفة وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر، وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة

الصحفيين، كما يمكن تعريفها بأنها مجموعة السلوكيات والقواعد الأخلاقية التيينبغي للصحفيين التحلي بها، مراعاة لمبادئهم الإنسانية والمهنية لمصلحة المجتمع بما يتناسب مع وظيفتهم ضمن المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها. (حسنية بوشيخ، 2014، ص ص122-167)

إجرائيا: تعرفها الباحثتان بأنها المبادئ والسلوكيات النبيلة التي يجب أن يتحلى بها الصحفيين العاملين بجريدة النهار الالكترونية أثناء ممارستهم لعملهم الصحفي.

المهنة لغة:العمل ، والعمل يحتاج إلى خبرة ومهارة. (المعجم الوسيط (2 / 890)

اصطلاحا:مجموعة من الأعمال تتطلب مهارات معينة يؤديها الفرد من خلال ممارسات تدريبية. (المصري : محمد عبدالغني،معجم المصطلحات الشرعية، ص49)

إجرائيا: تعرفها الباحثتان بكونها الوظيفة المبنية على الأقدمية والعلم يمارسها صاحبها حسب تخصصه، وفي دراستنا الحالية تتمثل في مهنة الصحافة بجريدة النهار الالكترونية.

أخلاقيات المهنة:هي التزام الموظف بواجباته الوظيفية كما حددها القانون وتشمل احترام الموظف للأنظمة والقوانين، وقيم وعادات المجتمع والعدالة وعدم التحيز والعمل من أجل المصلحة العامة، والحفاظ على أسرار المنظمة التي يعمل بها، وكذلك احترام الوقت والتقيد بالدوام لتحقيق اكبر قدر من الانتاج. (غوشة، 1983)

- البيئة الرقمية:

البيئة لغة:الحالَةُ، وفُلانٌ طَيِّب المَبَاءَة؛ أَي: المَنْزِل. ويقال: هو رَحيب المَبَاءَةِ. أَي: سَخِيٌّ واسعُ المعروفِ، ويقال: حَاجَةٌ مُبِيئَةٌ –بالضمِّ– أَي شَدِيدَةٌ لازمة.فالبيئة في اللغة هي المنزل والحال ويُقال: بيئة طبيعيَّة وبيئة اجتماعيَّة وبيئة سياسيَّة. (المعجم الوسيط، ص75)

اصطلاحا:البيئة بمعناها المتبادر إلى الذهن في إطار المناقشة العلمية، فوُضع لها أكثر من تعريف، ففي مؤتمر الأمم المتحدة للبيئة البشرية المنعقد بمدينة ستوكهولم السويدية عام 1972م، أُعطي لفظ البيئة مفهومًا متَّسعًا؛ بحيث أصبحت تدلُّ على أكثر من مجرَّد عناصر طبيعية (ماء، وهواء، وتربة، ونباتات، وحيوانات)؛ بل هي رصيد الموارد الماديَّة والاجتماعيَّة المتاحة في وقت ما وفي مكان ما؛ لإشباع حاجات الإنسان وتطلعاته. (الإنسان والبيئة، 1978م، ص203)

إجرائيا:تعرفها الباحثتان بأنها المنزل والحال، حيث يرتبط مدلولها بنمط العلاقة بينها وبين مستخدمها كالبيئة الزراعية، والبيئة الصناعية، والبئة الرقمية.... الخ، وهنا تتمثل في جريدة النهار الالكترونية.

الرقمنة لغة: عرفها القاموس الموسوعي للمعلومات والتوثيق على أنها عملية الكترونية لانتاج رموز الكترونية أو رقمية، سواء من خلال وثيقة أو شيء مادي أو من خلال إرشادات الكترونية تناظرية. (Serge, 2001, p431)

اصطلاحا: الرقمنة هي العملية التي يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي الحالي إلى شكل رقمي، سواء كانت هذه المعلومات صور أو بيانات نصية أو ملف صوتي أو أي شكل آخر.(زينهم وعبد الجواد، 2006، ص46)

إجرائيا: الرقمنة هي عملية تحويل مصادر المعلومات والوثائق على اختلاف أشكالها من الورقي الذي يدركه الى مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي، كما هو الحال في جريدة النهار الالكترونية محل دراستنا.

البيئـة الرقميـة: هي بيئة يكون اتصال المستفيد بها من أي مكان ومن أي حاسوب ولا تكون المعلومات والمراجع فيها منظمة بل يحتاج الباحث فيها إلى استخدام استراتيجيات وطرق معينة لاسترجاع المراجع والمصادر التي يبحث عنها ، ومن هنا نلاحظ أنها بيئة الانترنت فلا يحتاج الباحث سوى شبكة وحاسوب للاتصال بها، إذن يمكن إن نطلق على شبكة الانترنت مسمى البيئة الرقمية.(بوخملة فوزية، 2015).

يرى الباحث عبد المحسن حامد أحمد أن الإعلام الجديد بيئة اتصال متكاملة نشأت نتيجة التزاوج الذي حدث بين الكمبيوتر وشبكة الانترنت ووسائل الإعلام التقليدية، لذلك لا يمكننا فهم الإعلام الجديد كوسائل أدوات بمعزل عن التغيرات التي طرأتعلى المحتوى والمتلقي والقائم بالاتصال، وفيما يخص الوسائل فنحن أمام وسائل رقمية تفاعلية شبكية يمكنها الاتصال بأجهزة الكمبيوتر والانترنت فضلا عن كونها أجهزة شخصية صغيرة ومتنقلة، والمحتوى أصبح ديناميكي وسهل المعالجة ويمكن استخدامه لأكثر من وسيلة، والمتلقي تحول من مجرد مشاهد سلبي إلى مستخدم نشط ومن مستهلك إلى منتج ينشط ويشارك ويصنع للمحتوى، وأصبح لدى القائم بالاتصال طرق وأساليب جديدة للتواصل مع الجمهور ولنشر وتسويق رسالته.(عبد المحسن حامد أحمد، 2015، ص47)

إجرائيا:تعرفها الباحثتان بأنها قرية صغيرة تحتوي ذلك الكم الهائل من المعلومات ليعود بالنفع للمستفيدين منها، وتتمثل عادة في مواقع الانترنت والمدونات الشخصية وكذا مواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها، وتتمثل حصرا في دراستنا في جريدة النهار الالكترونية.

- **الاعلام الالكتروني:**

الإعلام لغة: إن الإعلام مشتق من أعلم الرباعي ومصدره (إعلام، بمعنى الإخبار. وعلى هذا فإن التعليم والإعلام أصلهما واحد، وهو الفعل : علم ؛ إلا أن الإعلام اختص بما كان بإخبار سريع، والتعليم اختص بما يكون بتكرير وتكثير حتى يحصل منه أثر في نفس المتعلم. ومع التقدم الصناعي الحديث وإنتاج وسائل ذات تأثير سريع مثل : الصحافة، والمذياع، والمرئي وما يسمى (بالانترنت) استقل بمسمى خاص ووظيفة خاصة.(https://almerja.com/reading.php?idm=135203, 12/06/2022, 23:01)

اصطلاحا: يقتصر المعنى الاصطلاحي للإعلام على المعنى اللغوي وهو مجرد الإخبار والتبليغ بوجه سريع؛ بل تجاوزه إلى معنى يتناسب مع وظيفته الحديثة، وهو التعبير عن ميول الناس واتجاهاتهم وقيمهم ؛ بحيث يمكن تعريفه بأنه : نشر للمعلومات والأخبار والأفكار والآراء بين الناس على وجه يعبر عن ميولهم واتجاهاتهم وقيمهم بقصد التأثير.

وإذا كان هذا التعريف قد ركز على المضمون دون الوسائل ، فلأن المضمون هو الذي يعير عن شخصية الإعلام، اما الوسائل من صحافة، وكتابة، وإذاعة، ومرئي وغيرها فهي : عبارة عن قنوات يمر منها المحتوى لا اكثر ؛ إن أحسن استخدامها اعطت النتائج المحمودة، وإن أسيء استخدامها اعطت النتائج المذمومة، ولا ذنب عليها والتبعة تقع على من استخدمها. ووفق هذا المعني يمكن تعريفها بأنها: أدوات صناعية تقوم بنقل المضمون في آن واحد أو على التدريج لمجموعة واسعة من الأفراد.

(https://almerja.com/reading.php?idm=135203, 12/06/2022, 23 :05)

إجرائيا: الإعلام في نظر الباحثتان هو الامكانيات التي تمتلكها الحواسيب من أجل تقديم أفضل خدمة للمتعاملين في ظل التطورات القائمة في الساحة حاليا، كما هو الحال في جريدة النهار الالكترونية والصحفين العاملين بها الذين يقومون بنقل المعلومان الكترونيا.

الإعلام الالكتروني:يعرف الإعلام الالكتروني على أنه عبارة عن تكامل تكنولوجي بين أجهزة الحاسبات الالكتروني وما تملكه من إمكانات هائلة في تخزين وتنسيق وتبويب وتصنيف المعلومات والمضامين الإخبارية واسترجاعها في ثوان معدودات، وبين التطور الهائل في وسائل الاتصال الجماهيرية المختلفة والتي جعلت العالم قرية الكترونية صغيرة. (عبد الأمير الفيصل، 2005، ص 78)

11- الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: أطروحة دكتوراه لسامي علي مهني (2019) بعنوان: الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة.[1]

اهتمت بالتعرف على أبرز الجرائم الناجمة عن استخدام وسائل الإعلام الجديد في العربي بالتطبيق على الجزائر ، وسبل ضبط منظومة الإعلام في هذا البلد في ظل بيئة الإعلام الرقمي ، وتوصل الباحثتان إلى أنه من خلال تصفح المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بالجزائر يتضح أن أغلبها يدور حول المساس بالشرف واعتبار الأشخاص من خلال القذف والسب ، وكذلك المساس بحرمة الحياة الخاصة من خلال الكتابات والصور والفيديوهات ، وأن انتشار هذه الجرائم يؤكد ضرورة إصدار تشريعات واضحة بما يتماشى والتحولات التكنولوجية وتحديد المسؤوليات الناجمة عن التعدي على الحقوق والحريات الفردية والجماعية مع مراعاة الاعتبارات الأخلاقية والدينية والثقافية ، ووضع ميثاق شرف للإعلام الإلكترونى يطبق على كل مستخدمي الشبكة العنكبوتية ، ويعمل على تحديد الضوابط الأخلاقية والقانونية والمهنية للممارسة الصحفية في الفضاء السيبراني ، واستحداث سلطة ضبط خاصة بهذا الإعلام تعمل على ضبطالتجاوزات والخروقات التي يرتكبها مستخدمو الإنترنت.

ونجد أن هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا الحالية من حيث متغير التشريعات الجديدة لمهنة الصحافة، كما أنها تختلف من حيث الوسيلة، كما أن دراستنا تتميز عن هذه الدراسة بالكشف عن توفر ميثاقيات وضوابط تنظم مهنة الصحافة في الميديا الجديدة.

الدراسة الثانية: رسالة ماجستير رضوان جدي (2018) بعنوان: التحديات الأخلاقية لمهنة الصحافة في ظل استخدام الوسائط الجديدة.[2]

هدفت الدراسة إلى الإجابة على التساؤلين التاليين: ما هي التحديات الأخلاقية التي تواجه ممارسى مهنة الصحافة في ظل استخدام الوسائط الجديدة والتي تؤثر في المبادئ العامة للممارسة الإعلامية؟ وما هي

[1] سامي علي مهني، الممارسة الصحفية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة – دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين–، أطروحة دكتوراه، تخصص علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2019–2020.

[2] رضوان جدي، التحديات الأخلاقية لمهنة الصحافة في ظل استخدام الوسائط الجديدة، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة المسيلة، 2018.

الضوابط والتشريعات التي تنظم البيئة الإعلامية الإلكترونية في الجزائر؟، وتوصلت إلى أن أبرز تلك التحديات : الضغوط التجارية، الدقة، المصادر وحقوق الملكية الفكرية، والانتحال، الخصوصية، الطابع الكوني واللامركزي للإنترنت، ووسائل جمع الأخبار، وأن التشريعات التي يتضمنها القانون العضوي بالجزائر لم تأت بجديد في قطاع الصحافة الإلكترونية وأخلاقياتها فقد خصص القانون موادا تحت عنوان "وسائل الإعلام الإلكترونية "وفي مجملها لم تكن واضحة ومحددة لمفهوم تلك الوسائل، كما خصص بابا لمهنة الصحفي وآداب وأخلاقيات المهنة والذي يحتوي على فصلين يتعلق الأول بمهنة الصحفي، أما الثاني فيختص بآداب المهنة، ويؤكد القانون على تشكيل مجلس أخلاقيات المهنة في حدود سنة من صدور القانون (2012) وهو ما لم يحدث ولا وجود لهذه الهيئة أو لسلطة تنظم قطاع مهنة الصحافة أو الإعلام الإلكتروني مما فتح الباب واسعا لفوضى الممارسات المهنية وجعل من تنظيم هذا الفضاء أمرا مستعصيا ، وفاقم من أزمة الضبط الأخلاقي للصحافة وعمق الهوة بين القائم الاتصال والجمهور بل وتداخل الأدوار بين الجانبين وحدوث حالة من الارتباك والتخبط في سن قوانين جديدة وإلغاء أخرى.

ونجد أن هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا الحالية من حيث أخلاقيات المهنة وكذا الوسائط الجديدة، وسنحاول تسليط الضوء على جريدة النهار الالكترونية التي تعتبر جريدة وطنية لها شعبية كبيرة، كما أن دراستنا تتميز عن هذه الدراسة بالكشف عن توفر ميثاقيات وضوابط تنظم مهنة الصحافة في الميديا الجديدة وبالاخص في جريدة النهار.

الدراسة الثالثة: رسالة ماجستير لمجدي الداغر (2017) بعنوان: التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية في نقل الاخبار.[1]

سعت الدراسة للتعرف على مدى التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطيتها للأحداث الأمنية في مصر بعد ثورة 30 يونيو 2013 واتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات هذه التغطية ، وتوصلت إلى أن اتجاهات النخبة المصرية نحو المعايير الأخلاقية والمهنية عند تغطية الأزمات الأمنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي جاءت سلبية في مجملها، حيث يرون أنها لا تقدم تغطية شاملة

[1] مجدي الداغر، التزام مواقع التواصل الاجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية في نقل الاخبار، رسالة ماجستير، مجلس النشر العلمي، جامعة الكويت ، 2018.

للأزمات وتخضع في تغطيتها لمالك الموقع أو القائم على إدارته، والخلط بين الأخبار والتقارير الإخبارية عند تفسير جوانب الأزمة، واستغلال صفحاتها للسب والقذف والتشهير وانتهاك الخصوصية وبث الشائعات.

ونجد أن هذه الدراسة تتشابه مع دراستنا الحالية من حيث متغير الضوابط المهنية وأخلاقيات نقل الأخبار، كما أنها تختلف في نوع الوسيلة حيث تدرس مواقع التواصل الاجتماعي بينما دراستنا تركز على جريدة النهار، كما أن دراستنا تتميز عن هذه الدراسة بالكشف عن توفر ميثاقيات وضوابط تنظم مهنة الصحافة في الميديا الجديدة.

الإطار النظري

الفصل الأول: أخلاقيات مهنة الصحافة

تمهيد:

تلعب وسائل الإعلام والاتصال دورا كبيرا في المحافظة على أصالة المجتمع وثقافته وأخلاقياته، لذا وجب على هذه المؤسسات وعلى الإعلاميين المشتغلين بها، حتى يقوموا بعملهم على أتم وجه الالتزام بمجموعة من الآداب، الضوابط، المبادئ، وقواعد السلوك المهني والتي يطلق عليها أخلاقيات العمل الإعلامي. وتضمن هذه الأخلاقيات حقوق الإعلاميين العاملين في وسائل الإعلام المختلفة وأهمها حق الوصول إلى المعلومات، كما تظمن حق الجمهور في الحصول على معلومة صحيحة وذات مصداقية، وتنظم كذلك هذه الأخلاقيات علاقة الإعلامي بمؤسسته ودوره في المجتمع الذي ينتمي إليه من خلال إلزامه بالمسؤولية الاجتماعية أثناء أدائه لعمله.

ولهذا أصبحت أخلاقيات مهنة الإعلام مطلبا أساسيا لدى العديد من التنظيمات والحكومات وحتى الشعوب، نظرا للأدوار المختلفة التي تلعبها وسائل الإعلام في المجتمع وآثارها المختلفة على كافة مناحي الحياة، لامتلاكها اليد الطولى في إصلاح المجتمع وتنويره وتوعيته إزاء مختلف المخاطر التي تواجهه، وهذا ما يجعل تقيد المؤسسة الإعلامية سواء كانت تقليدية أو تقع ضمن ما يسمى بالإعلام الجديد، بهذه الأخلاقيات هو ما يزيد من مهنيتها ومصداقيتها لدى متابعيها ويحدد مكانتها بين وسائل الإعلام الأخرى.

غير أن هذه الأخلاق المهنية المرتبطة بمهنة الإعلام، تفتقد إلى الطابع الإلزامي، لكونها لا تعدوا أن تكون أكثر من وثائق شرفية، لا يترتب على المخالفين لها أي مسؤولية، وحتى وإن تضمنت بعض مواثيق الشرف الإعلامية لجزاءات تأديبية توقع على الإعلاميين حال مخالفتهم للقواعد التي جاءت فيها، فإنها تبقى معطلة نتيجة لعدم التفعيل تارة أو افتقادها لآليات التنفيذ تارة أخرى، وهو ما جعل هذه الأخلاقيات عرضة للتجاوز والانتهاك من قبل المؤسسات الإعلامية والعاملين بها، كارتباط بعض المؤسسات الإعلامية برجال المال والسياسة واستخدامها كأداة للدعاية لهم، وكذا استغلال بعض الإعلاميين المهنة التحقيق مصالحهم شخصية، وهذا بلا شك يسيء لمهنة الإعلام، ومن هنا يبدو أن الوضعية تحتاج إلى إصلاح.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية لأخلاقيات المهنة:

الأخلاق المهنية هي المبادئ التي تحكم سلوك شخص أو مجموعة في بيئة الأعمال ، مثل القيم توفر الأخلاقيات المهنية قواعد حول كيفية تصرف الشخص تجاه الأشخاص والمؤسسات الأخرى في مثل هذه البيئة.

على عكس القيم ، غالبًا ما يتم تقنين الأخلاقيات المهنية كمجموعة من القواعد التي تستخدمها مجموعة معينة من الناس ، وهذا يعني أن كل من ينتمون إلى مجموعة معينة سيستخدمون نفس الأخلاق المهنية، على الرغم من أن قيمهم قد تكون فريدة لكل شخص.

المطلب الأول: أخلاقيات المهنة الإعلامية:

تتعدد تعريفات أخلاقيات مهنة الإعلام، إلا أنها تصب كلها في اتجاه واحد والذي يرى بأن مهنة الصحافة أو الإعلام بصفة عامة سواء ينظر إليها على أنها حرفة أو مهنة، لا تستوي إلا بالالتزام بهذه الأخلاقيات التي تؤطرها القوانين والمواثيق والقيم التي يتبناها ممارسي هذه المهنة، ومن أهم هذه التعريفات نجد يعرف مجمع اللغة العربية بالقاهرة أخلاقيات المهنة الإعلامية باعتبارها: "مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في مواثيق شرف مهنية يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات عليهم في حالة الخروج عنها". (مجمع اللغة العربية بالقاهرة، 2008، ص28)

كما عرف هونبرغ الأخلاق المهنية للإعلامي أو الصحفي بأنها: "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية صحفية منصفة وشاملة ودقيقة ، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام، عير احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة وحرمتها وتصويب الأخطاء المتعلقة بالنشر الصحفي". (عبد المحسن بدوي محمد أحمد، 2012، ص47)

"وتعرف أخلاقيات المهنة الصحفية أو قيم الممارسة في الإعلام بأنها: "مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات وسائل الاتصال، وكذلك الاتجاهات الفعالة والدعاوي المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والإنجاز. ومن الأمثلة على قيم الممارسة، الفكرة النموذجية التي تتمثل بالالتزام بالموضوعية في إعداد الأنباء والدعاوى المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملائمة لتحقيق مهمات اتصالية ذات نوعية خاصة والدعاوى الخاصة بتحديد مقاييس المسلسلات التلفزيونية". (عبد المجيد أحمد، 2006، ص68)

كما يعرف كوهين وإليوت أخلاقيات الصحافة بأنها: "الفرع من الأخلاقيات المهنية الذي يتناول المشكلات المتعلقة بسلوك المندوبين الصحفيين والمحررين والمصورين والفوتوغرافيين والمنتجين وجميع المهنيين الذين يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها". (محمد حسين أبوعرقوب، 2010، ص09)

ومما سبق يمكن القول بأن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي تلك المعايير والقيم السلوكية التي تنظم مهنة الإعلامي وتؤطرها من جميع الجوانب، والالتزام بما يعد من أهم متطلبات نجاح الفرد في هذه المهنة، وتتلخص أهم أخلاقيات المهنة الإعلامية في:

1- الصدق: هو ركيزة أدبيات التعامل مع المادة الإعلامية، فالحقيقة هي أساس العمل الإعلامي والرسالة الإعلامية تسعى للوصول إليها. والوصول إلى الحقيقة يتطلب بدل الجهد والمشقة من قبل الإعلاميين من اجل الوصول إلى مصادره، ولكن دون اللجوء إلى الطرق الملتوية، بل لا بد من الالتزام بالطرق السوية التي يسمح بها القانون.

2- احترام الكرامة الإنسانية: الإعلامي مطالب بالامتناع عن نشر أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان، أو تنقص من اعتباره، أو تسيء إلى كرامته وسمعته. كل تتطلب من الإعلاميين استخدام الوسائل والطرق القانونية للحصول على المعلومات بعيدا عن الخداع والابتزاز والتلاعب.

3- النزاهة والاستقلالية: الاستقلالية عبارة عن معيار أخلاقي مهني متعلق بالسلوك الفردي، وعليه استقلالية المهنة ونزاهة الإعلامي في جمع الأنباء والمعلومات والآراء من المصادر المختلفة، والنزاهة لا تشمل الصحفيين المحترفين وحدهم، بل تمتد لتشمل كل العاملين الآخرين في وسائل الإعلام الجماهيري، كما يجب على الإعلامي ألا يقبل أي هدية أو امتيازات يمكن أن تكون عامل مساومة على استقلاليته ونزاهته.

4- المسؤولية: إن حق الناس عامة في معرفة الأحداث المهمة والمثيرة للاهتمام العام هي الرسالة المهيمنة لوسائل الإعلام، وإن الغرض من نشر الأخبار والآراء المتنورة، هو خدمة المصلحة العامة. (جواد عبد الستار، 1999، ص258)

كما تفرض على الإعلامي تحمل مسؤولية مدى دقة وصدق ما ينشره من رسائل.

5- العدالة: وهي تقتضي توخي الحكمة في عرض المواد الإعلامية وتجنب الانحياز لثقافة أو فئة بعينها، فالتعامل مع الجميع يكون وفقا لمبدأ أن المواطنين متساوون في الحقوق والواجبات أمام القانون وأمام وسائل الإعلام أيضا.

المطلب الثاني: أخلاقيات الإعلام الجديد:

يقصد بالأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد: أخلاقيات الصحافي في تعامله مع مادته الإعلامية على الانترنت، سواء أكانت من أجل نشرها في موقع مؤسسته الإعلامية أي موقعه المهني، أو من أجل نشرها على صفحته على الفايسبوك، أو في حسابه على تويتر أو أنستغرام أو أي من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى. (حنان بن يحيي علال، مرجع سابق، ص15)

أما فيما يخص البيئة الإعلامية الجديدة التي أتاحتها الانترنت وخصوصياتها، نجد بأنها تواجه مجموعة من التحديات المهنية والأخلاقية، وهو ما أدى إلى ظهور العديد من الآراء المتباينة حول ضرورة تواجد منظومة أخلاقية للعمل الإعلامي ضمن هذه البيئة الجديدة، ويمكن إبراز هذه الآراء في تصور لفريقين:

الفريق الأول: يرى أن البيئة الإعلامية الإلكترونية بحاجة لصياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات، فالمشكلة من وجهة نظرهم لا تكمن في صلاحية المعايير الأخلاقية المهنية للتطبيق على وسائل الاتصال الجديدة، بقدر ما تكمن في أن ثورة الاتصال قد جعلت معظم المعايير والأخلاقيات الإعلامية التي تطورت خلال القرن العشرين غير صالحة، إذ تشكل تلك الثورة مناخا إعلاميا واتصاليا جديدا يحتاج إلى معايير وأخلاقيات جديدة.

إلا أن تصور هذا الفريق والمتمثل في صياغة مبادئ ومواثيق أخلاقية للعمل الإعلامي على الانترنت، يواجه مجموعة من الصعوبات المتمثلة في طبيعة البيئة الإلكترونية في حد ذاتها والتي تتميز بالتطور والتغيير المستمر إضافة إلى غياب الجهات المعنية بمراقبة مدى الالتزام بهذه الضوابط الأخلاقية والمهنية.

الفريق الثاني: يرى عدم وجود حاجة لسن مواثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية، بل ويعارض فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الإلكترونية، باعتبار أن ثراء البيئة يضاهي قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية.

ويطرحون في ضوء هذه الرؤية عدة مبررات أهمها صعوبة وضع ضوابط محددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة، تجعل وضع أي معيار أو ضابط أخلاقي عملا صعبا، بفعل أن ما هو قابل للتطبيق في هذا اليوم قد لا يكون مقبولا بعد مدة قصيرة من الوقت، نظرا للتطورات المتسارعة في البيئة الإعلامية الإلكترونية.

ويواجه هذا الفريق عدة انتقادات، ولعل أهمها أن التطور المتسارع للبيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة زاد من الحاجة إلى القوى العاملة فيها، وهو ما يتطلب ضرورة وضع أطر وضوابط أخلاقية ومهنية لتجنب الأضرار الناجمة عن انعدامها. (بثينة مهيرة، 2018، ص397)

لقد وجد أن استخدام الصحافيين للميديا الاجتماعية وتطبيقاتها المتعددة يخضع بشكل عام إلى المواثيق الأخلاقية واليات المساءلة المتصلة بما فالصحفي ليس حرا في المطلق في الفضاء الافتراض، يتصرف كما يشاء دونما قيد كما يعتقد الكثيرون وذلك لسببين أساسيين اثنين:

أولهما انتماء الصحافي إلى مؤسسة حريصة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور.

ثانيهما المسؤولية الاجتماعية للصحافي باعتباره فاعلا اجتماعيا يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة. (بثينة مهيرة، مرجع سابق، ص ص398-399)

وهو ما دفع ببعض المؤسسات الإعلامية والاتحادات المهنية إلى وضع مجموعة من المبادئ والقواعد ضمن مواثيق مهنية بغية تنظيم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الصحفيين المنتمين إليها، ويعد دليل الجمعية الوطنية الأمريكية لناشري الأخبار من أبرز النماذج العالمية لهذه المواثيق الأخلاقية.

ويتضمن هذا الدليل عشر قواعد كبري وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية وتتمثل هذه القواعد في:

القاعدة الأولى: المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني، بمعنى أنه لا يمكن للصحفي أن ينشر مالا يرتضي نشره في الصحيفة، بالإضافة إلى أنه لا يوجد مبرر أن لا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

القاعدة الثانية: يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه، حيث يجب على الصحفي أن يتحمل كل ما ينشره على الانترنت لأنه يصبح عاما، حتى وإن كانت صفحة الصحفي خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة الإعلامية.

القاعدة الثالثة: التفاعل مع القراء لكن بطريقة مهنية، حيث يمكن للصحفي أن يطلع على الأحداث وجمع المعلومات ولكن للانخراط في العالم الافتراضي حدود.

القاعدة الرابعة: لا ينبغي نشر المعلومات الحصرية على "الفيسبوك" أو على "تويتر" بل على موقع الصحيفة.

القاعدة الخامسة: انتبه إلى نظرة الآخرين إليك، إذ يجب على الصحفي تجنب صراع المصالح، والإشارة إلى أن الوصلات التي يوصي بما لا تلزمه، ومحاولة التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه الصحفي نصيرا مجموعة معينة أو يكشف تضارب المصالح.

القاعدة السادسة: تأكد من أصالة وصحة ما تقرأه على الشبكة، حيث يتمثل دور المؤسسات الإعلامية والصحفيين هو التأكد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها، ويجب على كل صحفي أن يكون حارس بوابة جيد.

القاعدة السابعة: قدم نفسك دائما على أنك صحفي، فلا يمكن للصحفي أن يخفي هويته سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الانترنت.

القاعدة الثامنة: الوسائط الاجتماعية هي أدوات وليست لعبة. فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة، ومن ركائز أخلاقيات الشبكات الاجتماعية الضرورية الاعتماد على المصادر الأساسية.

القاعدة التاسعة: كن شفافا واعترف بأخطائك.

القاعدة العاشرة: حافظ على سرية الحياة الداخلية للمؤسسة، أي عدم إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير الإعلامية. (بثينة مهيرة، مرجع سابق، ص ص399-400)

المطلب الثالث: مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية

تأتي سلوكيات المشتغلين في وسائل الإعلام من عدة مصادر بعضها يأتي من المجتمع الذي يعيش فيه الإعلامي، والبعض الآخر يأتي من المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، وكل هذه السلوكيات ومبادئ العمل الصحفي تكون مؤطرة من قبل الدستور والقوانين المطبقة في البلد الذي يوجد فيه الصحفي، كما يخضع الإعلاميين كغيرهم من أصحاب المهن الأخرى إلى ما يعرف بمواثيق الشرف المهنية التي عادة ما تكون ذات بعد عالمي ولو في بعض بنودها. ومن أهم هذه المصادر نجد:

1- السياسة الإعلامية:

أن السياسة الإعلامية للدولة تأثير على المؤسسات الإعلامية العاملة بما، لأنها تخضع للقوانين التي تنظم العمل الاتصالي والإعلامي بما حيث توجد "ستة أنماط من القوانين التي لها أثر على الممارسة الإعلامية وتعطي الشرعية للسلطات العمومية لكي تتدخل من أجل وضع حد لتجاوزات وسائل الإعلام، وهي في

مجموعها قواعد قانونية تحدد الأحكام العامة للنشر والطبع والبث الإذاعي والتلفزيوني وكل الوسائل الجماهيرية التي تنتج وتوزع المعلومات والاراء عبر القنوات التقليدية (الخير عزوق، 2011، ص145) وأي وسائل تكنولوجية مستحدثة، تستخدم في نشر الآراء والاتجاهات والأفكار في المجتمع.

وتختلف السياسات الإعلامية من دولة لأخرى نتيجة لاعتبارات أساسية تضعها كل دولة عند اختيار النظام الإعلامي الأمثل لها. فسياسات الاتصال والإعلام هي محوعة المبادئ والقواعد والأسس أو الخطوط العريضة والتوجهات والأساليب التي توضع لتوجيه نظم الاتصال والإعلام، وهي عادة بعيدة المدى، وتتناول الأمور الأساسية، وتنبع من الأيديولوجيات السياسية والظروف الاجتماعية والاقتصادية للمجتمع والقيم الشائعة فيه. (على سلطاني العاتري، 2014، ص155)

وتعتبر السياسة الإعلامية جزء من السياسة العامة لأي دولة، لأنها تبني على أسس الانسجام والتكامل وتحقيق المصالح العامة والاستجابة للاحتياجات القومية، ولهذا لا يمكن لأي سياسة قطاعية أن تنتهج نجا غير متوافق مع إطارها السياسي العام الذي وجدت فيه، ولهذا فالسياسة الإعلامية كسياسة قطاعية تتوافق مع شكل وطبيعة النظام السياسي للدولة وتعكس أهدافها الوطنية والقومية وكذلك الإيديولوجية التي تتبناها الدولة، وعليه نجد السياسة الإعلامية تحكمها اتجاهات عامة تبلورت في ثلاثة أطر:

1- الأنظمة التي تعتمد موضوع الديمقراطية كأساس للحوار في المؤسسات الإعلامية أو بواسطتها، أي تتولى هذه المؤسسات قيادة الحوارات الديمقراطية المباشرة أو التمهيد لمثل هذه الحوارات.

2- الأنظمة التي تعتمد المشاركة في التوجيه والسيطرة على الإعلام ومضمونه عبر منطق الرقابة وتحديد مسارات الرسالة الإعلامية من حيث المضمون.

3- الأنظمة التي تعتمد السيطرة على الإعلام ومؤسساته وتقنين مضمون الرسالة الإعلامية، بما يخدم أهدافا معينة وفي أحيان كثيرة يوضع الخدمة أهداف ضيقة جدا. (صبيحة بخوش، 2016، ص58)

فالسياسة الإعلامية تحتم على المؤسسات الإعلامية أولا، ومن ثم على الإعلاميين الالتزام بمجموعة من القواعد والمبادئ، في القيام بعملهم إنجازهم للرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور، وبذلك تكون السياسة الإعلامية أهم مصدر لسلوكيات الإعلاميين في أي بلد لكونها المحددة لهامش الحرية الممنوح لهم.

2- المؤسسة الإعلامية:

لكل مؤسسة إعلامية تقاليدها و سياستها الخاصة بما التي تضعها لنفسها، من أجل التحكم في آليات العمل لتحقيق أهدافها، ومن ثم المطلوب من العاملين فيها الالتزام بتلك السياسة، لذا تنعكس آثارها سلبا أو إيجابا على طبيعة العلاقات السائدة بين أعضائها.

فسياسة المؤسسة الإعلامية تحدد (القيم التنظيمية التي تسير عليها وتعرف بأنها: "القيم التي يؤمن بها العاملون في نطاق المنظمة... وأن عملية خلق قيم مشتركة بين القيم الشخصية والقيم التنظيمية تعد غاية كل منظمة لغرض تنظيم العلاقات الإنسانية سواء بين العاملين والمنظمة على أساس السلطة والنفوذ أو بين العاملين مع بعضهم كعلاقات الزمالة، وهذا يتأتي من العلاقات التبادلية بين هذين الطرفين – العاملين والمنظمة – ونجاحها يعتمد بدرجة كبيرة على تفهم كل طرف وقناعته بالطرف الآخر بغض النظر عن حجم المنظمة، وطبيعتها، ونشاطها، وأهدافها". (محمد عبود مهدي، 2006، ص203)

انتماء الإعلامي لمؤسسة إعلامية وتفاعله مع زملاء المهنة، يجعله يتأثر بالثقافة التنظيمية الموجودة في المؤسسة.

وبذلك يصبح هذا الإعلامي يعمل داخل قالب محدد ترسمه السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية واتجاهها العام نحو السلطة الحاكمة، فيكتسب الإعلامي سلوكيات أو أخلاقيات تتناسب مع توجه المؤسسة، وتأتي رسائله معبرة عن ما تريده مؤسسته، وهذا يدل على قوة المؤسسة الإعلامية في فرض قيم ومبادئ خاصة بها على المنتمين إليها.

3- فريق العمل:

يعد فريق العمل الصحفي أحد مصادر أخلاقيات المهنة، إذ تحدد طبيعة العلاقات القائمة بين الصحفيين داخل المؤسسة الإعلامية اتحاها سلبيا أو إيجابيا، وتؤثر علاقات الزمالة في مقدار التفاعل داخل الجماعات في المؤسسة، ومن ثم في الإنتاج والابتكار ومستوى الروح المعنوية للعاملين فيها.

فقد وجد الباحثون أن قادة الجماعات المرتفعة في إنتاجها وفي روحها المعنوية يتلقون مساعدة من أعضاء جماعاتهم أكبر مما يتلقاه قادة الجماعات المنخفضة في إنتاجها وفي روحها المعنوية. ويؤكدون كذلك أن الجماعات المرتفعة في إنتاجها وفي روحها المعنوية تكون اتصالاتهم الاجتماعية أوثق والمشاركة في النشاط

الاجتماعي أكبر من الجماعات المنخفضة في إنتاجها وروحها المعنوية. كما أن قادة الجماعات الأولى يتميزون بكثرة أصدقائهم وبعلاقاتهم الاجتماعية أكبر من قادة الجماعات الثانية.

وفي المؤسسات الإعلامية تفرض آليات العمل على زملاء المهنة أخلاقيات مهنية تصبح بمرور الزمن جزء من متطلبات إنجاز العمل أو ما يسمى بتقاليد العمل. (عزالدين بقدوري، مرجع سابق، ص ص104-105)

وهذه التقاليد لا تنفصل عن الإطار الأخلاقي العام المجتمعي والمؤسساتي والسياسي والمهني، فأعضاء فريق العمل يشتركون بما جميعا وهو ما يحتم عليهم أن يكونوا على علم ودراية مسبقة بها، كالدساتير والقوانين والمواثيق التي تؤثر بالنتيجة في طبيعة عمل الفريق الواحد داخل المؤسسة الإعلامية. (محمد عبود مهدي، مرجع سابق، ص209)

4- المجتمع:

من مصادر أخلاقيات المهنة المهمة أيضا المجتمع، لأنه المنبع الرئيس الذي يستمد منه الصحفي أخلاقياته المهنية، ولكي تكون رسالته الإعلامية الموجهة إلى الجمهور مؤثرة لابد له أن يعبر عن نبض الجماهير وأحاسيسها ومشاكلها وهمومها، وعليه التطلع دائما إلى عرض رسالته بموضوعية وشفافية مع وضع الحلول المقترحة لمختلف القضايا التي يتناولها وتحم المجتمع. لأن الناس تميل إلى وسائل الإعلام طلبا للمعلومات والتوجيه والعون المعنوي، وكلمات التشجيع والقصص الخبرية التي تشبع الأفكار المتعلقة بالتسامح والتفهم والحب والسلام. (محمد عبود مهدي، مرجع سابق، ص210)

ولهذا فإن أخلاقيات الإعلامي لابد أن تكون نابعة من المجتمع الذي يعمل فيه، ويحتم على أعماله أن تساهم في المحافظة على العادات والتقاليد السائدة في المجتمع مع تقوم وإثراء لها، من خلال ما يقدمه من رسائل تثقيفية وتعليمية تتسم بالذوق الرفيع والمحتوى الجيد والمفيد، وتتناسب مع مبادئ وقيم الجمهور المتلقي.

5- مواثيق الشرف:

ميثاق الشرف الصحفي هو عبارة عن قواعد السلوك المهني وآداب مهنة الصحافة، والتي تتم بتنظيم الجانب الأخلاقي لممارسة المهنة". (عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مرجع سابق، ص46)

وتعود الجهود الأولى لبداية تنظيم مهنة الصحافة إلى منتصف القرن التاسع عشر، حيث بدأ موضوع الأخلاقيات يطرح نفسه في فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، ومن أهم المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي لمهنة الصحافة نجد:

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

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

بريطانيا سنة 1930: تعد بريطانيا من الدول التي عهد صحافيوها إلى وضع ميثاق الشرف المهنة الصحفية بمبادرة منهم، وبعد ذلك قام الاتحاد الوطني للصحفيين بإصدار الميثاق سنة 1930.

براغ سنة 1936: قام المؤتمر العالمي للصحافة في مدينة براغ بالتطرق إلى ما يجب على الصحافة أن تفعله، وأقرت بأن الصحفي الجدير بحذا الاسم ينبغي عليه:

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

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

أن يتجنب الصحفي كل نقد تافه وغير موضوعي في شؤون السياسة والإساءة إلى دول أخرى؛ أن يبتعد عن تزيين العنف والتحريض على استعماله لتسوية النزعات الداخلية أو الدولية، وأن يحارب الفكرة القائلة بحتمية الحروب لحل النزاعات. (ماهر عودة الشمايلة وآخرون، 2015، ص ص25-26)

وتعتبر مواثيق أخلاقيات العمل الإعلامي ضرورة حتمية للإعلاميين، ولتنظيم المهنة باعتبارها وسيلة مهمة في صياغة العلاقة بين الإعلاميين والمجتمع. وتصاغ عادة في عبارات تتعلق بالموضوعية، الحياد، الصدق وحرية الإعلام كما تصنف عناصر ميثاق أخلاقيات المهنة إلى نوعين من العبارات، الأولى تحدد الحقوق المتعلقة مثلا بالخصوصية وسرية المصادر والدقة وتعني حقوق الجمهور لدى وسائل الإعلام، أما الثانية فتتعلق بالوظائف أو الواجبات، وتتناول كيفية قيام الصحفيين بوظائفهم وسلوكياتهم المهنية الواجب

الالتزام بما وتشمل جمع المعلومات، والتعامل مع المصادر، ونشر المعلومات، وطريقة تقديمها، وضمان جودتها. (حنان بن يحيي علال، مرجع سابق، ص17)

ومن أهم أهداف وضع مواثيق الأخلاقيات الإعلامية نجد:

– حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال أو ضد الأغراض الاجتماعية لها أو استخدامه للدعاية.

– حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤوليتها أو احتمالية تعرضهم لإذلال أو أي ضغط.

– المحافظة على قنوات الاتصال المفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على كل المعلومات، المرتبطة بالسلطة الحاكمة وأنشطتها، ما عدا تلك المرتبطة بأمن الدولة، التي يكون الاطلاع عليها في حدود ما تسمح به السلطات الأمنية، حتى يكون في استطاعت الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها من جهة، ويكون في إمكانهم التعبير عن آرائهم المؤيدة أو المعارضة باستمرار، من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى. (ماهر عودة الشمايلة وأخرون، مرجع سابق، ص35)

ونتيجة لما سبق يمكن القول أن مواثيق الشرف الإعلامية هي أهم مصدر الأخلاقيات مهنة الإعلام، لكونها المحدد للقيم والمبادئ والضوابط الآداب الواجب على الإعلاميين الالتزام بها.

وفي تحديدها لهذه الأخلاقيات تعتمد مواثيق الشرف على المصادر الأخرى السالفة الذكر، فهي تضع بنودها اعتمادا على ما تسمح به قوانين الدول، ويتناسب السياسات التحريرية لوسائل الإعلام، وطبعا قبل كل هذا لابد محتوي هذه المواثيق أن يتوافق ويدعم قيم وعادات وتقاليد المجتمع الذي من المفترض أن تطبق فيه.

المبحث الثاني: انتهاك الأخلاق الإعلامية، المخاطر والحلول

يسعى العاملون بالمهن المختلفة إلى تحديد عدد من المبادئ العامة المنظمة لمهنتهم، ومنهم الإعلاميون الذين يلتزمون بتطبيق مجموعة من قواعد السلوك والآداب، الغير مذكورة في قوانين الإعلام، وإنما تدخل فيما يعرف بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

وسنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على أهم مخاطر هذه الأخلاقيات لدى الصحفيين سواء العاملين في وسائل الإعلام التقليدية أو في وسائل الإعلام الجديد، ومصادرها ومخاطر غياب وانتهاك أخلاقيات العمل الإعلامي من قبل الإعلاميين مؤسساتهم الإعلامية، وكذا التعرض إلى أهم الحلول المقترحة للتقليل من هذه التجاوزات.

المطلب الاول: مخاطر انتهاك الأخلاق الإعلامية:

تعتبر مواثيق الشرف هي الضمانة كي يكون الإعلام أداة للخدمة العامة، لا أن يكون في خدمة أصحاب النفوذ وأصحاب المؤسسات الإعلامية أو المعلنين أو الصحفيين أنفسهم، إلا أنه ونظرا لغياب الطابع الإلزامي لهذه المواثيق فإنما تتعرض للعديد من الانتهاكات من قبل الصحفيين والمؤسسات الإعلامية، ومن أهم هذه الانتهاكات بحد:

أ- تبعية الصحفي والمؤسسات الإعلامية:

وسائل الإعلام في غالبية دول العالم ملتصقة برجال الأعمال والسياسيين والشركات الاقتصادية الكبرى، وبذلك فهي تعكس مواقفهم وآرائهم، ونتج هذا عن سعي المؤسسات الإعلامية إلى تأمين المردود المادي الضروري لاستمرارها أو بحثها عن الأرباح بأي طريقة، حتى ولو كانت التخلي عن مبادئ المهنة، وهذا ما نتج عنه فقدان هذه المؤسسات وصحفييها لحريتهم ومصداقيتهم.

ب- وقوع الصحافة في أخطاء أخلاقية ومهنية:

حققت صحافة الإثارة أي الرياضة، الجنس، والفضائح نجاحات شعبية ومالية كبيرة، الأمر الذي زاد من سعيها إلى تحقيق المزيد من الفضائح والإغراءات المتنوعة وغالبا على حساب قيم المهنة وحياة الناس الخاصة.

ج- قضية الفساد الإعلامى:

يكتشف الجمهور يوما بعد يوم تسخير الصحفيون مهنتهم لمصالحهم الشخصية، لاسيما المادية منها من خلال قبول الأموال والهدايا والامتيازات المختلفة من النافذين ماليا وسياسيا، أو استغلال مواقعهم لأهداف شخصية.

ويعد هذا الأمر ممارسة عادية في دول العالم الثالث، لكنه منتشر أيضا في الدول المتقدمة.

هذه الممارسات تخل بدور المهنة الإعلامية من خلال تحوير الأخبار أو من خلال اعتماد سلم أولويات تتحكم به الإغراءات المالية والمادية والمعنوية وليس المعايير المهنية الحادة.

د. غياب النزاهة المهنية:

تفترض النزاهة المهنية عدم إتباع وسائل رخيصة وغير مشروعة لتحقيق أهداف معينة، كمثل اللجوء إلى الابتزاز حيال أشخاص، مؤسسات أو دول، اللجوء إلى الإثارة أو افتعال الأحداث، التعرض لحياة الناس الشخصية. ووسائل الإعلام المختلفة مليئة بمثل هذه الأمور التي تتعارض وابسط الأخلاق الإعلامية والمهنية.

هـ- عدم احترام القيم الإنسانية:

كثير من الأشخاص دمرت الصحافة ووسائل الإعلام عموما حياتهم من خلال اتهامهم كذبا أو من خلال نشر تحقيق قضائي غير مكتمل يتضمن اتهامات بارتكاب جرائم، كما تحط وسائل الإعلام من القيم الإنسانية كمثل نشر صور غير مقبولة لضحايا الجرائم وأسرى الحروب وأشلاء ضحايا التفجيرات التي تصدم المشاهدين دون أن تقدم لهم أمرا مفيدة.

و- غياب الموضوعية والتوازن:

تقتضي الموضوعية والتوازن من الصحفي عرض وجهات النظر المتنوعة، وأن يعرض الوقائع الضرورية كي يتمكن الجمهور من الإلمام بالخبر من زواياه المتعددة.

ز - تسخير الإعلام لخدمة قوى الأمر الواقع:

بات أمرا عاديا أن نرى وسائل الإعلام في خدمة قوى مختلفة، بحيث أن أهدافها الدعائية تطغى على الاعتبارات المهنية الأساسية عند الإعلاميين العاملين بها، وهذا ما يؤثر على أداء هذه المؤسسات بحيث

تتخلى عن التحقق من الخبر والعودة إلى المصدر والتغطية المتوازنة والتعددية فيالآراء. (جورج صدقه، 2009، ص ص27-39)

المطلب الثاني: الحلول المقترحة لتفادي الانتهاكات وتعزيز الأخلاق الإعلامية:

في محاولة لحل إشكالية عدم إلزامية مواثيق الشرف الإعلامية، وتفادي انتهاك مبادئها من قبل الصحفيين، وتمكينهم بالمقابل من ضمانات حقيقية للحصول على حقوقهم، لاسيما حقهم في الحصول على المعلومة ونشرها، فقد ظهرت بعض الحلول التي اقترحت بهذا الصدد ومنها:

1- قرار مجلس أوروبا عن أخلاقيات الصحافة:

في سنة 1993 اعتمد مجلس أوروبا القرار رقم 1003 المتعلق "أخلاقيات الصحافة" وتضمن العديد من المبادئ الأخلاقية التي يجب تطبيقها من قبل هذه المهنة في جميع أنحاء أوروبا. وأوصى المجلس وسائل الإعلام بأن تتعهد بأن تخضع إلى مبادئ الأخلاقيات، وأن تلتزم بإنشاء منظمات وآليات للمراقبة الذاتية تتكون من الناشرين والصحفيين ووسائل الإعلام وممثلي الأوساط الأكاديمية والقضاة.

2- دور اليونيسكو:

بتاريخ 21 نوفمبر 1983 صادقت اليونيسكو بالتعاون مع المنظمات الدولية للصحفيين المحترفين على "الميثاق الجديد الأخلاقيات الصحافة"، وركز هذا الميثاق على زيادة المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية التي تقع على عاتق الصحفيين وحمايتهم عندما يكونون في مهمات خطرة.

3- دور لجنة بطاقة الصحافة:

نتيجة للانتهاكات التي قامت بها وسائل الإعلام الفرنسية في السنوات الأخير لمواثيق الشرف، قدمت لجنة "بطاقة هوية الصحفي" بيانا تدعوا فيه رسميا الناشرين والصحفيين كل واحد حسب مسؤوليته لتوحيد جهودهم من أجل الحد من هذه الانتهاكات.

4- تضمين ميثاق الشرف الصحفي الجزاءات التي توقع عند مخالفته:

قد تلجأ بعض الدول من أجل تفادي انتهاك الصحفي لميثاق الشرف الإعلامي، إلى تضمين هذا الأخير الجزاءات التي تترتب على مخالفة الصحفي لما جاء به من معايير السلوك المهني، وذلك كالاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف المؤقت عن مزاولة المهنة، وهو ما أخذ به ميثاق الشرف الصحفي في مصر د 26

مارس 1998، الذي نص على أن "توقع على من تثبت مخالفته لأحكام الميثاق إحدى العقوبات التأديبية التالية:

أ- الإنذار.

ب- الغرامة.

ت- المنع من مزاولة المهنة مدة لا تتجاوز سنة.

ث- شطب الاسم من جدول النقابة".

- **الرقابة على النشر:** تعرف الرقابة على النشر بأنها: "فحص المطبوعات قبل وبعد نشرها، وذلك للموافقة على مضمونها أو لحذف بعض المواد المنشورة بما تحقيقا للمصلحة العامة"، وتنقسم الرقابة على النشر إلى رقابة سابقة على النشر تتمثل في اطلاع الرقيب على مضمون الصحيفة قبل النشر بهدف وقاية المجتمع مما قد تسببه المادة الإعلامية من مساس بالصالح العام إذا ما أخذت طريقها للنشر، والرقابة اللاحقة على النشر وتتمثل في اطلاع الرقيب على الإعلامية بعد نشرها، وتقدير مدى مساسها بالصالح العام وبحقوق الأفراد، ويقرر من ثم سحبها أو تصحيح ما ورد بها. ولا شك أن الرقابة على النشر ستسهم في تفادي انتهاك الصحفيين لقواعد أخلاقيات المهنة الواردة بمواثيق الشرف. (حكيمة جعيد، 2018، ص ص309-312)

وبالنظر إلى القصور الذي تعاني منه الحلول المقترحة وافتقادها لآليات التنفيذ تارة وعدم التفعيل تارة أخرى وكذا التخلي عنها في معظم دول العالم كما هو الحال مع الرقابة، وبالتالي عجز هذه الحلول على ترتيب المسؤولية على الصحفي حال إخلاله وانتهاكه لمبادئ وقواعد أخلاقيات المهنة الإعلامية، فإن الحلول الواجب الاعتماد عليها يجب أن تركز على تعزيز الأخلاق الإعلامية عند الصحفي نفسه.

وانطلاقا من أن دور الإعلام ورسالته لا يكتملان من دون هذه الأخلاق، ونظرا للأخطاء الكبيرة والخطيرة التي يقع فيها الإعلاميون بسبب إهمالهم للمبادئ الأخلاقية أو عدم إلمامهم بها، كان لابد من العمل على تعزيز هذه القيم والمبادئ، ويتم هذا الأمر من خلال:

أ- **تأهيل الصحفيين والإعلاميين:** من خلال دورات تدريبية أو حلقات عمل أو مبادئ مهنية تحددها المؤسسة الإعلامية للعاملين فيها أو إشراكهم في وضع مواثيق شرف، ومناقشة مستمرة للقضايا الحساسة.

ب- تثقيف طلاب الصحافة والإعلام: أي تعليمهم الأخلاق الإعلامية وآداب المهنة من خلال إدخال موضوع الأخلاق في المناهج، وإقامة دورات تدريب وتحليل المقالات الصحفية التي تتناول قضايا ميدانية.

ج- وضع مواثيق وتشريعات تربوية وأخلاقية وسلوكية: تحددها المؤسسة الإعلامية على أن تشكل قاعدة عمل وسلوك للعاملين فيها، الأمر الذي يستوجب مواكبة المؤسسة للتطبيق، وقد باتت غالبية المؤسسات الإعلامية في معظم الدول تملك مثل هذه التشريعات. هذا فضلا عن مواثيق شرف تضعها نقابات صحافية أو اتحادات صحافية أو جمعيات تعني بالصحافة والإعلام.

د- يقظة الصحافيين ووعي مسؤولي التحرير في وسائل الإعلام: إلى ضرورة تحاشي الأخطاء والانزلاق نحو المغريات المتعددة. هذه اليقظة قد تكون ذاتية أو وليدة نقد اجتماعي من جانب قادة الرأي أو مؤسسات المجتمع المدني.

هـ- تفعيل دور المجتمع المدني في المراقبة والمواكبة: كمثل قيام جمعيات الأمهات بمراقبة البرامج التلفزيونية المقدمة لأولادهن، مراقبة الحملات الإعلانية التي تغزو كل مكان، إنشاء المراصد الإعلامية، مشاركة الأكاديميين في دور نقدي، وغيرها من الوسائل التي يمكن للمجتمع المدني المساهمة من خلالها. (جورج صدقه، مرجع سابق، ص ص22- 23- 24)

إن هذه التدابير تساعد في رفع مستوى الأداء الصحفي داخل المؤسسات الإعلامية وتحصنها من الخارج في وجه بعض السياسيين وأصحاب رؤوس الأموال الذين يستبحون الصحافة ووسائل الإعلام الأخرى بنفوذهم وأموالهم معتبرين أنهم يستطيعون شراء الأقلام والضمائر، وتعزز أخلاقيات الممارسة الإعلامية في مختلف وسائل الإعلام.

خلاصة الفصل:

وضعت مواثيق الشرف من أجل دعم الضوابط والمعايير المهنية، ودفع مبادئ حرية الصحافة في جمع وتوزيع المعلومات، ومقاومة أية مصلحة شخصية أو أية ضغوط من زملاء المهنة أو من أصحاب المؤسسات الإعلامية أو أية جهات خارجية أخرى من رجال المال والسياسة، قصد التأثير على الواجب المهني للإعلامي، والمتمثل في خدمة الجمهور والمصلحة العامة. لكن الواقع يظهر لنا تحميش هذه الضوابط المهنية سواء في وسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة، إذ تظهر فيها العديد من الخروقات والانتهاكات بشكل يومي لهذه المواثيق من قبل بعض الإعلاميين الذين يضربون عرض الحائط هذه الضوابط والمبادئ، ويمارسون هذه المهنة من أجل خدمة مصالحهم عن طريق ابتزاز الآخرين والإيقاع بهم لتحقيق منافع لهم ولغيرهم.

وأمام هذا الوضع الغير مشرف لمهنة الإعلام، فالمطلوب من رجال هذه المهنة الغيورين عليها، التقيد بأخلاقيات المهنة والعمل قدر المستطاع على ترقيتها واحترام مواثيق الشرف، سواء تلك التي تضعها المؤسسة التي يعملون بها، أو تلك الصادرة عن نقابات، اتحادات، والمنظمات المهنية وطنية كانت أو دولية. أما المطلوب من الجهات المسؤولة عن تنظيم مهنة الإعلام وخاصة الاتحادات والنقابات المهنية، فهو الكف عن الإفراط في التضييق على الإعلاميين بإجراءاتهم الإلزامية كالتوبيخ، سحب البطاقة المهنية والشطب من النقابة وغيرها من الإجراءات الردعية. والعمل بمساعدة الجهات الأكاديمية على غرس القيم والمبادئ الضرورية للممارسة الإعلامية السوية منذ بداية تكوين الإعلاميين، والتأكيد لهم على أهمية هذه الأخلاقيات المكانتهم المهنية ومصداقية مؤسساتهم، والعمل كذلك على إقناعهم بأن هذه الأخلاقيات لا تأتي من مواثيق الشرف وإنما تنبع من ضمير الإعلامي.

الفصل الثاني: مدخل إلى الإعلام الجديد

تمهيد:

الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي، كون الإعلام الجديد لم يعد فيه نخبة متحكمة أو قادة إعلاميين، بل أصبح متاحاً لجميع شرائح المجتمع وأفراده الدخول فيه واستخدامه والاستفادة منه طالما تمكنوا وأجادوا أدواته.

ويستطيع خريج الإعلام الرقمي أن يدير المواقع الإلكترونية للمؤسسات الخاصة والحكومية والمؤسسات غير الربحية بكفاءة عالية. يمتلك الخريج مهارات صحفية وتقنية تمكنه من العمل في المواقع الإلكترونية للمؤسسات الإعلامية. يمتلك خريج تخصص الإعلام الرقمي جميع مهارات الكتابة الصحفية المختلفة التي يحتاجها الصحفي الشامل.

كما تعد أهمية دراسة الإعلام الجديد نابعة من مدى وقوة تأثيره في الآونة الأخيرة على الواقع الاجتماعي والسياسي والأمني والثقافي وأيضًا لحداثة المجال فنتيجة لذلك اتجهت الأدبيات النظرية والدراسات لتتناول هذا المجال الجديد الذي فرض نفسه على الواقع وأصبح منافسًا للوسائل الأخرى بجدارة مما يستدعي تحول الأنظار إليه، وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا المبحث.

المبحث الاول: ماهية ومفهوم الإعلام الجديد

المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد:

تتعدد مداخل النظر في مفهوم الإعلام الجديد و تطور وسائله في سياقات تاريخية وتكنولوجية مختلفة. فجون بافلك Pavlik يراه من خلال مدخلي الثورة الرقمية والإنترنت وما يليهما من تطبيقات، أما ديفيس و Davis و واين Owen فيريا انطلاقته من خلال مجموعة من الأشكال الإعلامية الجديدة التي غيرت تماما نموذج الإعلام التقليدي.

كما يبني غيتلمان Gitelman و بنغري Pingree نظرتهما للإعلام الجديد على مبدأ الحالة الإنتقالية للإعلام. (عباس مصذفى صادق، 2008، ص29)

وقد نتج عن هذا التعدد في المداخل النظرية تنوع في المسميات والتي تشير في النهاية إلى مفهوم واحد، تولد من التزاوج بين تكنولوجيات الاتصال مع الكمبيوتر وشبكاته، هو الإعلام الجديد. فيطلق عليه

البعض الإعلام الرقمي الإعتماده على التكنولوجيا الرقمية، وهو الإعلام الشبكي باعتبار أن أهم تطبيقات هذا الإعلام توظف الشبكات، ولعل أهم وعاء شبكي لهذا الإعلام هو شبكة الإنترنت.

أما البعض الآخر فيسميه الإعلام التفاعلي نظرا لأن السمة الأهم في هذه التطبيقات والتي تميزه عن الإعلام التقليدي هي التفاعلية، دون أن ننسى مسميات أخرى كالإعلام الإلكتروني، إعلام المعلومات، الوسائط السيبرونية Cyber Media I.

ومن أهم المسميات التي تستوقفنا هنا و هي الإعلام البديل و ما تشير إليه من دلالة إيجابية لدى الأوساط التي توظف هذا المفهوم لأنه في نظرهم سيعالج مشكلات الإعلام الكلاسيكي، وسيقدم لهم المعلومة الصحيحة دون أن تتعرض لفلترة حارس البوابة الكالصحافة الإلكترونية والمدونات والوسائط الإجتماعية والشبكات الإجتماعية في المؤسسات الإعلامية الكبرى. (حسنين شفيق، 2010، ص58) فالإعلام البديل يسحب الإعلام من قبضة إحتكار المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية. (نصر الدين لعياضي، 2015، ص162)

ظهر مصطلح الإعلام الجديد New Media ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة، والراديو، والتلفزة، وذلك بفعل التطور الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية، (حسنين شفيق، مرجع سابق، ص52) غير أنه من المهم هنا، قبل الخوض في تقديم أهم تعاريف الإعلام الجديد، الإشارة إلى صعوبة توصيف وتعريف الإعلام الجديد، نظرا لحداثة الظاهرة من جهة، والحركية المتسارعة التي يشهدها هذا الحقل من جهة أخرى، سواءا على مستوى الوسائل، أو المضامين، وحتى التطبيقات المستحدثة مما نتج عنه ثراء المدونة المصطلحية وكثرة الصيغ المعبرة عن المفهوم.

وهذا ما يؤكد عليه عباس مصطفى صادق (عباس مصطفى صادق، 2009، ص27-38) في بحثه حول مصادر التنظير وبناء المفاهيم حول الإعلام الجديد.

ويخصص حيزا منه لسرد أهم التعريفات المتداولة في الإنتاج الفكري الغربي مستنتجة صعوبة وضع تعريف شامل للإعلام الحديث لأسباب عدة أهمها أن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة انتقالية من ناحية الوسائل والتطبيقات والخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح، فهي ما زالت في حالة تطور سريع، وما يبدو اليوم جديدة يصبح قديمة في اليوم التالية.(عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص33)

كما نلاحظ ارتباط هذه الاسماء والتعاريف بتطبيقات الكمبيوتر، فبعضها خرج من طبيعة الوسيط الاتصالي، وأخرى من خبرات ثقافية يصعب إيجاد تعبير مقابل لهاخارج البيئة التي ولدت فيها، كما أن بعض الأسماء يشير إلى تطبيق جزئي من تطبيقات الإعلام الجديد أو إحدى ميزاته، كما هو الحال بالنسبة للتسميات التي تنطلق من ميزات شبكة الإنترنت، و بعضها يلم بأطراف أخرى من الوسائل، مما يوسع من قاعدة التعريف، ومن قاعدة الوسائل، والتطبيقات، والخصائص، والتأثير للإعلام الجديد بشكل عام. (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص31)

كما يجدر بنا في هذا المقام الإشارة إلى أصل ترجمة المفهوم، فيستعمل مفهوم الإعلام الجديد في الأدبيات العلمية العربية كترجمة للمقابل الإنجليزي"new Media" والفرنسي "Nouveau Media " على الرغم من أن أصل كلمة "Media" هو "Medium " وتعني الوسيط أو الناقل، ولذلك عريت كلمة "Multimedia " سابقا إلى الوسائط المتعددة ولم تعرب إلى الإعلام المتعدد.

ويرى بعض الباحثين أن استخدام كلمة "الميديا الجديدة أو الوسائط الجديدة" توجه لا يحل الإشكال، باعتبار أن المفهوم يرتبط بالبيئة، والسياقات التي ولد فيها، ونقل هذه المفاهيم من سياق اجتماعي، وثقافي إلى بيئة عربية وإسلامية يطرح الكثير من الإشكاليات على حد تعبير نصر الدين لعياضية. (نصر الدين لعياضي، د س، ص118)

أما الصادق الحمامي فيري بأن المفاهيم التي تتداولها دراسات الاتصال عربيا مفاهيم وافدة على اللغة العربية، و تشكلت في سياقات معرفية، و ثقافية مختلفة، فهو يرفض مصطلح الإعلام الجديد ترجمة للمصطلح الإنجليزي « New Media» و المصطلح الفرنسي « Nouveau Media» فإذا لم يكن هناك اختلاف في ترجمة كلمة «New» رغم أنه مصطلح غير محايد وذو حمولة ثقافية، فإن كلمة الإعلام لا تبدو للباحث الحل الأمثل لترجمة « Media». (عبد الحكيم أحمين، موقع الجزيرة، 2015)

وهذا ما دفع الصادق الحمامي إلى أن يستعمل في كتابه الذي خصه لمعالجة مسألة الميديا الجديدة في أبعادها المتعددة المعرفية، والسوسيولوجية، والثقافية، والتاريخية، مصطلح الميديا الجديدة عوضا عن الإعلام الجديد. فمدلولات الإعلام مختلفة لغويا، فإذا كان الاستخدام العربي يحيل على معنى الإبلاغ و

الإخبار و الإرسال و المعرفة، فإن مصطلح « Media» بسبب اشتقاقه من كلمة « Medium» يحيل على معاني الوساطة، والوصل، والوسط « Milieu».

وبهذا وحسب المعطيات الفكرية والتنظيرية والإستعمالاتية للمعنى، يبدو مفهوم الميديا أكثر دلالة على الإيفاء بثراء ظواهره الجديدة. فالميديا الجديدة كما يضيف الصادق الحمامي، لا يمكن اختزالها في عملية إدماج، أو إدراج للتقنية في العملية التواصلية والإعلامية، بل إنها تدمج الأنظمة التقنية (أجهزة الاستقبال الرقمي) والممارسات (كالتدوين) والترتيبات الاجتماعية (الأسرة والحملات السياسية). (عبد الحكيم أحمين، مرجع سابق)

أما قاموس التكنولوجيا الرفيعة: High-Tech Dictionary فيعرف الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه " اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة. (Definition for new media, 2014)

وبحسب ليستر Lester ": الاعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للاعلام, الطباعة، والتصوير الفوتغرافي، والصوت والفيديو. (Paul martin lester, 2014)

ويعرفه قاموس الكومبيوتر Computing Dictionary عبر مدخلين هما: (New Media, 2014)

1. إن الاعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي، وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، والتلفزيون الرقمي ، والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكومبيوترات الشخصية والمنقولة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكومبيوتر على نحو ما، تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي DigitalConvergence إذ يمكن تشغيل الصوت، والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضا معالجة النصوص، وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.

2. كما يشير المفهوم أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء، والتجمع على الإنترنت، وتبادل المنافع، والمعلومات. وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

ويعرف قاموس الانترنت الموجز Condensed Net Glossary تعبير الإعلام الجديد بأنه يشير إلى:" أجهزة الإعلام الرقمية عموما، أو صناعة الصحافة على الإنترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير إنتقاصي يستخدم أيضا لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة : الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما". (Ibid)

وبحسب موسوعة الويب المعروفة بإسم ويبوديا Webopedia فإن تعبير الإعلام الجديد يشير إلى: العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الإتصال الإلكتروني، التي أصبحت ممكنة بفضل الكومبيوتر، والتعبير مرتبط أيضا بالنظم الإعلامية القديمة. (Ibid)

ويعرفه جونز Jones" الذي يقر أولا بعدم وجود إجابة وافية وقاطعة عن السؤال: ما هو الإعلام الجديد؟ ويبني إجاباته على أن هذا الإعلام هو في مرحلة نشوء. (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص32)

فالإعلام الجديد هو مفهوم يستخدم لوصف " أشكال من أنواع الاتصال الالكتروني أصبح ممكنا باستخدام الكومبيوتر كمقابل لأشكال من الإعلام القديم التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد، ومجلات، والتلفزيون، والراديو إلى حد ما– وغيرها من الوسائل الساكنة Static.

ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه". (steve Jones, 2002)

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه : "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي.

وهنالك حالتان تميزان الجديد من القديم: الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته. فهو يعتمد على اندماج النص، والصورة، والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج، والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته". (www.sheridanc.on.ca)

وتذهب اللجنة العربية في تعريفها للإعلام الإلكتروني بأنه " الخدمات و النماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة و تطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليا في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيات الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية في الشكل والمضمون

ويشمل (الإعلام الإلكتروني) الإشارات والصور المكونة لمواد إعلامية بأشكالها المختلفة". (محمد معمري، 2010، ص125)

وقد وسم هذا التعريف بالفضفاض" والشامل لكل أنواع النشر الإلكتروني مما دفع اللجنة تذكر بعض أشكال الإعلام الإلكتروني، وهي مثلما جاء في الوثيقة الصادرة عن اجتماعات اللجنة كما يأتي: (محمد معمري، مرجع سابق، ص126)

• المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.

• الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، وحزم النشر الصحفي.

• الإذاعة الإلكترونية، والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات، والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة، ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني"، والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة، أو إلى مختلف المواقع.

• خدمات الأرشيف الإلكتروني.

• الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.

• خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية، ومعرفية، و ترفيهية. المدونات.

• خدمات البث عبر الهاتف الجوال و تشمل: البث الحي على الهاتف الجوال، وبث الرسائل الإعلامية القصيرة، وبث خدمات الأخبار العاجلة.

ويحيل أيضا تعريف New Media المستساغ لدى قطاع واسع من الباحثين إلى الحصول على المحتوى في أي وقت، و أي مكان، و بأي حامل رقمي، و التفاعل، و المشاركة المبدعة فيه.

ويشير إلى خاصية أخرى وهي التعميم المتزامن للمحتويات الجديدة الذي لا يخضع للضوابط القانونية و الأخلاقية التي تخضع لها وسائل الإعلام الكلاسيكية". (نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص126)

إن عملية استنطاق جل التعاريف السابقة تمكننا من الوقوف على ملاحظة مهمة، مفادها أن هذه التعاريف تركز على نقطتين أساسيتين:

1. التنوع في التطبيقات المستحدثة، والأشكال الإعلامية الجديدة وما يصاحبها من خصائص تميزها عن العملية الإعلامية التقليدية، كالتفاعلية وما ينتج عنها من تبادل للأدوار بين طرفي العملية الاتصالية.

والآنية وما ينتج عنها من تزامن في إرسال واستقبال الرسائل، إلى جانب توظيف الوسائط المتعددة من خلال إندماح الصوت والنص والفيديو على نفس الحامل، دون أن ننسى تحكم المتلقي في بيئة التلقي (الزمن وواجهة الموقع ومضمون الرسائل)، وإعلاء حالات الفردية والتخصيص.

2. الوسائل الجديدة، والتكنولوجيات المستحدثة الناتجة عن اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، بالإضافة إلى التحول من النظام التناظري إلى النظام الرقمي.

وإذا كانت هذه التعاريف تتفاوت في التركيز على إحدى هذه النقاط دون الأخرى، فالبعض ينطلق من التكنولوجيات المستحدثة كأساس لتعريف الإعلام الجديد بينما تذهب التعاريف الأخرى إلى التركيز على خصائص و مميزات هذا الإعلام.

إلا أننا نعتقد أنه من الأفضل المزج بين التكنولوجيات الجديدة و التطبيقات المستحدثة والخصائص–سنتطرق لها لاحقا– في تعريف الإعلام الجديد، باعتبار التأثير المتبادل بين التكنولوجيا والتطبيقات والخصائص، وأنه لا يمكن فصل التكنولوجيا الجديدة عن الخصائص التي تحملها هذه التكنولوجيا.

المطلب الثاني: في مسألة توصيف الإعلام بالجدة

إن التحول والتغير عبر التطور التكنولوجي هو جوهر حياة الإعلام والاتصال. فالإعلام جديد في كل طور من أطواره، بل إن ربط الجديد بالتقني تعني أن التسمية ظرفية، فالراديو في لحظة ما كان يوصف بالجدة، وهذا ما دفع باحثون مثل غيتلمان Gitelman وبنغري Pingree للعودة بالإعلام الجديد إلى مرحلة ظهور التلغراف في حوالي 1740، (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص32) ويقاس على الراديو كل تقنية جديدة.

لا يمكن الإقتصار في توصيف الإعلام الجديد على المنظور التاريخي الذي ينطلق من التمييز بين وسائل إعلام تقليدية و وسائل إعلام جديدة، فالجدة صفة غير قارة الحقل لا يزداد إلا تحولا في وسائله، وتطبيقاته، وخصائصه.

فمصطلح الجدة يشير في أبسط الحالات إلى مرحلة تاريخية جديدة من تطور وسائل الإعلام يستحيل القبض عليها. فالتطور عملية تتمدد في الزمن، والوسائل، والتطبيقات، والخصائص، وكل ما يصاحب ذلك من حراك تشهده الظاهرة الإعلامية.

بالإضافة إلى أن العلاقة بين الإعلام الكلاسيكي والإعلام الجديد لا تقوم على القطيعة فالمجال الإعلامي مجال هجين يتداخل فيه الحديث بالقديم. (عبد الله الزين الحيدري، 2009، ص128)

ولا يعني على حد تعبير الصادق الحمامي" ظهور وسائط إعلام جديدة كالإنترنت، والهاتف الجوال وجملة التطبيقات الإعلامية و الاتصالية التي تتيحها) نهاية و اندثار الوسائط الإعلامية الكلاسيكية (تلفزيون، إذاعة،صحافة). إذ نعيش في الحقيقة داخل مجال تواصلي و إعلامي Mediasphere معقد، حيث تتعايش أنماط اتصالية مختلفة ووسائط إعلامية قديمة و جديدة". (الصادق الحمامي، 2006، ص11)

فالميديا لم تظهر في عالم بلا تجربة تاريخية متراكمة، بل هي في حالة اتصال دائم بالإعلام القديم، فالإعلام الجديد في المجال التلفزيوني يتشكل من مضامين قديمة تحملها تقنيات جديدة، إذ أنه لا ينفلت عن الضوابط القانونية والتنظيمية التي يخضع لها الإعلام الكلاسيكي رغم أنه يستغل الإنترنت لتسهيل نفاذ الجمهور إلى برامجه ومواده، والحفظ أرشيفه و تراثه السمعي البصري، ولاستغلال الموقع الإلكتروني كآلية لإدارة النقاش العام و تعزيز مشاركة الجمهور". (الصادق الحمامي، مرجع سابق، ص11)

إن مفهوم الإعلام الجديد يتجاهل الإندماج و الفصل في آن واحد الحاصل بين الجديد و القديم في وسائل الإعلام مما يحيل على واقع يصعب تحديده إلى درجة أن الباحث لينش lynch أدرج قناتي الجزيرة، والحرة التلفزيونيتين ضمن الميديا الجديدة، مما دفع نصر الدين لعياضي إلى التساؤل عن هل تملك هاتين القناتين الخصائص ذاتها التي تميز مواقع الشبكات الإجتماعية الإفتراضية. (عبد الحكيم أحمين، مرجع سابق)

وهو ما يذهب إليه عباس مصطفى صادق حين يشير إلى أن "تصنيف الإعلام الجديد ضمن حالتين، جديد مقابل قديم، تماما كما يوحي التعبير نفسه، بين التماثلية و الرقمية، بين مرحلة ما قبل الإنترنت و مرحلة الإنترنت و هكذا. هو تصنيف يظل غير واقعي طالما أنه لم يستصحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد و القديم، وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة و أن بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفيا". (نصر الدين لعياضي، مرجع سابق، ص124)

إن عملية التماهي بين التقليدي و الجديد تتجسد من خلال:

• توظيف وسائل الإعلام التقليدية للتكنولوجيات الحديثة، والإعتماد المتزايد على الكمبيوتر وشبكة الإنترنت في جميع مراحل إنتاج المضامين الإعلامية، والمزاوجة بين الحامل التقليدي والكمبيوتر كمنصة جديدة للبث والنشر.

• توظيف الإعلام التقليدي للخصائص الجوهرية للإعلام الجديد كالتفاعلية والحميمية والآنية.

يقدم لنا مدخل الحالة الإنتقالية للإعلام الإجابة عن مسألة توصيف الإعلام بالجدة، حيث يقرر مجموعة من الباحثين بأن الإعلام كان دائما ويظل في حالة انتقالية، وأن كل أجهزة الإعلام كانت جديدة عندما ظهرت واستخدمت لأول مرة، ويتحدى المشروع فكرة دراسة الإعلام الجديد بتكريس إعلام اليوم الجديد، وهو يركز على بناء فكرة الجدة في الإعلام في سياقاتها التاريخية، مؤكدا على أن لحظات الانتقال من أجهزة و نظام سابق إلى إعلام جديد لم يعرف لحد الآن بشكل كامل.(عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص38)

أما عباس صادق يخلص إلى شبه إتفاق بأن فكرة الجدة يمكن استقراؤها من أن الإعلام الجديد يشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية خاصة فيما يتعلق بإعلاء حالات الفردية والتخصيص وهما تأتيان كنتيجة لميزة رئيسية هي التفاعلية. (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق، ص39)

المبحث الثاني: أنواع الإعلام الجديد

يوحي مسمى الإعلام الجديد منذ الوهلة الأولى إلى إمكانية تصنيف الإعلام إلى جديد مقابل قديم أو تبني الرقمية مقابل التماثلية كمعيار للتمييز بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وهو "تصنيف يظل غير واقعي طالما أنه لم يستصحب حالة التماهي بين الإعلام الجديد والقديم، و الأشكال المتقاربة في التعبير في كليهما والتكنولوجيات المستخدمة فيهما وطالما ظلت مجموعة الوسائل الرئيسية التقليدية هي ذاتها كوسائل رئيسية في الفضاء الإعلامي، خاصة وأن بعضها أصبح يحمل صفات الإعلام الجديد تكنولوجيا ووظائفيا". (عباس مصطفى صادق، 2014)

فالتكنولوجيا المستعملة في التلفزيون والراديو تتجدد يوميا، كما أن التفاعلية غدت أحد أهم ميزات البرامج التلفزيونية والإذاعية.

أما الصحافة المكتوبة، فبالإضافة إلى تبنيها الكمبيوتر كمنصة للإنتاج والتحرير والتوزيع حجزت لنفسها مكانا في المشهد الإعلامي الإلكتروني من خلال إنشاء مواقع لها و توظيف منصات الإعلام الجديد المختلفة (الشبكات الإجتماعية و الوسائط الإجتماعية..)، إلى درجة أنه أصبح من الناذر اليوم أن نجد صحيفة ولم تنشأ لها صفحة على الفايس بوك، أو حسابا على تويتر أو على اليوتيب.

تأكيدا لحالة التماهي التي تميز الإعلام بنوعية التقليدي والجديد، وتجنبا لحالة التقابلية في تصنيف الإعلام الجديد يضع ريتشارد ديفيز Richard Davis و ديانا اوين Diana Owen في كتابهما الإعلام الجديد و السياسة الأمريكية تصنيفا للإعلام الجديد وفق ثلاثة أنواع، تتمثل في ربط الإعلام الحديث مع التكنولوجيا القديمة أولا، ثم ربطه مع التكنولوجيا الجديدة ثانيا، وأخيرا ربط الإعلام الجديد بالتكنولوجيا المختلطة.

ويعتبر الصنف الأخير من هذه الأنواع الأكثر شيوعا، حيث تختفي الفروقات بين القديم والجديد، وهذه الأنواع هي: (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق)

1. الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة
2. الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة
3. الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة

المطلب الأول: إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة

يرى الباحثتان المذكورين سابقا، أن نموذج الإعلام الجديد وفق هذا التصنيف يتمثل في بعض الأشكال الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون والصحف, مثل برامج الحوارات الحية "Talk Show" في الإذاعة، والمجلات الإخبارية "Television news magazine" مثل Date Line و 60 Minutes، وبرامج الأخبار الحية Live Shows، و البرامج المسائية مثل Night Line، وبرامج الصباح المعروفة مثل صباح الخير أمريكا GoodMorning America، ويشمل التجديد في حالات أخرى نموذج برنامج أوبرا Oprah Winfrey.

وقد بادرت معظم هذه البرامج في تطبيق أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتها و تقديمها. كما مثلت بعض التغطيات علامة فارقة للانتقال إلى المرحلة الجديدة مثل تغطية قضية الرياضي المشهور أوجي سيسمبسون .J. Simpson. (Richard Davis, 1998, p9)

المطلب الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة

يتمثل هذا النوع من الإعلام جميع الوسائل التي نعايشها الآن والتي تعمل على منصة الكمبيوتر وهي تشمل شبكات الكمبيوتر المختلفة وعلى رأسها شبكة الإنترنت.

وقد مكنت هذه الوسائل من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات، ومن التواصل بين الطرفين، وحققت للمواطنين إسماع صوتهم للعالم، ومكنت من دمج التكنولوجيات والوسائل المختلفة مع بعضها البعض مما سهل التفاعل الجماهيري وقدم مجالا واسعا من الأشكال والتطبيقات الاتصالية. (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق)

المطلب الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة

تتجسد من خلال هذا النوع من الإعلام حالة التداخل، حيث تزول الهوة و الفوارق بين الإعلام القديم و الإعلام الجديد، إذ توظف وسائل الإعلام التقليدية المنصات المتعددة للإعلام الجديد، فمعظم هاته الوسائل تمتلك مواقع لها على الويب وصفحات فايس بوك في محاولة جادة للحاق بتكنولوجيات وتطبيقات الإعلام الجديد المختلفة، كما لا يتوانى الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في هاته الوسائل من إستعمال الإمكانات والأدوات التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام الجديد.

يستبطن الإعلام الجديد عددا من التكنولوجيات الاتصالية التي ظهرت بعد أول تطبيق للنشر الإلكتروني، ولا يقتصر على شبكة الإنترنت مما دفع عباس مصطفى صادق إلى تبني تقسيما آخر للإعلام الجديد على أساس المنصات التي يقوم عليها هذا الإعلام. (عباس مصطفى صادق، مرجع سابق)

وبالتالي يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة التالية:

النوع الأول: الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات، وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجوعة من تطبيقات لا حصر لها، مثل مواقع الصحافة الإلكترونية، الوسائط الإجتماعية و الشبكات الإجتماعية.

النوع الثاني: الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضا ينمو بسرعة وتنشأ منه أنوع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. مثل التطبيقات التي تتيح للمؤسسات الإعلامية توزيع المضامين الإخبارية على الهواتف المحمولة و اللوحات.

النوع الثالث: نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب، كالبرامج الإذاعية و التلفزيونية القائمة على المشاركة والتفاعل كبرامج الحوارات الحية "Talk Show".

النوع الرابع: الإعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر Offline ويتم تداول هذا النوع، إما شبكيا، أو بوسائل الحفظ المختلفة، مثل الاسطوانات الضوئية، وما شابهها، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها.

خلاصة الفصل:

تمثل المواقع الإعلامية مثالا جيدا للتدليل على عملية التداخل هذه. إذ أدمجت المواقع الإعلامية مختلف المضامين الفردية– الجمعية كتطبيقات تحريرية تهدف إلى استقطاب القراء إلى الموقع كالدردشة chat) و تخصيص فضاءات خاصة بمدونات القراء و ربط الموقع بالشبكات الإجتماعية و إدراج تطبيقات نشر الفيديو الشخصي".

"كما تشكل المواقع الإعلامية نموذجا جيدا لفهم طرق تملك وسائط الإعلام الكلاسيكية للتطبيقات التي يبتكرها المستخدم. ذلك أن التطبيقات التحريرية ذات العلاقة بالمضمون المستخدمة التي تتميز بها المواقع الإعلامية و خاصة التي تتعلق بالتفاعلية لم تأت من عالم المهنيين بل من عالم الاستخدام الفردي و التواصل الجمعي (فضاءات الحوار و الدردشة و المدونات)، و من جهة أخرى فإن المواقع الإعلامية ضرورية بالنسبة إلى المؤسسات التي تستخدمها لاستقطاب جمهور الموقع الذي يمثل هدفا المختلف أشكال الإعلان".

إلا أن هذا التوظيف مازال يثير الكثير من السجال العلمي حول طبيعة و تصنيف المضامين التي ينشرها المواطنون و طرق إدراجها في مواقع المؤسسات الإعلامية وضرورة التمييز بينها وبين المضامين التي ينتجها الصحفيين.

الفصل الثالث: ماهية الصحافة الالكترونية

تمهيد:

يُعد التحوُل الإلكتروني في الإصدار الصحفي ثورة بالمعنى المُتكامل، حيث بدأت الصحيفة تتحول من منتج مطبوع إلى منتج يتم استقباله على شاشة، فإذا كان من الشائع تقسيم وسائل الإعلام إلى وسائل إلكترونية (الإذاعة و التلفزيون) ووسائل مطبوعة (جرائد و مجلات) فإنّ الصورة الحاضرة الآن في مجال تكنولوجيا الاتصال تضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد، حيث تُصبح جميعاً وسائل الكترونية.

المبحث الأول: الصحافة الالكترونية مفهومها وأنواعها

إنّ الصحافة الإلكترونية مُصطلح حديثُ النشأة، ظهرَ ليصل الإنسان بواقعه على نحوٍ أسرع من ذي قبل، ويمكن تعريف هذا المفهوم بأنّه: نوعٌ من أنواع الصحافة يتّخذ من وسائل التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وسيلة أساسيّة لإيصال المعلومات التي يريدها أو المادة التي يطرحها إلى الجمهور القارئ، وقد لجأت الصحافة إلى اعتماد التكنولوجيا وسيلةً لانتشارها بشكل أوسع بالإضافة إلى رغبتها في تحسين الأداء.

وتُعدّ الصحافة الإلكترونية من أبرز مظاهر اندماج التكنولوجيا بوسائل الاتصال والإعلام من حيث التأثر والتأثير، لا سيّما أنّ الصحافة الإلكترونية أصبحت تؤدي دور إيضاح المعلومات عبر الصوت أو الصورة أو الفيديو فضلًا عن الكتابة، وهذا ما يجعلها من الأهمية بمكان، كما يؤدي إلى سرعة انتشارها وقبولها من قبل الجماهير في مجتمع يسوده حبّ الاطلاع على الأخبار اليومية، كما أنّ الصحافة الإلكترونية وفّرت القدرة على التواصل بين أفراد المجتمع الواحد، بالإضافة إلى السمة بالغة الأهمية التي تميزها عن غيرها، وهي إمكانية استرجاع المعلومات القديمة أو المفقودة في أي وقت، وإمكانية الاحتفاظ بها دون الحاجة إلى مساحة مكانية.

كما جعلت الصحافة الإلكترونية المشهد الإعلامي في متناول جميع أفراد المجتمع في أي مكان أو زمان، كما ساعدتْ على معرفة المعلومات لحظة بلحظة مع إمكانية التوثيق المباشر، بالإضافة إلى عدم وجود الرقيب على معرفة تلك الأخبار كمنع جهة معينة، لأن الإنترنت عالم واسع لا يمكن احتكاره من قبل جهة أو لمصلحة فئة محددة، فإنَّ كل تلك العوامل وغيرها من الأسباب جعلت الصحافة الإلكترونية واسعة الإنتشار، وسريعة التحليق نحو آفاق عديدة.

المطلب الأول: مفهوم الصحافة الالكترونية:

تعرّف الصحافة الإلكترونية بكونها مجموعالصحف التي يتم إصدارها ونشرُها على شبكة الانترنت وتكون على شكل جرائد مطبوعة على شاشات الحاسبات الالكترونية تغطي صفحات الجريدة، تشمُل المتن والصور والرسوم والصوت والصورة المتحرّكة.

أما الدكتور "عبد الأمير الفيصل" في كتابه الصحافة الالكترونية في الوطن العربي فعرّفها على أنّها " تلك الصحف التي يتم إصدارُها على شبكة الانترنت وتكون كجريدة مطبوعة على شاشة الكمبيوتر، وقد تأخذ

شكلا أو أكثر من نفس الجريدة المطبوعة الورقية أو موجز بأهم محتويات الجريدة الورقيّة أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية و اتصالات مجتمعية. (الفيصل عبدالعزيز، 2005، ص79)

وتعرّف أيضا بكونها " الصحافة المنشورة عبر وسائل وقنوات النّشر الإلكتروني دورياً وتجمعُ مفهومي الصحافة ونظام الملفّات المُتتابعة وتحتوي على الأحداث الجارية، ويتم الاضطلاعُ عليها من خلال جهاز الكمبيوتر والهواتف الذكيّة والألواح الإلكترونية، وتخزّن معلوماتها إلكترونياً، سواء تم هذا الاستخراج والتّخزين من مادةٍ سبق نشرها ورقياً أو تم إدخالها مباشرة بما فيها من كلمات ورسوم وصور إلى شاشة الكمبيوتر الشخصي" وباستعراض هذه المحاولات لتحديد مفهوم الصحافة الإلكترونية يمكن ملاحظة ما يلي:

- الاتّفاق على أنّها تأخذ الشكل الرقمي المطبوع حتى وإن كانت في الأصل صحيفة ورقية.
- أن مستخدم الصحافة الإلكترونية يقوم باستدعائها من شبكة المعلومات.
- لا بد أن تأخذ طابعاً دورياً (تغيير المحتوى كل زمن معين).
- فالصحافة الإلكترونية هي منشور دوري يحتوي على الأحداث الجارية سواء المرتبطة بموضوعات عامة أو موضوعات خاصة، ويتم قراءتها من خلال الحاسوب، وغالباً ما تكون عبر شبكة الانترنت.

المطلب الثاني: أنواع الصحف الالكترونية

تنقسم الصحافة بشكل عام باعتبار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة إلى الأنواع التالية:

أ- **الصحافة الالكترونية غير المطبوعة:** التي تتخذ وسائط إلكترونية تعتمد أساساً على الحاسبات الإلكترونية في عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحافة الالكترونية تأخذ أكثر من شكل على النحو التالي:

1- ***الصحافة الالكترونية الفورية On line journalisme*** التي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظير الاشتراك أو مجاناً، مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الإنترنت. وتتميز بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات أو استخدام الهايبر تكست.

2- ***الصحافة الإلكترونية غير الفورية On Of line journalisme*** والتي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية **CDS** أو الأقراص المرنة **FLOPPY**.

وتُعد الصحافة الإلكترونية الفورية التي تنقل للمتلقي عبر شبكات المعلومات هي الأقرب إلى مفهوم الصحافة الإلكترونية.

3- **صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع:** وإنما تُوجد فقط على الشبكة ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية وأمثلة من الصحافة العربية، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانيات كثيرة لإصدار صحيفة فقد أصدر عشرة صحفيين جزائريين باسم (ألجيريا) باللغة الفرنسية والإنجليزية تهدف إلى تحدي الرقابة واستغلال مناخ الحرية المتوفر على الانترنت، ودون الحاجة إلى أموال كثيرة ومقر، ولا يتطلب الأمر سوى موقع على شبكة الانترنت و عنوانها هوWWW.ALGERIA.INTERFACE.COM كما يوجد كذلك مثال بارز في الصحافة المصرية، وهي جريدة الشعب التي تصدر عن حزب العمال والتي أوقفتها الحكومة المصرية في شكلها المطبوع في سبتمبر 2000 ولكنها عادت لتصدر على شبكة الانترنت دون أن يكون لها مطبوع، ودون الحصول على ترخيص من السلطات المختصة وموقعها على شبكة الانترنتhttp://WWW.ALSHAAB.COM

ب – الصحف الإلكترونية ذات النسخ المطبوعة:

1- **صحف الكترونية لها إصدار مطبوع:** ولكنها لا تشترك معه في محتواه ولا ترتبط به إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسّسة الصحفية، ولها أمثلة متعدّدة من الصحافة الأمريكية والأوروبية، ويأتي هذا الاختلاف في المحتوى لاختلاف خصائص الجمهور في كل من الصحافة الالكترونية والورقية من ناحية ولاختلاف طبيعة الوسيلة أو الوسيط الناقل من ناحية أخرى.(عبد الواجد أمين، رضا، 2007، ص ص97 – 99)

2- **نسخ الكترونية من الصحف الورقية:** وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة الانترنت، وهذا النوع يأخذ الشكلين التاليين:

***صحف إلكترونية** تقدم المضمون الورقي كاملاً كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

***صحف إلكترونية** تقدم بعض المضمون الورقي.

ومن أمثلتها في الجزائر حاليا الكثير من الصحفوالتي في أصلها صحف مطبوعة ورقياً ولديها نسخ إلكترونية كجرائك، الخبر، الشروق، الشعب، وجريدة صوت الأحرار.... إلخ.

المطلب الثالث: أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التّقنية المستخدمة في الموقع

وهو ما يُعرّف بأنماط نقل النص على شبكة الانترنت وتنقسم الصحف الإلكترونية هنا إلى أربعة أنواع:

- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية **(الجرافيك التبادلي) GIF** والذي يتيح نقل صورة شكليّة من بعض مواد الصحيفة الورقيّة إلى موقعها على الانترنت، ومثالها: جريدة الشعب المصرية، وجريدة السياسة الكويتية، تمكن القارئ من الميزات التفاعلية، إلا أنها تقنية غير جيدة. (عبد الواجد، المرجع نفسه، ص99)
- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول **PDF** وهو نمط قريب من النمط السابق، و يتيح نقل النصوص والأشكال والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية، ومثالها جريدة السفير اللبنانية و المدينة السعودية.
- الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص الفائق **HTML** وهو النص الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الورقية الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الانترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص، ومثال هذا النوع جريدة الأهرام المصرية والرياض السعودية والبيان الإماراتية والشروق أون لاين الجزائرية.

–**صحف إلكترونية** تجمع بين نمط النص الفائق ونمط النص المحمول للاستفادة من مزايا النظامين حيث النص الفائق يُوفر الميزات التفاعلية، وعرض الموضوع من خلال الوسائط المُتعدّدة، والنص المحمول الذي ينقل صورة حرفية من صفحة الجريدة، وذلك لأن البعض يُفضل أن يرى صحيفته بالشكل الذي اعتاده عليها، ومن الأمثلة على هذا النوع صحيفة المستقبل والنهار اللبنانيّتين. (المرجع نفسه، ص100)

المبحث الثاني: سمات الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بالصحافة المطبوعة

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تمتد إلى الآفاق عبر أثير واسع المدى، فحققتْ النقل السريع والفوري للأخبار، وتابعت جميع تطوّراته ومراحله، بالإضافة إلى إمكانية التعديل على النصوص التي يتحدث عنها الخبر في أي وقت، فوجدتْ بذلك حلًّا لعدد من العقبات التي كانت تعترض الصحافة الورقية وتقف في طريقها، حتى غدت الصحافة الإلكترونية تسبق القنوات الفضائية في نقل الخبر للجماهير المهتمّة، وقد وصلتْ في بعض الأخبار إلى النشر عن الحدث بعد ثلاثين ثانية من وقوعهِ.

وفي هذا المبحث، سنحاول الحديث عن سمات الصحافة الالكترونية ومحاولة الكشف عن العلاقة القائمة بنها وبين الصحافة المكتوبة او المطبوعة.

المطلب الاول: سمات الصحافة الإلكترونية

تتميّز الصحافة الإلكترونية بمجموعة من السّمات التي تميّزها عن الصحف المطبوعة وهي:

- السرعة والسعة الكبيرة وإمكانية استخدام مختلف الإشارات سواء الكتابة أو الأصوات أو الألوان، أو الصور المتحركة والمشاهد الحية من مواقع الأحداث.
- تعتبر أداة لتنظيم المعلومات في مجال فضائي، حيث إنّ الصحافة المطبوعة أعطت البشرية نمطاً من أساليب عرض المعلومات مدوّن على الورق، بينما تحمل الصحافة التي يعرضها المجال الفضائي إمكانيات وآفاق لا نهاية لها في عرض المعلومات.
- توفر تكنولوجيا الاتصال الجديدة إمكانيات الاتصال عبر الشبكات المحلية والعالمية مما اختصر الزمن والمسافات أمام الاتصال المكتوب، ومنح الكتابة مزايا متعدّدة مثل السرعة والتفاعل.
- أصبح بإمكان المحرّر الصحفي التّعامل مع الصوت والرسوم المتحركة والمشاهد المصورة، وذلك من خلال السيطرة على لوحة المفاتيح وفأرة الكمبيوتر(عبد الفتاح، علي كنعان، 2014، ص53) ومن هنا سنحاول إبراز العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافة الإلكترونية.

المطلب الثاني: العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافةالإلكترونية

بدأ تأثير الثورة المعلوماتية التكنولوجية يظهر على صناعة الطباعة والنشر وعلى عادة القراءة ذاتها وتشهد بداية القرن الحالي اتساعاً متزايداً للصحيفة الإلكترونية مقابل الصحيفة التقليدية التي سادت لخمسة قرون مضت.

تحمل الصحيفة الإلكترونية قدرة جذب وإبهار جديدة تُساعد على انتشارها على حساب تلك التقليدية الحالية، لأنها تستخدم الوسائل الإعلامية المتعددة MULTIMEDIA فهي تتيح لمستخدمي الشاشة، التفاعل بأكثر من حاسة خصوصاً البصر والسمع بل اللمس أيضاً، فالقارئ يستطيع أن يختار ما يريد أن يقرأ و يرى الصور بألوانها الجذابة و يستمع في الوقت ذاته إلى الأصوات التسجيلية، ويشاهد الأفلام المنقولة عبر الفيديو، كل ذلك في عملية سريعة واحدة لم تستطع أن توفرها له من قبل الصحافة المكتوبة.

ويرى "جون راسل"أحد كبار الإذاعيين البريطانيين في BBC أنّ الخطر الأكبر الذي يُهدّد الصحيفة اليومية الأسبوعية مثلا، يتأتّى مباشرة من التّكامل الحاصل بين تكنولوجيا التلفزيون المتطوّرة وتكنولوجيا الكمبيوتر، هذا التكامل قد يستطيع في زمن ليس ببعيد، على اختراق الخاصيّتين الأساسيّتين اللتين تهدّدان الصحيفة اليوم:

– التّوسع في كشف الأخبار دون الارتباط بعامل الوقت المحدّد نسبياً في نشرات الأخبار أو البرامج الإخبارية.

–استمرار حضور الصحيفة في متناول القارئ ممّا يسمح له بالتّصفح والمراجع والاستغراق في التّأمل من دون الارتباط بسلطة اللحظة والوقت.

ولقد بدأت الصحافة الالكترونية عبر الانترنت في منافسة الصحافة المطبوعة منذ أن قامت مجلة نيوزويك الأمريكية واسعة الانتشار بمتابعة فضيحة الرئيس "الأمريكي كلنتون" مع متدرّبة البيت الأبيض "مونيكا لويسكي" عبر موقعها على الانترنت وقبل الموعد الأسبوعي لصدور المجلة.

وإذا كانت الصحافة الالكترونية قد بدأت تغزو العالم الغربي المتقدم بقوة فإنّ النّشر الإلكتروني لدور النّشر أخذ يتّسع في سنة 2000 م (الفيصل، الأمير، د س ، ص ص 137 ، 138) بما في ذلك نشر الصحف وفي سنة 2001 بلغ عدد الصحف اليومية المباعة 332979.55 صحيفة وعدد الصحف الأسبوعية 381894.54 فيما بلغ عدد المجلات المباعة حوالي 500 مليون مجلة.

ولقد أصبح موضوع إنشاء مواقع انترنت أمراً لا بد منه لأيّ صحيفة ولكي يتغيّر الوضع أصبح من المهم على الصحف المطبوعة إنشاء مواقع انترنت لا تستدعي فقط النسخة المطبوعة، بل أصبح لدى معظم الصحف الكبرى هيئات تحرير متخصّصة للنسخة المنشورة على الانترنت، والعلاقة بين الصحيفة المطبوعة و الصحيفة الالكترونية أخذت اتجاهات عديدة نذكر منها ثلاث اتجاهات وهي:

- **الاتجاه الأول:** وهو يتوقّف عند وصف الإمكانيات الكبيرة للانترنت وما يمكن أن توفّره من فرص كبيرة للبشرية للحصول على المعلومات بشكل سريع وهو ما يشير إلى عدم الاهتمام بمستقبل الصحافة المطبوعة إذا كانت الصحافة الإلكترونية يمكن أن تقوم بوظائفها، و الكثير من أنصار هذا الاتجاه هم من مؤيدي رؤية "مارشال ما كلوهان " حول السرعة الإلكترونية، وأنّ الاعتماد على النقل السريع والآني للأحداث، شكّل ميزة الصحافة الإلكترونية من خلال نقل القصة الخبرية مع الصور الفوتوغرافية والصوت والصورة التلفزيونية. ويضاف إلى ذلك، أنّ الصحيفة الإلكترونية تتمكّن من تقديم نطاق واسع من الخدمات لا تستطيع الصحف المطبوعة تقديمه، من مناقشة قضية مع القراء الآخرين والتّعليق على المقالات، وتوفير الفرصة لمتابعة الأخبار التي كان يتم استبعادها من الصحف المطبوعة بسبب نقص المساحة، حيث توفّر الانترنت إمكانية لتوسيع الصحيفة بتحمل الكثير من المضمون، يُضاف إلى ذلك العيوب الأصلية للصحيفة الورقية، إذ أنّ ورق الصحف يترك الحبر على أيدي قراء الصحف المطبوعة فضلاً عن ما تحتاجه الصحف الورقية من وقت طويل و جهد ضخم وأسطول توزيع ومن ثم فإنها وسيلة متقادمة OUT OF DATE من حيث الوقت كي تصل نسخ الصحيفة المطبوعة إلى القراء.
- **الاتجاه الثاني:** وهو على عكس سابقه، حيث يؤكد على أنّ الصحيفة الإلكترونية لن تصبح أبداً بديلاً عن الصحافة المطبوعة، ويأتي ذلك انطلاقاً من أنّ تاريخ وسائل الإعلام التقليدية لم يُشر إلى ذلك فهو لم يشهد اختفاء وسيلة أو تكنولوجيا أخرى جديدة، بل إنّ ما يختفي هو فقط طرق و أدوات إنتاج، فمثلاً لم يعد هناك آلات (لينوتيب) في الصحف، كما أنّ الراديو لم يقض على الصحافة وكذا ظهور التلفزيون لم يقض على الصحافة، أصبح هناك تعايشاً وتكاملاً بين الوسائل الإعلامية المختلفة، لذا فمن المتوقع أن تحتل الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على النص والوسائط الفائقة مكانها جنباً إلى جنب مع الصحافة الورقية المطبوعة.

الاتجاه الثالث: وهو يقف موقفا مختلفا عن الاتجاهين السابقين، إذ يرى أنه لا يمكن الحكم على مستقبل الصحيفة الورقية أو حتى الالكترونية الآن و الواقع الحالي يقول إنّ منحنى تطور الصحافة المطبوعة في تقدم متزايد كي تحافظ على موقعها في الاهتمام، فالاندماج العالمي للصحافة المطبوعة التقليدية والصحافة الإلكترونية سيزداد لأسباب اقتصادية.

فدور النشر الصحفي في العالم بأسره تتجه إلى تنويع نشاطاتها الإعلامية وذلك بدخول مجالات الراديو والتلفاز والمطبوعات المتخصّصة وإعداد المؤتمرات واستغلال الانترنت، ومثال على ذلك شركة (تريبون) التي تصدر صحيفة (شيكاغو تريبون) وتملك أيضاً محطات تلفزيونية وإذاعات ومجلات مواقع إلكترونية وحصصاً في شركات ترفيه واتصال بالشبكة الإلكترونية وهي جزء راسخ من واقع صناعة الاتصال وثورة المعلومات في المجتمعات الليبرالية التي اعتمدت مبادئ اقتصاد السوق والديمقراطية الغربية.

* إن العامل المشترك بين صناعتي النّشر التقليدي والإلكتروني هو المحتوى المتميّز، فمن غيره لا تنجح مطبوعة ولا قناة ولا يستمر موقع إلكتروني.

فقد أشارت دراسة أمريكية عام 2004 إلى أنّ الصحف الورقية سوف تتعرّض لتأثيرات عديدة من جراء ازدهار ونمو الصحافة الالكترونية وكثير منها يتجه نحو المحلية، فالكثير من الصحف الورقية المطبوعة لا تستطيع الاتجاه إلى العالمية من خلال النّشر إلكتروني عبر الانترنت، وبخاصة مع ضعف الاتجاه إلى العالمية من خلال النّشر الالكتروني عبر الانترنت وبخاصة مع ضعف عائدات الإعلان الإلكتروني لدا فإن هذه الصحف عليها العمل على التركيز على كسب المكانة المرموقة محلياً.

- الاتجاه إلى التّخصصية:

تنبّأ بعض الدارسين قبل سنوات، بأنّ تنوع المطبوعات الورقية يجب أن يلبي الاحتياجات الخاصة لنوعيات القراء كافة، على اختلاف ميولهم وأذواقهم واتجاهاتهم، بما يعني أن الصحف والدوريات الورقية المطبوعة سوف تتزايد في العدد نتيجة للاتجاه لمزيد من التخصصية. (المرجع نفسه، ص ص 138 – 142)

المطلب الثالث: خصائص الصحافة الإلكترونية

حملت بيئة عمل الصحافة الإلكترونية الكثير من الاختلافات عن بيئة عمل الصحافة المطبوعة حيث تسود فيها العديد من السمات الجديدة والمختلفة عن سمات الصحافة التقليدية التي أوجزها الباحثون فيما يلي:

– تعدد الوسائط:تجمع الصحافة الإلكترونية بين الصوت والصورة والنص بشكل مترابط ومتناسق، حيث أن أدواتها تتعامل مع المحتوى المخزن رقميا و الذي يحتوي جميع أشكال المعلومات ويتعامل معها على أنها ذات طبيعة واحدة، مما يسهل صهرها في ملف واحد.

– المشاركة: سمحت الصحافة الإلكترونية بمستوى غير مسبوق من المشاركة ، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة النصوص والأخبار والاختيار فيما بينها وينتهي بإمكان التدخل في صناعة خبر أو معلومة أو إبداء الملاحظات أو الانخراط في استطلاعات الرأي والحوارات مع الآخرين.(فيصل أبو عيشة، 2014، ص ص127-128)

–التمكين:تمكن الصحافة الإلكترونية الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال من خلال المفاضلة بين الصوت والصورة والنص المرافق للمحتويات المختلفة والقوالب.

–الخدمات المضافة القائمة على السرعة: يتم تقديمها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريد...و تستطيع مضاعفة إمكانية التحقق من الوقائع من خلال تعدد المصادر والإحالات المتواجدة على الموقع، فضلا عن خدمة التحديث الفوري.

–الشخصنة: تتيح الصحافة الإلكترونية التعرض الشخصي للموقع ،حيث أن القارئ بإمكانه التركيز على أبواب ومواد وانتقاء بعض الخدمات أي يتلقى ما يتوافق مع اختياراته الشخصية.

– الحدود المفتوحة: تتمتع الصحافة الإلكترونية بمساحات تخزين واسعة على الحاسبات التي تدير المواقع، مما يكسر قيود المساحة والحجم وعدد الأخبار التي تتقيد بها الصحافة المطبوعة.(فيصل أبو عيشة، المرجع نفسه، ص ص128 – 130)

– حققت الصحافة الإلكترونية إمكانية النقل الفوري للخبر ومتابعة تطوراته و تعديل نصوصه في أي وقت،مما جعلها تنافس الوسائل الإعلامية الأخرى كالإذاعة والتلفزيون و أصبحت تتفوق بميزة الفورية على القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة ، فيما يجري نشرها في الصحف الالكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.(عارف محمد،1997، ص13)

– قدرة الصحف الالكترونية على اختراق الحدود دون رقابة أو موانع أو رسوم بشكل فوري ورخيص التكاليف،حيث أصبح بإمكانها أن تنافس صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات

إرسال ونوعية جيدة من المضامين والخدمات المتميزة ، مما يمنحها فرصة الوصول إلى مختلف الجماهير في العالم. (مي العبد الله سنو، 1999،ص84)

–توفر الصحافة الالكترونية إمكانية الحصول على إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الالكترونية بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يوميا، وهناك بعض البرامج التي تسجل إسم وعنوان أي زائر، وهذه التقنية تتيح للمؤسسات المعنية والدارسين إجراء إحصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفر لها مؤشرات عن أعداد قراءها بما يمكنها من التواصل معهم.

–أحدثت تقنيات الصحافة الإلكترونية تطورا جوهريا في ميدان الصحافة، حيث منحت إمكانية رجع الصدى، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء ،فما أثاره دخول الحاسوب إلى عالم الاتصال هو تحول العملية الاتصالية إلى عملية تبادلية يتحقق التفاعل بين طرفيها ما يجعل المستقبل العادي يتحول إلى منتج للمادة الإعلامية. (محمود خليل، 1997،ص33)

–توفر الصحافة الإلكترونية فرصة حفظ أرشيف إلكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة يتيح للقارئ أو المستخدم إمكانية البحث أو العودة إلى مقالات ومواد واسترجاعها بسرعة قياسية.

–فرضت الصحافة الإلكترونية واقعا مهنيا جديدا يشترط على الصحفي الإلمام بتقنيات الكتابة والنشر الإلكتروني وأن يضع في اعتباره عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها وما يرافق ذلك من اعتبارات تتجاوز الجانب المهني إلى المعيار الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها. (نواف حازم خالد وخليل إبراهيم محمد، 2001،ص220–221)

–ويضاف لها خاصية التفتيت واللاجماهيرية حيث تخلت هذه الأخيرة عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الإعلامية وتقديم منتج إعلامي يتكيف مع الاهتمامات الفردية لكل قارئ أو متصفح وتتعلق هذه السمة أيضا بالجمهور و طبيعة استخدامه للصحيفة. (محمود مزيد، 2005،ص384)

المبحث الثالث: الصحافة الإلكترونية في الجزائر

عرفت الجزائر دخول الإنترنت في مارس (1994) رغم أن الربط لأول مرة كان في سنة "1993" عن طريق خط هاتفي متخصص دون الاستفادة من خدمات الإنترنت، وفي عام "1994" تم الربط الكامل بشبكة الإنترنت عن طريق كابل من الألياف الضوئية يربط مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني"cerist" قدرت سرعة هذا الربط في البداية و"9600 بايت اثا" وهي سرعة جد بطيئة، وقد تم إقامة المشروع السابق

بالتعاون مع منظمة اليونسكو في إطار مشروع إفريقي يعرف بشبكة الإعلام الإفريقي والتي كانت النقطة المحورية للشبكة.

وفي ديسمبر 1997" وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص أخر، بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة محصورا فقط على المؤسسات الحكومية، بل أصبح من الممكن للخواص أن يدخلوا للشبكة إذا استطاعوا توفير جهاز إعلام ألي ومودام وخط هاتفي. وفي نهاية أكتوبر 1998 وبموجب اتفاقية أبرمها مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "cirist" وهيئة "netsat" الأمريكية تم الربط هذا المركز عن طريق واشنطن بواسطة القمر الصناعي "MAA" بقدرة "1 ميغابيت ثا" إلى "2 ميغابيت ثا" مع بربحة مشروع يرمي إلي إقامة خط للاتصال عبر الأقمار البصرية، وخط أخر للربط عبر الأقمار الصناعية لتفادي أي توقف اضطراري مستقبلا للشبكة. ومع زيادة عدد المشتركين في الإنترنت زاد مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني من طاقته إلي "5 ميغابيت /ثا" وسعت الشركة الخاصة "gecos" إلى مضاعفة قدرة ربطها كذلك، وعلى مستوى المؤسسات الرسمية صادقت الحكومة على مرسوم تنفيذي رقم "98.25 " المؤرخ في " 25/07/1998

" حدد هذا المرسوم شروط الإستثمار في ميدان الإنترنت حيث سمح بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار مركز البحث العلمي والتقنيين وهم benet work" "cosnet" "solinet""gecos" وكذا يتم رفع احتكار الدولة ويصل اليوم عددهم إلى ما يفوق "80" موزعا كما أن طاقة الربط وصلت اليوم "34 ميغابيت /ثا.

(Djamel Bouadjimi, 2005)

بالنسبة للصحافة المكتوبة، كانت جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية هي السباقة في إنتاج نسخة إلكترونية لمثيلتها الورقية ابتداء من نوفمبر 1997"، أما بالنسبة للصحافة الصادرة باللغة العربية فكانت جريدة الخبر هي الأولى، وهذا في أفريل "1998 "وفيما يخص إعداد الصحف الإلكترونية فهناك

من تستخدم تركيبة pdf" وهي تركيبة تعطي النسخة نفسها الورقية في شكلها الإلكتروني، أما تركيبة "HTML" فتتميز بالعرض الجميل للصور والمقالات والعناوين، حيث يمكن قراءتها من خلال "navigateur" مثل "internet explorer" إن الدمج بين التركيبتين"PDF", "HTML" يضمن ويوفر الامتيازات المشتركة.

والملاحظ أن أغلب الصحف الجزائرية على الخط لا تختلف عن نسختها الورقية في المضمون وهناك فقط بعض التعديلات الطفيفة التي نلاحظها على النسخة الورقية(لي عبد الرحمان عواض،2006، ص333).. ولكن

في السنوات الأخيرة (2012-2015) شهدت الصحف الإلكترونية الجزائرية تطورا ملحوظا على مستوى الشكل والمضمون، إذ أصبحت هناك خاصية تميزها وهي عملية تحديث الأخبار ومتابعتها عبر فترات زمنية متقاربة خلال اليوم.

بالإضافة إلى خاصية التفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، إذ سمحت هذه الوسائط لجمهور القراء من المشاركة والتعليق على الموضوعات التي تنشر عبر الصحف الإلكترونية. وفيه العديد من الصحف خصصت فضاءات لنشر الآراء والمقالات والأفكار والمشاركة في سبر الآراء بشكل يومي حول ما يحدث في الوطن العربي والجزائر خصوصا، فهذه السمات وغيرها جعلت من الصحافة الإلكترونية تشكل خطرا على الصحف الورقية في الجزائر.

المطلب الأول: تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر:

تعد جريدة "Algeria Nterface" هي الجريدة الإلكترونية الأولي عبر شبكة الإنترنت أسسها أحد الإعلاميين "نور الدين خلاصى" صحفي سابق بجريدة "Lanation" وهي في الأصل كانت عبارة عن خطة لإصدار جريدة مستقلة في عام 1996، تقدم التقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية "sida" ثم تم التخلي لاحقا عن الفكرة وتحول المشروع إلى التفكير في إنشاء جريدة على شبكة الإنترنت اختارت الجريدة اللغتين الفرنسية والإنجليزية في مجال النشر الإلكتروني، ويري "جوفان " وهو أحد السويديين أنه " لولا الإنترنت لما تمكنا من الصدور أبدا " وتمول الصحيفة من قبل وكالة " سيدا " ومساعدة مركز "ألفا بالم" الدولي. انطلقت جريدة "ألجيري أنتر فاس" في العمل في نوفمبر 1999" وكان شعارها نقل الأخبار بشكل موضوعي والمحافظة على المبادئ الأساسية لحرية التعبير وحرية الصحافة والدفاع عن حقوق الإنسان وتعزيز القيم الديمقراطية، وتحولت الجريدة من الصدور من أسبوعين إلي مرة واحدة كل أسبوع.(هاني راهب، 1995، ص66)

تعد تجربة الجزائر في مجال استخدام الإنترنت في عالم الصحافة المكتوبة متأخرة بعض الشيء عن زميلاتها في الوطن العربي، فقد بدأت جريدة الشرق الأوسط على الإنترنت يوم "9/9/1995 "وتبعتها بعض الصحف العربية منها مجموعة مؤسسة دار التحرير للطباعة والنشر والتي أنشأت موقعها في 16/02/1997، ويضم نسخا من مواقع ل" الجمهورية، المساء، مصر اليوم" تلتها جريدة "الشعب" في أول أكتوبر 1997" ثم تبعتها جريدة الأهرام" الصباحية في عام 1998".

أما الجزائر فكان السبق لجريدة الوطن "Elwatan" باللغة الفرنسية في نوفمبر 1997" ثم جريدة "Liberte" في جانفي 1998 فجريدة اليوم باللغة العربية في فيفري 1998، وتلتها جريدة" الخير" باللغة العربية وهي أكبر جريدة من حيث التوزيع في الجزائر في ذلك الوقت.(محمد شطاح، 2006، صص127-125)

الملاحظ على الساحة الإعلامية الجزائرية تأخر ظهور النسخة الإلكترونية من الصحف الورقية على شبكة الإنترنت مقارنة بالدول العربية، وهذا راجع لعدة صعوبات كانت تعاني منها شبكة الإنترنت من انقطاعات متكررة بالإضافة إلي نقص الفنيين والتقنيين في مجال التحرير على شبكة الإنترنت وهذا ما جعل الصحافة الإلكترونية تتأخر نوعا ما في الجزائر.

المطلب الثاني: خدمات الصحافة الإلكترونية:

تتنوع خدمات الصحف الإليكترونية بتنوع أشكالها ومواضيعها ومجالاتها عبر شبكة الإنترنت فقد تجتمع هذه الصحف على بعض الخدمات المشتركة ولكن قد توجد خدمات تتيحها هذه الصحيفة لا توجد في صحيفة أخرى وهذا على حسب إمكانات الصحيفة ومن بين هذه الخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية للقراء نجد مايلي:

- **خدمة البحث:** حيث تتيح الصحيفة الإليكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها أو داخل شبكة الويب، وبعض هذه الصحف يتيح هذه الخدمة لفترة زمنية محددة أو أقل أو أكثر، وتقدم بعض الصحف رؤوس الموضوعات ثم تطالب بالحصول على رسوم مالية محددة إلي تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف تشترط الدخول على مزود الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتتفاوت قوة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إليكترونية إلى أخرى، بل وتختفي هذه الخدمة من بعض مواقع الصحف العربية. (حسيني محمد نصر، 2014، ص ص112-111)

-**خدمة البحث في الأرشيف:** بإمكان قراء الصحف الإلكترونية العودة بكل سهولة إلي الصحف الإلكترونية للبحث في أرشيفها وعن الأعداد السابقة والإطلاع عليها دون عوائق أو صعوبات كما يمكن للقراء التفاعل عبر الروابط التفاعلية الموجودة عبر موقع الجريدة لتقديم النقد والردود والمشاركة في استطلاعات الرأي وغيرها من الخدمات. (عبد الأمير الفيصل، مرجع سابق، صص115-114)

- **خدمة قراءة عدد اليوم أو الأمس من النسخة المطبوعة:** وتقتصر هذه الخدمة على الصحف الإليكترونية الكاملة " المختلفة عن الصحيفة الورقية " إذ يتيح الموقع للمستخدم إمكانية مطالعة النسخة الورقية وما بها

من موضوعات مختلفة إلى حد كبير عن محتويات الصحيفة الإلكترونية، فعلي سبيل المثال تقدم صحيفة " يو أس أي توداي" الأمريكية هذه الخدمة تحت عنوان "" print edition ضمن ما تقدمه من خدمات مرتبطة بالصحيفة الورقية وتتيح فيها تصفح عدد اليوموالأمس.(رضا عبد الواجد أمين،2007، ص103)

– **خدمة البريد الإلكتروني:** وتختلف هذه الخدمة من صحيفة إلى أخرى، إذ يقتصر الأمر في الصحف الصغيرة على إتاحة الفرصة أمام المستخدم لتوجيه رسائل إلكترونية إلي محرري الصحيفة أما الصحف الإلكترونية الكبيرة فأنا توسع من نطاق هذه الخدمة لتقدم خدمة إنشاء بريد إلكتروني شخصي على الموقع يمكن المستخدم من إرسال واستقبال الرسائل البريدية على أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة النت في أي وقت كما تقدم نشرة إخبارية يتم إرسالها يوميا للمستخدم على عنوان بريده الإلكتروني تتضمن ملخصات الأخبار وخدمات ملخصة أخرى، وهدف الصحيفة الإلكترونية من وراء ذلك إلي ربط المستخدم بالموقع أطول فترة ممكنة خلال الاستخدام حتى لا يغادره للقيام بأنشطة البريد الإليكتروني من مواقع أخرى.(حسني محمد نصر، مرجع سابق، ص118)

– **خدمة تقديم الإعلانات للصحيفة المطبوعة:** من خلال نشر أسعار الإعلانات في الصحيفة الورقية وطبيعة الخدمات الإعلانية التي تقدمها، بالإضافة إلى سبل الاتصال بقسم الإعلانات وطلب نموذج نشر إعلان بالصحيفة.

– **خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية:**وهي خدمة تقدمها الصحيفة الإلكترونية للصحيفة الورقية تتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان. (رضا عبد الواجد أمين، مرجع سابق، ص103)

المطلب الثالث: التحديات التي رفعتها الصحافة الإلكترونية في وجه الصحافة الورقية

– إمكانية إضافة الوسائط المتعددة "multimidia" إلى جانب النص والأحرف، حيث يمكن إضافة الصوت والصورة والفيديو وغيرها من التأثيرات، فالخير يقدم بكل تفاصيله الصوتية والمرئية والألوان عكس ما هو موجود في الصحف الورقية. (حسنين شفيق، 2006، صص58.39)

– الصحف الإلكترونية تكون سباقة للتحديث، مما يجعلها سباقة في نشر الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها وشتان الفرق في أن يجد القارئ نفسه أمام الحدث لحظة وقوعه، وفي أن يجد القارئ نفسه منتظرا صدور الصحف المطبوعة في نسختها الورقية. وخير دليل على ذلك هو إطلاعنا على أخبار اليوم قبل صدور

النسخة الورقية. في الجزائر مثلا بإمكان القارئ معرفة أخبار اليوم الموالي في منتصف الليل، قبل نزول النسخة الورقية للأسواق.

– إمكانية تشخيص الصحف لكل قارئ على حدا، وذلك على حسب ميوله واهتماماته الشخصية، فيمكن للقارئ أن يصمم الصحيفة الإلكترونية الخاصة به ويحدد نوعية وكم الأخبار والمعلومات التي يريد معرفتها دون غيرها من دون تضييع الوقت والجهد.

– إمكانية التفاعل مع القارئ، فالقارئ هنا يستطيع التحاور والمناقشة وإبداء الآراء مع الكتاب والنقاد والقراء الآخرين حول نقاط مختلفة.

– إمكانية تطوير الإعلان واستغلال الإعلانات بشكل أفضل، حيث يمكن إدخال التجارة الإلكترونية المباشرة من موقع الجريدة على الشبكة إلى موقع المعلنين دون عناء.

– إمكانية الإطلاع على الأرشيف الإلكتروني للأعداد السابقة من الصحيفة بكل يسر وسهولة عبر قاعدة البيانات الخاصة بالجريدة.

– التغيرات التي طرأت على عناصر العملية الاتصالية، فثمة تغيرات ستحدث وتؤثر على كافة أطراف العملية الاتصالية (الرسالة، القائم بالاتصال، الشكل العام للوسيلة، المستقبل، التغذية الراجعة).

– يرى العديد من المفكرين أن الإنترنت لن تقض على الصحافة الورقية المطبوعة وذلك لما يلي:

– لم توجد وسيلة إعلامية قضت على الوسيلة السابقة عليها، إنما تعايشت معها في ظل خصوصية كل واحدة.

– قراءة الصحف الإلكترونية تتطلب ظروفا أصعب من قراءة الصحف العادية إذ يمكن أن تقرأ الصحيفة الورقية في المنزل أو العمل أو القطار، أو في أي مكان تتوافر فيه متطلبات القراءة، بينما الأمر أكثر صعوبة بالنسبة لقراءة الصحيفة الإلكترونية من خلال جهاز الكمبيوتر الذي يتطلب مكانا خاصا علما بأن التكنولوجيا الحديثة قد أو جدت الحاسب المحمول الذي لا يتطلب أن يكون ثابت في مكان مستقر بل متحرك مع صاحبه.

– تعود الأجيال الحالية عبر سنوات طويلة على قراءة الصحف الورقية المطبوعة، وهذا يجعل من الصعب التخلي بين يوم وليلة عن هذه العادة.

– وفي ظل تطور الإنترنت وتطور الصحافة الورقية المطبوعة سوف يحدث نوع من التعايش بين الصحافة الإلكترونية وشقيقتها الورقية، وسوف تصبح الأولى قاعدة للثانية وسوف تساهم الصحافة الإلكترونية في دعم الصحافة الورقية وانتشارها أكثر لأن الأصل هو الصحافة الورقية، ولهذا إلغاءها يعد أمرا صعبا للعديد من الأسباب "صحية، نفسية، تحارية، معلوماتية....".

المطلب الرابع: بطاقة فنية عن جريدة النهار الورقية والإلكترونية

جريدة النهار الجديد هي جريدة يومية مستقلة تصدر باللغة العربية صدر أول عدد لها سنة 2007، أسسها أنيس رحماني الذي سبق له أن كان مدير تحرير في جريدة الشروق اليومي، واسمه الحقيقي محمد مقدم. صحيفة النهار الجديد تابعة لشركة الأثير للصحافة، التي يقع مقرها في حيدرة بالجزائر العاصمة، العنوان: 13 شارع أرزقي عبريحيدرة–العاصمة، سعر الجريدة 15 دج، تصدر من السبت الى الخميس ماعدا يوم الجمعة، عدد النسخ (276000) نسخة يوميا.

يتم سحب جريدة النهار الجديد في أربع مطابع وهي موجودة في الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، وورقلة وتضم الجريدة العديد من الصحفيين الذين يعتبرون من أعمدة الجريدة، فإلى جانب رئيسة التحرير سعاد عزوز وهي من كبار المحققين ضمن صحيفة "الخبر" سابقا نجد كلا من محمد بوسري، دليلة بلخير، حبيبة محمودي، نشيدة قوادري، سامي سي يوسف، و وسيم بن عورة. وكل هؤلاء من الجيل الجديد في قطاع الصحافة لكنهم أثبتوا مكانة وتفوقا كبيرا في الميدان.

أمّا فيما يخص جريدة النهار الالكترونية فهي بوابة أخبارية إلكترونية تشمل كل الأخبار الجزائرية لتمكن المتصفح من متابعة جميع الأحداث والمستجدات بالجزائر، وقد تم تصميمها وإطلاقها عبر النت لتسهل على الجمهور عملية متابعة جميع الاخبار دون اقتناء النسخة الورقية. ويمكن تصفح موقع جريدة النهار الجديد لقراءة النسخة الالكترونية (PDF) على الموقع الخاص بها:http://www.ennaharonline.com

خلاصة الفصل:

في ختام هذا الفصل نستنتج أن أغلب الصحف الجزائرية والعربية أصبحت تتسم بخاصية تحديث الأخبار والمعلومات بشكل آني وعاجل، وهذه الخاصية لم تكن موجودة لوقت قريب في أغلب الصحف الإلكترونية الجزائرية، لأنها كانت تكتفي بتقديم النسخة الورقية بشكل إلكتروني دون إضافة أي شيء على النسخة الورقية.

كما أن أغلب الصحف والمجلات الورقية العربية والجزائرية أصبح لها نسخة إلكترونية عبر شبكة المعلومات الدولية، مما سمح لها بالوصول إلى أعداد كبيرة من جمهور القراء ليس داخل الجزائر وإنما في كل مناطق العالم. فوجود الصحف عبر شبكة الإنترنت يتيح لها مساحة أكبر لتقديم الموضوعات بالتحليل والصور والأشرطة الحية. كما أتاح هذا النوع من الصحف فضاء افتراضيا جديدا لمختلف المتصفحين يتم فيه تبدل المعلومات والتعليق على ما يقدم من موضوعات.

الإطار التطبيقي

الفصل الخامس: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

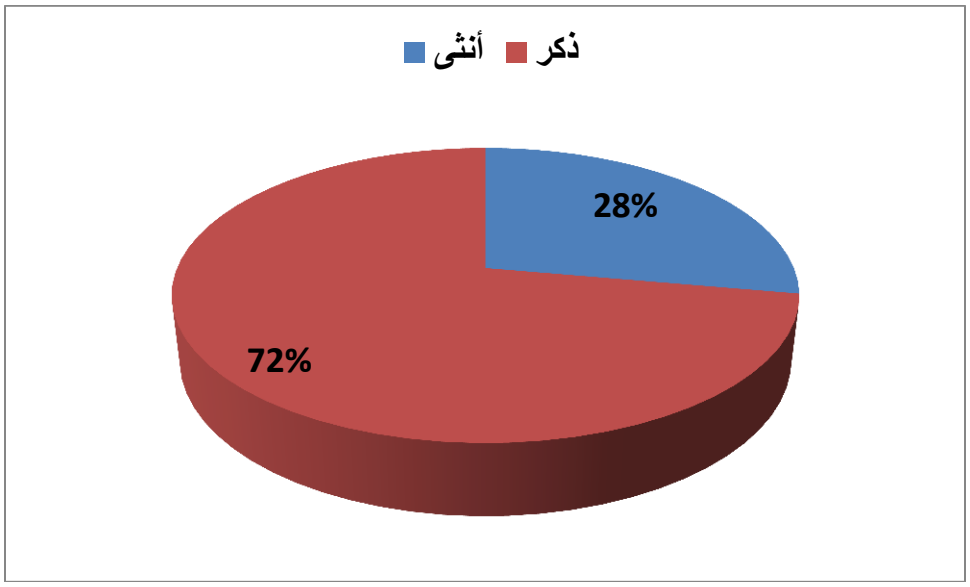
تمهيد:

بعد عرضنا للإطار النظري، سنتطرق في هذا الفصل الخامس إلى عرض ومناقشة نتائج الدراسة من خلال عرض نتائج الدراسة وفقا لما توصلنا إليه من خلال الأساليب الإحصائية التي اعتمدنا عليها (SPSS) ثم التعرض بعد ذلك إلى مناقشة النتائج وتفسيرها وفقا لمشكلة البحث وتساؤلاته.

أ/ مناقشة وتفسير نتائج البيانات الشخصية:

1- الجدول رقم (1) والشكل رقم (1): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	عدد الأفراد	النسب المئوية
ذكر	13	%72.22
أنثى	05	%27.77
المجموع	18	100%

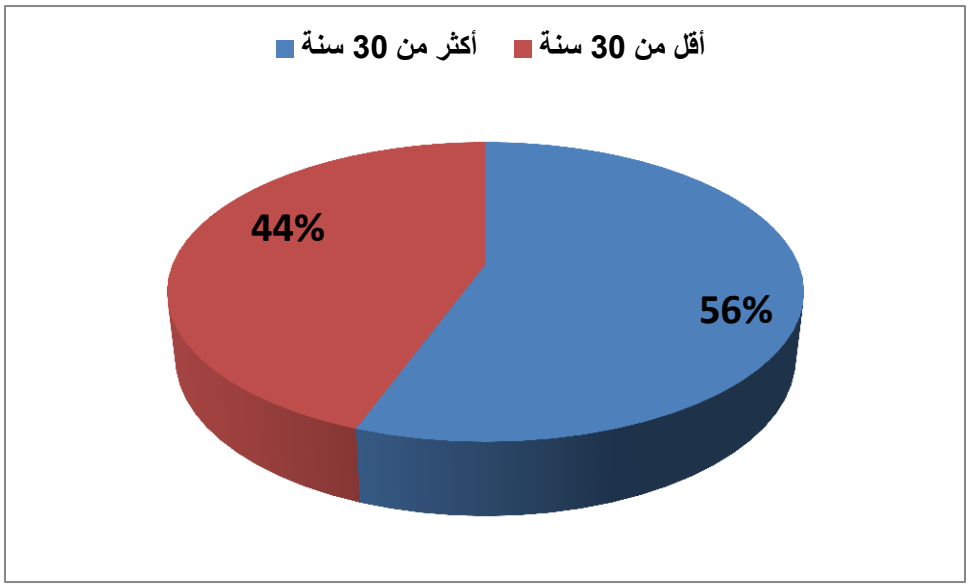


يظهر من خلال الجدول رقم (1) والشكل رقم (1) أنّ عدد الذكور يفوق عدد الإناث، حيث بلغ عدد الذكور 13 فردا بنسبة 72%، بينما بلغ عدد الإناث 5 أفراد بنسبة 28%.

ويعود ذلك في نظر الباحثتان إلى تمكن الصحفيين الذكور من تقنيات الإعلام والرقمنة الحديثة التي يتم من خلالها تسيير صحيفة النهار الالكترونية مقارنة بالاناث الذين يفتقدون الأقدمية في هكذا أمور.

2- الجدول رقم (2) والشكل رقم (2): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

السن	عدد الأفراد	النسبة المئوية
أقل من 30	08	%44.44
أكبر من 30	10	%55.55
المجموع	%18	100%

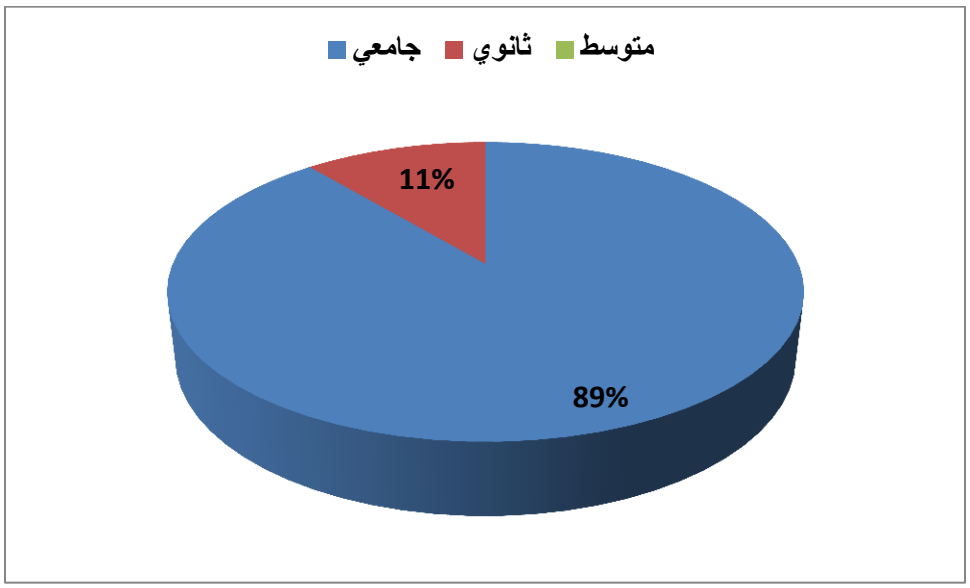


من خلال الجدول السابق وكما يمثله الشكل رقم (02) نلاحظ أن عدد الصحفيين الأكبر من 30 سنة بلغ عددهم 10 أفراد ضمن 18 فردا من عينة الدراسة، أي بنسبة 55.55%، بينما نجد أن باقي أفراد العينة والذين يبلغ عددهم 08 أفراد أعمارهم تقل عن 30 سنة بنسبة مئوية قدرت بـ 44.44%، وهي نسبة متقاربة جدا بين الفئتين.

وربما يرجع ذلك إلى حداثة جريدة النهار الالكترونية التي فتحت المجال للصحفيين على اختلاف أعمارهم للعمل الصحفي الرقمي ضمن الجريدة في ظل الإعلام الرقمي الجديد.

3- الجدول رقم (3) والشكل رقم (3): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	عدد الأفراد	النسبة المئوية
متوسط	0	%00
ثانوي	2	%11.11
جامعي	16	%88.88
المجموع	18	100%

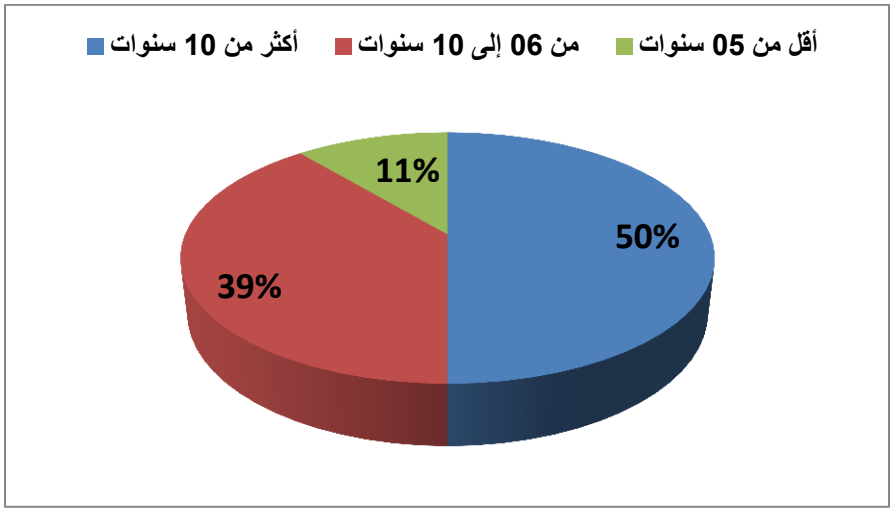


من خلال الجدول رقم (3) والشكل رقم (03) نلاحظ أنأغلب الصحفيين العاملين في جريدة النهار الالكترونية هم أصحاب مستوى جامعي بنسبة 89%، بينما نجد باقي الصحفيين أصحاب مستوى ثانوي بنسبة 11%.

ويعود ذلك لمدى انتقاء جريدة النهار الالكترونية لطاقمها العامل ضمن الجريدة والذي يمثل خريجي الجامعات وأصحاب مستويات وشهادات عليا في تخصص الصحافة، الامر الذي يساعد في نجاحها ودخولها المنافسة في ظل الإعلام الرقمي الجديد.

4- الجدول رقم (4) والشكل رقم (4): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الأقدمية

الأقدمية	عدد الأفراد	النسبة المئوية
أقل من 05 سنوات	02	%11.11
من 06 إلى 10 سنوات	07	%38.88
أكثر من 10 سنوات	09	%50
المجموع	18	100%



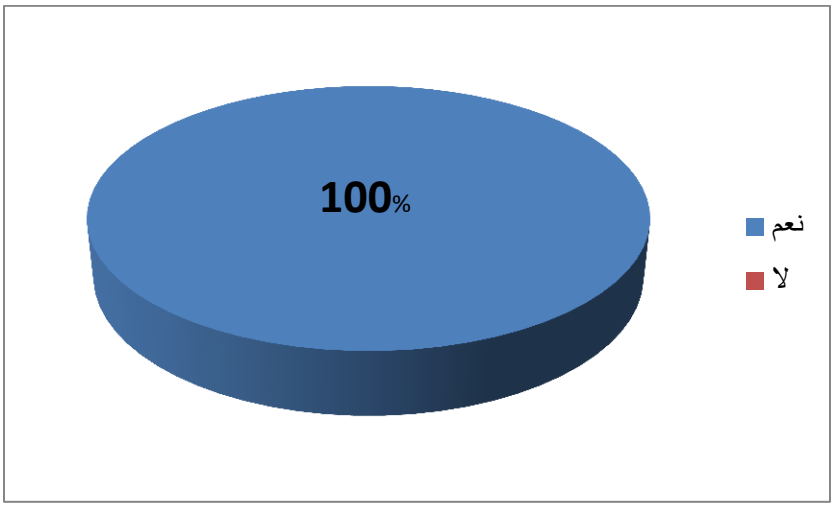
من خلال الدول رقم (04) والشكل (04) نلاحظ أن الفروق متباينة ومتفاوتة لأفراد العينة حسب متغير الاقدمية، حيث أن أغلب الصحفيين يعملون بجريدة النهار لمدة تفوق 10 سنوات بنسبة 50%، بينما نجد 7 أفراد بنسبة 38.88% تتراوح أقدميتهم ما بين 6 إلى 10 سنوات، في حين نجد باقي الصحفيين تقل أقدميتهم عن 5 سنوات بنسبة 11.11%.

ويعود ذلك إلى أقدمية جريدة النهار التي يفوق 10 سنوات بطبيعة الحال، كما أنها تحرص دائما إلى الاعتماد على الصحفيين أصحاب الخبرة المهنية في تسيير الجريدة.

ب/ مناقشة وتفسير نتائج المحور الاول: مدى التزام صحفيي جريدة النهار الالكترونية بأخلاقيات مهنة الصحافة.

5- الجدول رقم (5) والشكل رقم (5): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التزامهم بالدقة في نشر الأخبار.

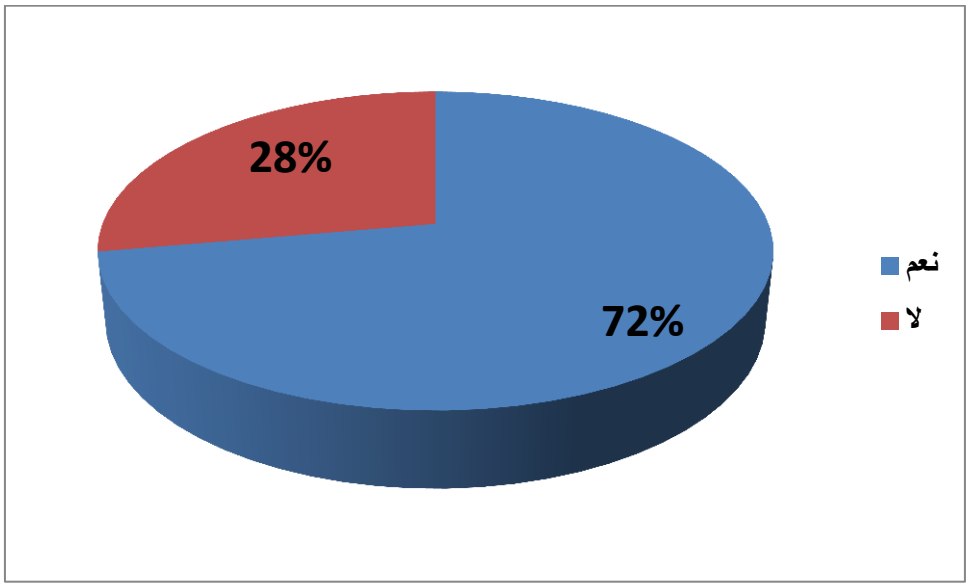
التزام الدقة في نشر الاخبار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	0	0
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة أجابوا بنعم بنسبة 100%، وبالتالي فإنهم يتفقون على كونهم يحرصون على الواقعية والدقة في نشر الأخبار في جريدة النهار الالكترونية بعيدا عن الذاتية والإشاعة.

6- الجدول رقم (6) والشكل رقم (6): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التزامهم بالحيادية في طرح الأخبار وتجنب الخلط بين الأمور.

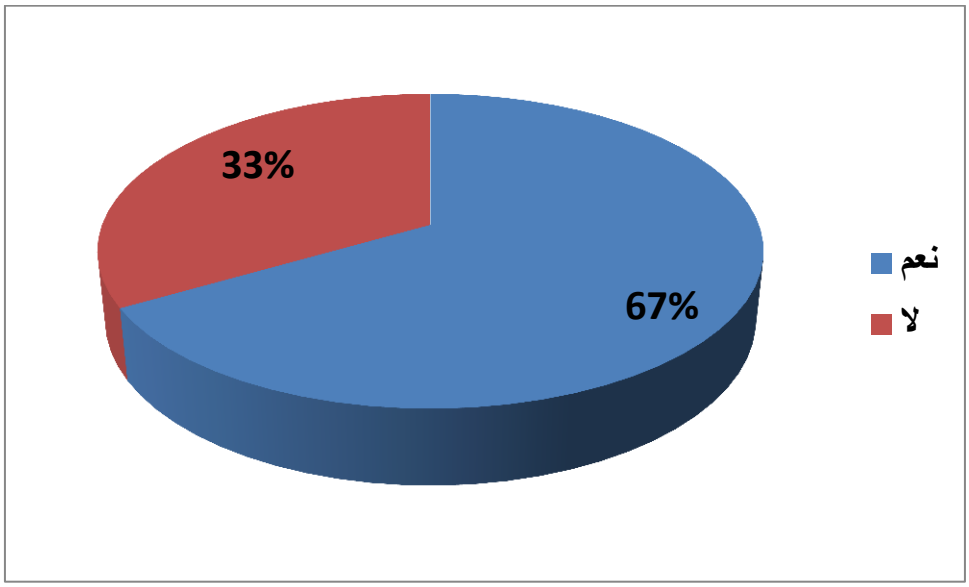
التزام الحيادية في طرح الاخبار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	72.22
لا	5	27.77
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 13 فردا من أفراد العينة أجابوا بنعم عن السؤال الثاني بنسبة 72.22%، بينما أجاب 5 أفراد بـ لا بنسبة 27.77%، وبالتالي فإن أغلب الصحفيين يتفقون على التزام الحيادية في طرح الأخبار وتجنب الخلط بين الأمور، ويعللون ذلك بتمسكهم بالعمل بموضوعية وصدق بعيدا عن الكذب في نشر الأخبار.

7- الجدول رقم (7) والشكل رقم (7): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب خضوعهم للاستقلالية في العمل.

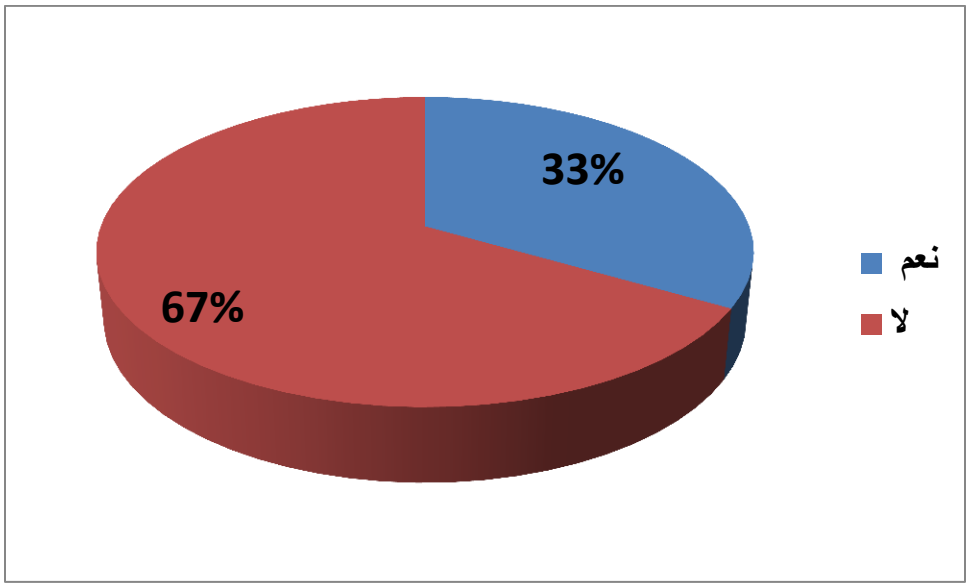
الخضوع للاستقلالية في العمل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	66.66
لا	6	33.33
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 12 فردا من أفراد العينة أجابوا بنعم عن السؤال الثالث بنسبة 66.66%، بينما أجاب 6 أفراد بـ لا بنسبة 33.33%، وبالتالي فإن أغلب الصحفيين يتفقون على كونهم يتمتعون بالاستقلالية في العمل الصحفي داخل جريدة النهار بعيدا عن أي ضغوطات تفرض عليهم، بينما يرى باقي أفراد العينة عكس ذلك.

8- الجدول رقم (8) والشكل رقم (8): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب الخضوع لـاثيرات العمل.

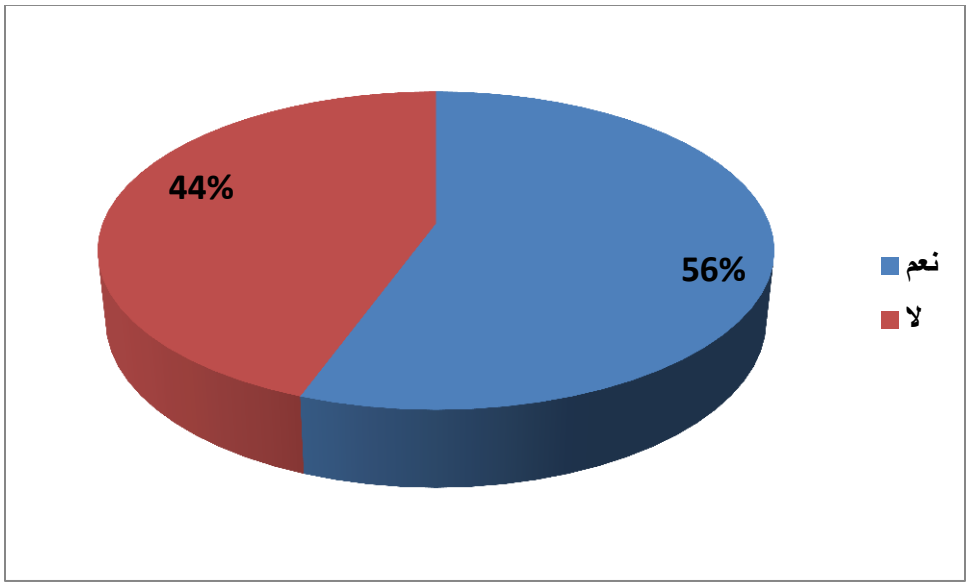
الخضوع لتأثيرات العمل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	6	33.33
لا	12	66.66
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 12 فردا من أفراد العينة أجابوا ب، لا عن السؤال الرابع بنسبة 66.66%، بينما أجاب 6 أفراد بـ نعم بنسبة 33.33%، وبالتالي فإن أغلب الصحفيين يرفضون الخضوع للتأثيرات التي تسلط عليهم في عملهم، وعللوا ذلك بكون الخضوع لمثل هذه التأثيرات يعتبر إجحاف وتعسف إداري في حقهم وهو مرفوض بتاتا.

9- الجدول رقم (9) والشكل رقم (9): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب تحمل مسؤولية الدقة في نقل الأخبار.

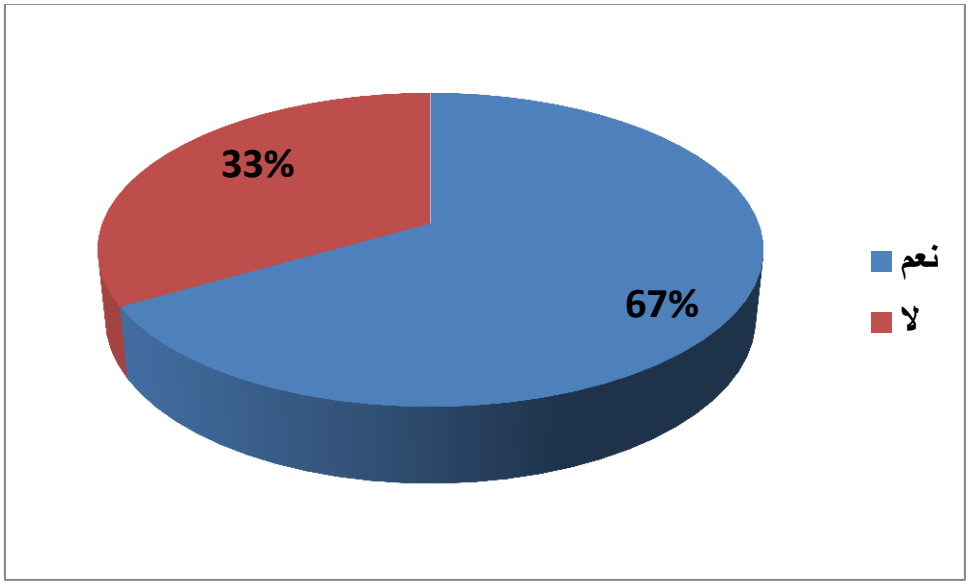
مسؤولية الدقة في نقل الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	55.55
لا	8	44.44
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 10 صحفيين من أفراد العينة أجابوا بنعم عن السؤال الخامس بنسبة 55.55%، بينما أجاب 8 أفراد بـ لا بنسبة 44.44%، وبالتالي فإن أغلب الصحفيين يتحملون مسؤولية الدقة في نشر أخبارهم الصحفية داخل جريدة النهار الالكترونية مما يضفي لها جانب من المصداقية والشفافية.

10- الجدول رقم (10) والشكل رقم (10): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لأساليب الإثارة في نقل الأخبار.

استخدام اساليب الاثارة في نقل الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	66.66
لا	6	33.33
المجموع	18	100

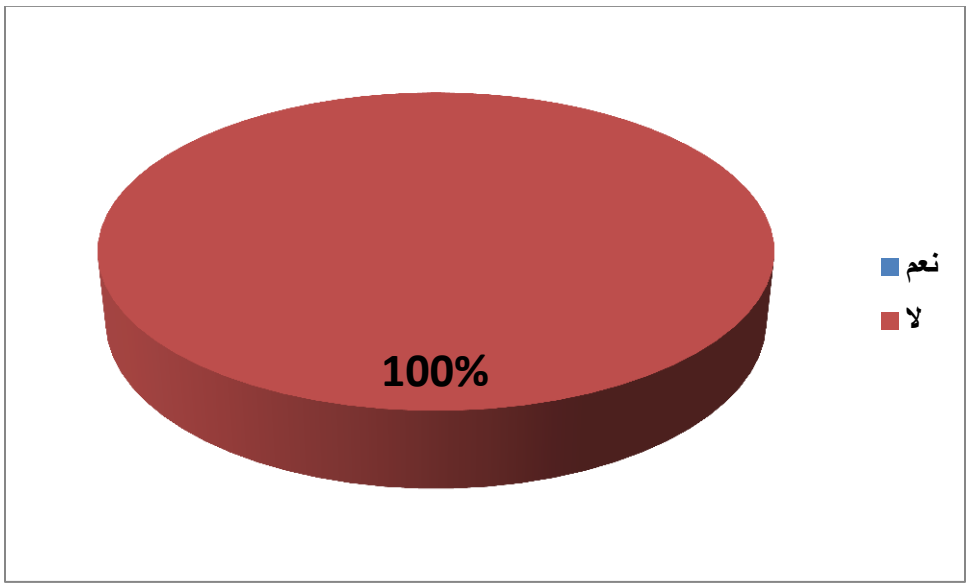


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 12 فردا من أفراد العينة أجابوا بنعم عن السؤال الثالث بنسبة 66.66%، بينما أجاب 6 أفراد بـ لا بنسبة 33.33%، وبالتالي فإن أغلب الصحفيين يتفقون على استخدامهم لأساليب الإثارة في نقل الأخبار من طرف صحفيي جريدة النهار الالكترونية.

ومن خلال ما تطرقنا إليه في الاطار النظري ومن خلال التراث الفكري والزاد العلمي نجد أن الخبر الصحفي لم يعد مجرد وصف اعتيادي لحدث معين يحظى بالاهتمام بل أصبح صناعة مميزه لها سماتها الخاصة، وهذه الصناعة الصحفية دخلت وتفاعلت فيها عوامل عدة أسهمت في تطور أساليبها ووسائلها وطرائق إيصالها إلى الجمهور، منها التنويع في أساليب الإثارة الخاصة بنقل الخبر.

11- الجدول رقم (11) والشكل رقم (11): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب عرض مضمون مضلل للجمهور.

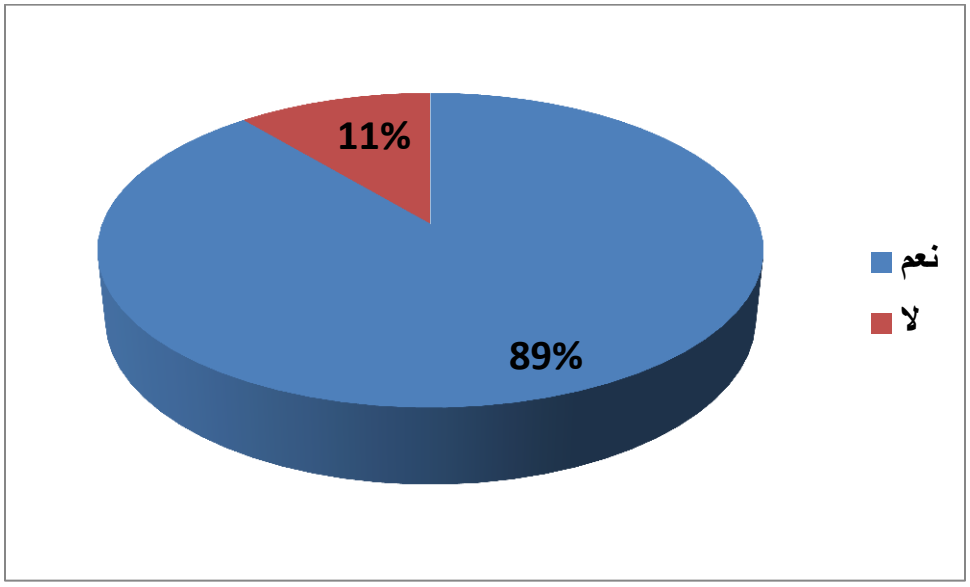
إمكانية عرض مضمون مضلل للجمهور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	00	00
لا	18	100
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة بنسبة 100% يرفضون عرض أخبار غير واضحة ومضللة للجمهور، حيث يرون ذلك بعيد كل البعد عن العمل الصحفي النبيل.

12- الجدول رقم (12) والشكل رقم (12): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب تحري الخبر بإنصاف وتجنب التحريف

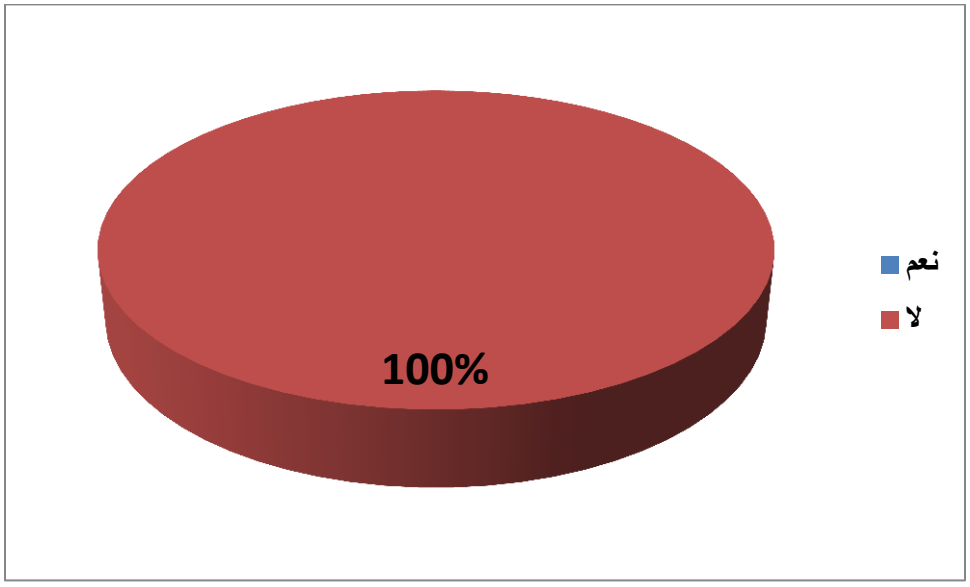
تحري الخبر بإنصاف وتجنب التحريف	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	88.88
لا	2	11.11
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 16 فردا من أفراد العينة أجابوا بنعم عن السؤال الثالث بنسبة 88.88%، بينما أجاب 2 أفراد بـ لا بنسبة 11.11%، وبالتالي فإن أغلب الصحفيين يتفقون على حرصهم في تحري الأخبار الصحفية بإنصاف وتوازن وبعيدا كل البعد عن التشويه والتحريف.

13- الجدول رقم (13) والشكل رقم (13): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التعدي على حقوق الزمالة

التعدي على حقوق الزمالة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	00
لا	18	100
المجموع	18	100

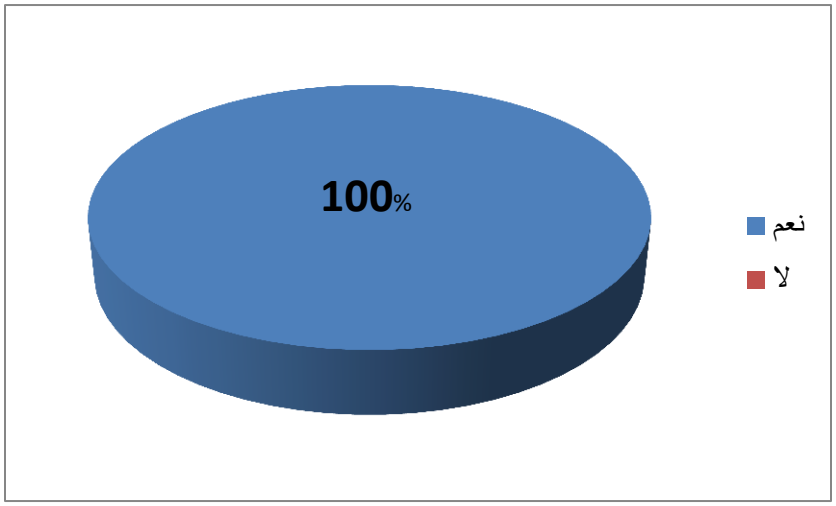


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يرفضون بتاتا فكرة التعدي على حقوق الزمالة والتعدي على الآخرين وانتحال آراء غيرهم من أجل كسب الشهرة والنجاح، ويرون ذلك من سوء الخلق وخارج العمل الصحفي والإعلامي النبيل.

ج/ مناقشة وتفسير نتائج المحور الثاني: مدى توفر جريدة النهار الالكترونية لمواثيق أخلاقيات المهنة الإعلامية.

14- الجدول رقم (14) والشكل رقم (14): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر الجريدة على مواثيق أخلاقيات المهنة.

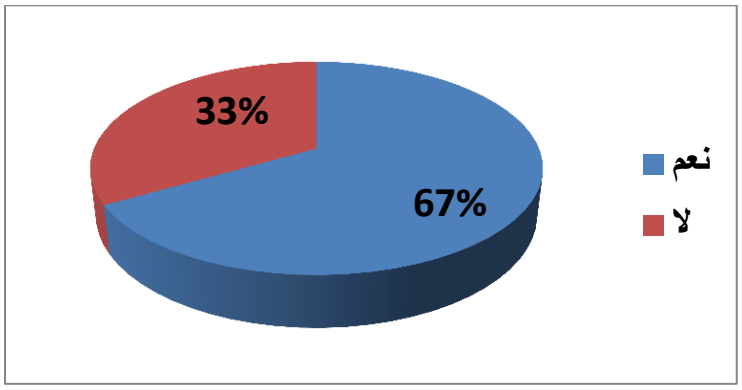
مدى توفر الجريدة على مواثيق أخلاقيات المهنة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	0	00
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يؤكدون على توفر جريدة النهار الالكترونية على مواثيق تنظم أخلاقيات المهنة الإعلامية والصحفية، وهم يرون أنها خطوة جيدة ولازمة تساعد على المصداقية والشفافية في العمل الصحفي.

15- الجدول رقم (15) والشكل رقم (15): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظرهم في المواثيق الأخلاقية للجريدة.

وجهة نظر الصحفيين في مواثيق الأخلاق للجريدة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	66.66
لا	6	33.33
المجموع	18	100

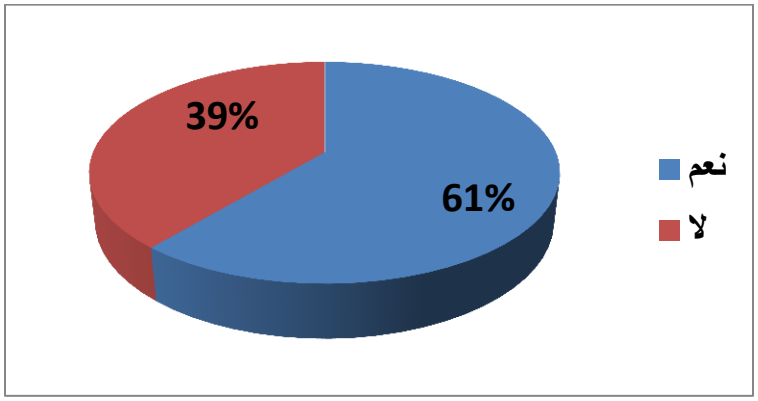


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 12 فراد من أفراد العينة بنسبة 66.66% أجابوا بنعم على السؤال الحادي عشر من المحور الثاني من الاستبيان، بينما 6 أفراد بنسبة 33.33% أجابوا بـ لا، وعليه فإن أغلبية أفراد العينة من الصحفيين يرون أن المواثيق الاخلاقية لجريدة النهار تقيد حريتهم كصحفيين، ما جعلهم يحرصون على نقل الأخبار بواقعية ومصداقية تامة.

ونرى من خلال ما تطرقنا إليه في الإطار النظري أن المواثيق الأخلاقية تُعَدُ بمثابة تبريرٍ لأنشطة المهنة أمام المجتمع ومؤسّساته الحاكمة والفاعلة وخاصة في الأوقات التي تتراجَعُ فيها مصداقية الصحافة أمام القراء والمجتمع ككل، إذ أنّ فلسفة مواثيق الشرف الصحفية تهدِفُ إلى حماية الجمهور من الاستخدام غير المسؤول للصحافة، وجعْل الصحفيين يحترمون القواعد الأخلاقية الأساسية من جهة وحِمايتهم من الإذلال والإهانة أو انتهاكِ ضميرهم المهني من جهة أخرى.

16- الجدول رقم (16) والشكل رقم (16): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب خضوع الجريدة إلى الرقابة.

خضوع الجريدة إلى الرقابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	61.11
لا	7	38.88
المجموع	18	100

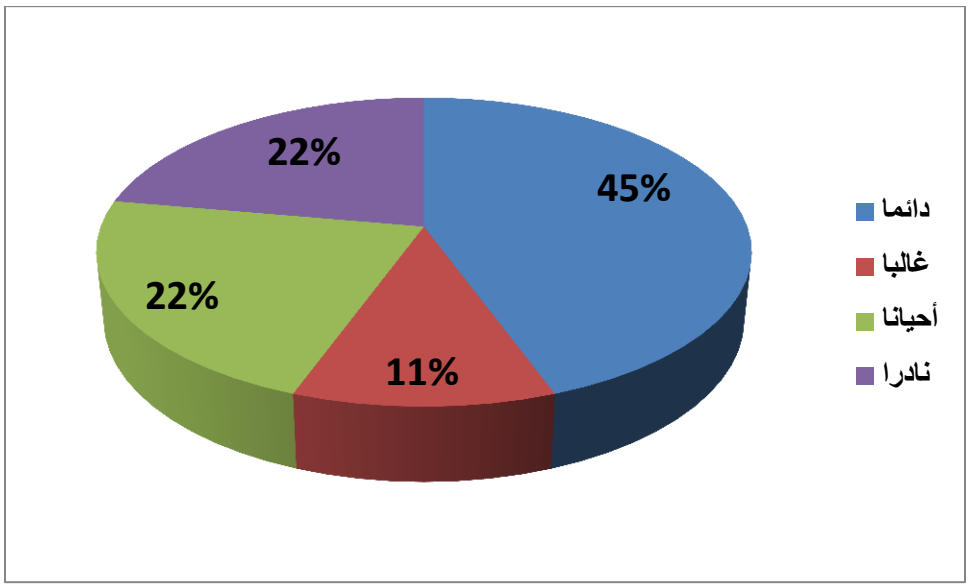


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 11 فراد من أفراد العينة بنسبة 61.11% أجابوا بنعم على السؤال الثاني عشر من المحور الثاني من الاستبيان، بينما 7 أفراد بنسبة 38.88% أجابوا بـ لا، وعليه فإن أغلبية أفراد العينة من الصحفيين يؤكدون على كون جريدة النهار الالكترونية تخضع لرقابة تنظم شروط نشرها وطرحها للأخبار والمواضيع.

ويعود ذلك حسب التراث الفكري المتطرق إليه ضمن الإطار النظري إلى أنه مع تقلص موارد تمويل الصحافة التي تخدم المصلحة العامّة، أصبحت قاعات التحرير تعاني الصعاب للحفاظ على قاعدتها الأخلاقية. كما تضخمت، الى حدّ بعيد، كل المشاكل التي كانت تشغلها دوما مثل التحيّز السياسي، وتسلّط المؤسسات غير المشروع، والقوالب النمطية وتضارب المصالح

17- الجدول رقم (17) والشكل رقم (17): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب سعي جريدة النهار الالكترونية للسيطرة في أخبارها من خلال ضبط العمل الصحفي

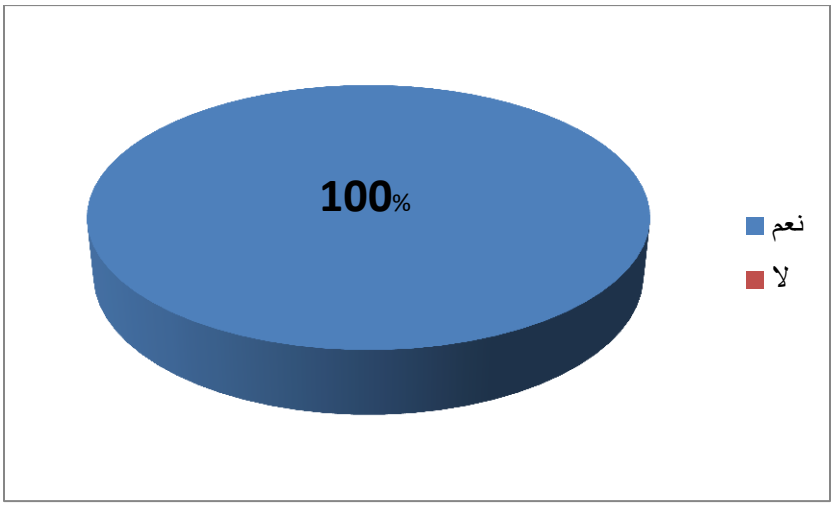
سعي جريدة النهار الالكترونية للسيطرة في أخبارها	التكرار	النسبة المئوية
دائما	8	44.44
غالبا	2	11.11
أحيانا	4	22.22
نادرا	4	22.22
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن الآراء اختلفت، والإجابات تنوعت حول السؤال الثالث عشر من المحور الثاني، حيث أجاب 8 صحفيين بـ دائما، بينما أجاب صحفيان اثنان بـ غالبا، أما باقي أفراد العينة فانقسموا بين أحيانا و نادرا، وعليه فإن جريدة النهار حسب أغلبية الإجابات فهي تسعى للسيطرة المحكمة في أخبارها من خلال ضبط العمل الصحفي.

18- الجدول رقم (18) والشكل رقم (18): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظر الصحفيين حول المواثيق المنصوص عليها في ضمان حقوق الممارسة المهنية

ضمان حقوق الممارسة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	00	00
المجموع	18	100

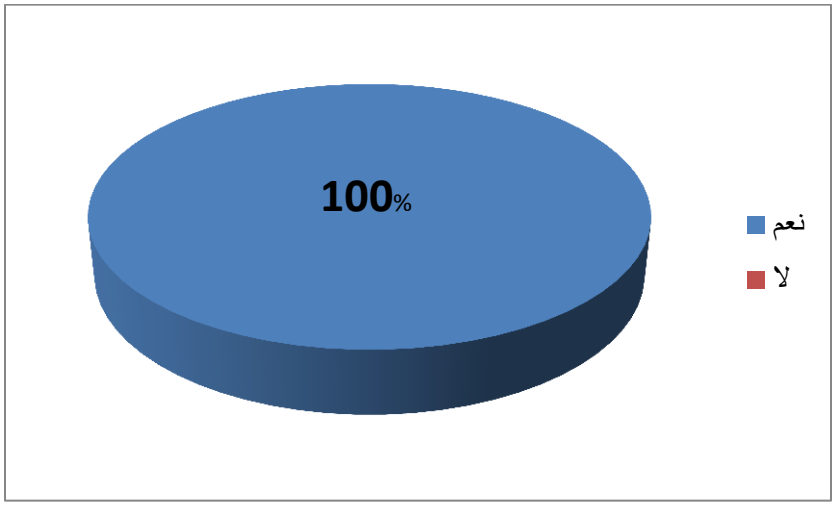


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يتفقون على أن المواثيق التي تنص عليها جريدة النهار الالكترونية تضمن حقوق الممارسة المهنية.

وبالرجوع إلى ما تم ذكره في الإطار النظري آنفا فإن هذا النمط الإعلامي يقوم على الآنية وتقاسم الأحداث عالميا بدون قيود جغرافية،بالإضافة إلى امتزاج الثقافات وإلغاء الخصوصية، بالإضافة إلى بث العادات والقيم على نطاق غير محدود.من جهتها تعتمد الصحافة الالكترونية على جهاز إداري وطاقم تحريري يستغني عن الطبع، الذي يستبدله بالنشر الالكتروني كما يرتبط استمرارها في سوق الإعلام بمداخيل الإشهار الالكتروني، كما تميزها خاصية الانفلات من الرقيب الإعلامي الذي يشكل هاجس الصحف الورقية.

19- الجدول رقم (19) والشكل رقم (19): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب المواد العقابية التي تضبط العمل الصحفي الأخلاقي

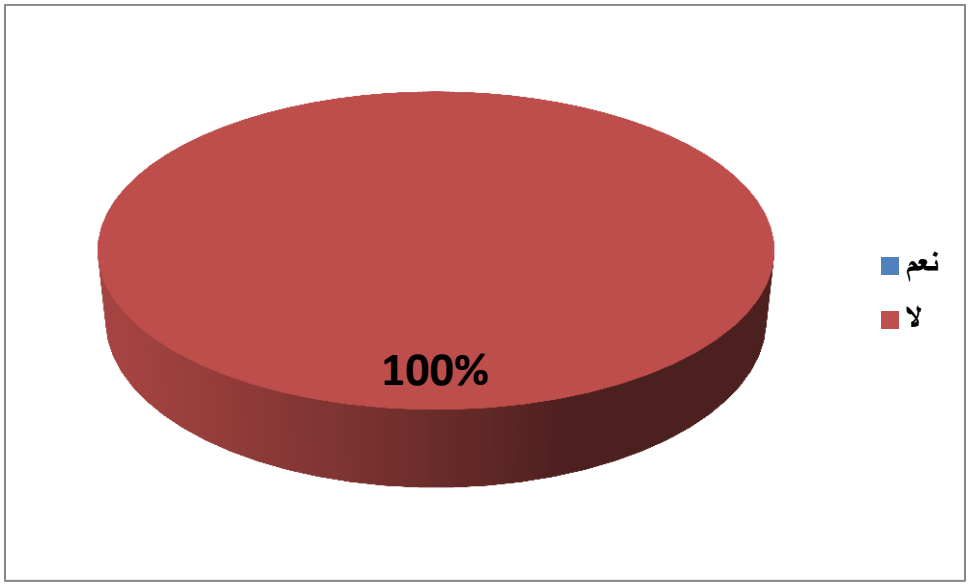
المواد العقابية التي تضبط العمل الصحفي الاخلاقي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	00	00
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة اتفقوا على وجود مواد عقابية تنصها الجريدة من أجل ضبط العمل الصحفي الأخلاقي، ويرون ذلك أمر مهم للغاية من أجل تنظيم عملهم وعدم الخروج عن القواعد والشروط المتفق عليها فيما يخص أخلاقيات المهنة.

20- الجدول رقم (20) والشكل رقم (20): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب إمكانية تعرضهم لعقوبات من قبل الجريدة

إمكانية تعرض الصحفيين لعقوبات من قبل الجريدة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	00	00
لا	18	100
المجموع	18	100

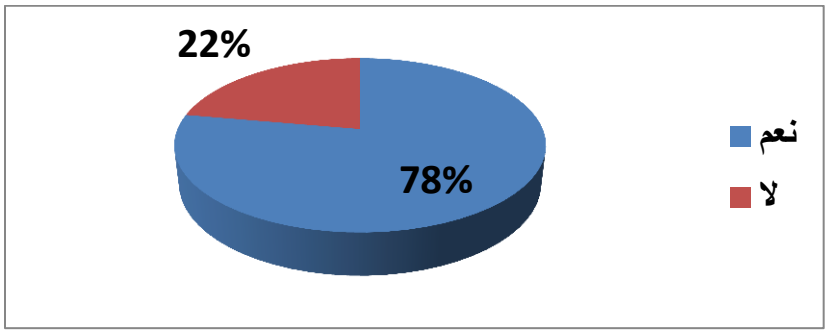


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة نفوا تعرضهم لأي عقوبات من قبل جريدة النهار الالكترونية، وبالتالي فهم يتفقون على عدم معارضتهم للقوانين والمواثيق المنصوص عليها من قبل الجريدة.

د- مناقشة وتفسير نتائج المحور الثالث: الالتزامات المهنية لجريدة النهار الالكترونية في العمل الإعلامي

21- الجدول رقم (21) والشكل رقم (21): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظر الصحفيين حول المعايير التقنية التي توجه عمل الإعلامي.

وجهة نظر الصحفيين حول المعايير التقنية التي توجه عمل الإعلامي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	78
لا	4	22
المجموع	18	100

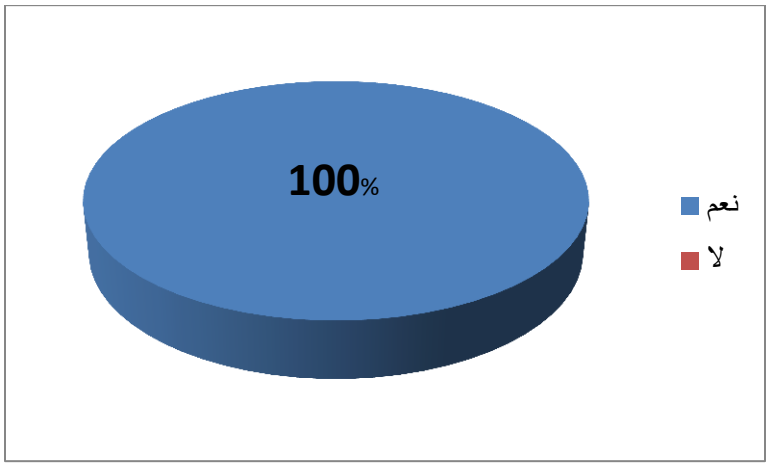


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن 14 فردا من أفراد العينة بنسبة 23.3%، يتفقون على أن المعايير التقنية التي توجه عمل الإعلامي، إتقانها جزءا لا يتجزأ من نجاح الصحفي في أدائه لعمله، بينما ينفي باقي أفراد العينة ذلك.

ونجد أن المعايير التقنية تختلف باختلاف الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية **(الجرافيك التبادلي) GIF** والذي يتيح نقل صورة شكليّة من بعض مواد الصحيفة الورقيّة إلى موقعها على الانترنت، وكذا التي تستخدم تقنية النص المحمول **PDF** وهو نمط قريب من النمط السابق، و يتيح نقل النصوص والأشكال والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها على الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية، وأخرى تستخدم تقنية النص الفائق **HTML** وهو النص الذي يتيح وضع نصوص الصحيفة الورقية الإلكترونية بشكل مستقل عن نصوص الصحيفة الورقية، ويستفيد من إمكانيات الانترنت المتعددة وأهمها الجمع بين النص والصورة والصوت ولقطات الفيديو وإمكانية توافر خدمات البحث والأرشيف ونسخ النصوص.

22- الجدول رقم (22) والشكل رقم (22): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظر الصحفيين حول قيمة جريدة النهار الورقية مقارنة بالالكترونية

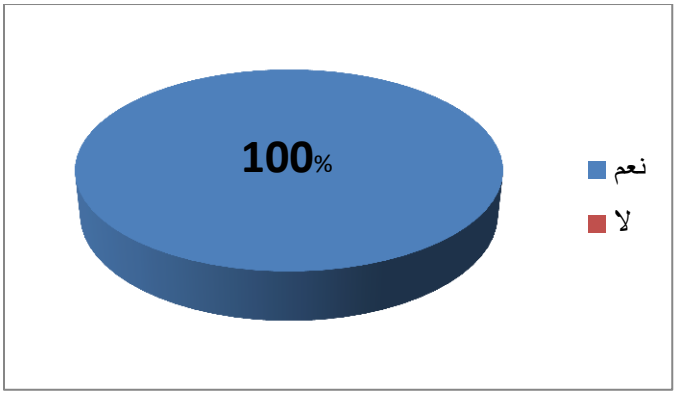
قيمة جريدة النهار الورقية مقارنة بالالكترونية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	00	00
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يتفقون تماما على أن القيمة الاحترافية لجريدة النهار الورقية هي التي تحتضن الصحيفة الالكترونية وتقدم السبق الصحفي على معايير الموضوعية والدقة والمصداقية في العمل الصحفي، وذلك حسبهم يرجع إلى كون الجريدة الورقية هي الجريدة الام وتبقى الأصل مهما تغيرت الأوضاع.

23- الجدول رقم (23) والشكل رقم (23): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة وسائط الإعلام الجديد في خلق التفاعلية للصحفي

مساهمة وسائط الإعلام الجديد في خلق التفاعلية للصحفي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	00	00
المجموع	18	100

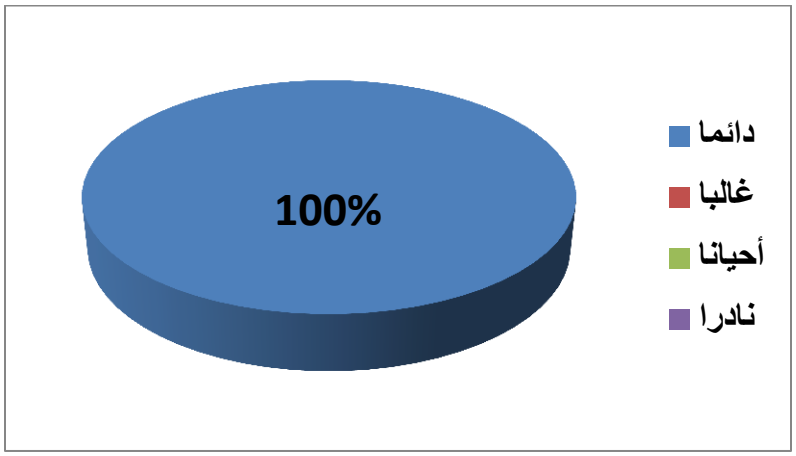


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يتفقون تماما على أن وسائط الإعلام الجديد تساهم في خلق التفاعلية للصحفي العامل في مجال الصحافة الالكترونية.

حيث مكَّنت وسائل الإعلام الجديد الصحفي العامل في مجال الصحافة الإلكترونية من أكبر قدر من التفاعلية؛ وصنعت احتياجات جديدة للقرَّاء كالمشاركة في صناعة المحتوى، وحرية إبداء الرأي والتعبير، إلا أنها تطرح مجموعة من "المعوقات، والصعوبات التي تواجه كفاءة العمل في المواقع الإعلامية منها ما يرتبط بنقص المتطلبات التكنولوجية اللازمة لتطوير صناعة النشر الإلكتروني بها، ومنها ما يتصل بهيكل العمل وقواعده التنظيمية؛ حيث تتطلب الاستفادة من إمكانات النشر الإلكتروني الكثير من التدريب، وتستهلك وقتًا حتى يمتلك الصحفيون مهارة عالية في استخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، واستيعاب خصائص الاتصال التفاعلي والاستفادة منها.

24- الجدول رقم (24) والشكل رقم (24): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التزام جريدة النهار بتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية

التزم الجردية بالحرفية وأخلاقيات المهنة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	18	100
غالبا	00	00
أحيانا	00	00
نادرا	00	00
المجموع	18	100

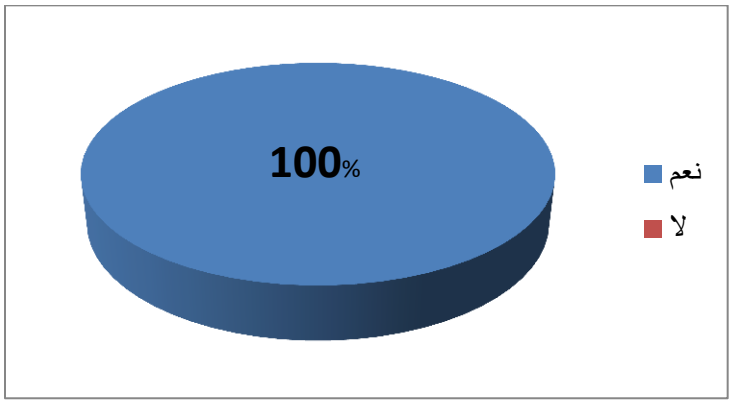


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع آراء الصحفيين وأفراد العينة اتفقت تماما وبنسبة 100%مع أن جريدة النهار تلتزم بتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية والمهنية العالية وتحترم أخلاقيات العمل الإعلامي.

ومما تطرقنا إليه في الاطار النظري، وبالنظر إلى تجارب عديد البلدان المتقدمة، فإن إقرار المساءلة الإعلامية التي تحقق التوازن بين حقوق الفرد والمجتمع وحق الصحفي في حرية التعبير من خلال مجالس صحفية ولجان إعلامية مستقلة وذات مصداقية، قد يكون أحد دعائم أخلاقيات العمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية العربية، دون أن يعني ذلك طبعًا استبعاد دور القانون في تحسين جودة هذه الصحافة.

25- الجدول رقم (25) والشكل رقم (25): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب حرص جريدة النهار الالكترونية على تحري الحقيقة والسعي وراء بلوغها

حرص الجريدة على تحري الحقيقة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	00	00
المجموع	18	100

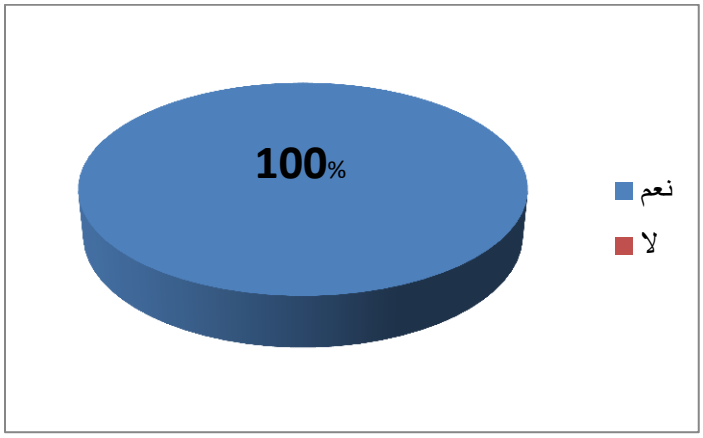


من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يتفقون تماما على أن جريدة النهار الالكترونية تفرض على الصحفي تحري الحقيقة والسعي وراء بلوغها ونقل الوقائع بصدق وأمانة بدون تجاهل أو اجتزاء.

حيث يرجع ذلك إلى مدى التزام الإعلامي أثناء ممارسته لعمله، بتحرِّي الحقيقة والسعي وراء بلوغها، ونقل الوقائع بصدق وأمانة بدون تجاهل، أو اجتزاء، وتوخي النزاهة المهنية، والعمل على تكريس مبدأ المصلحة العامة، وتغليبها على مصلحة مؤسسته الإعلامية أو مصلحته الشخصية، أيضا احترام مبدأ الخصوصية، وعدم إلحاق الضرر بالأفراد أو المؤسسات جرَّاء النشر الصحفي، واحترام رغباتهم أو رغبة ذويهم في عدم الإفصاح عن أسمائهم، أو عناوينهم لأسباب معنوية أو أمنية.

26- الجدول رقم (26) والشكل رقم (26): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب تجنب الجريدة للتحقير والقدح ذم الأفراد والجماعات

تجنب الجريدة للتحقير والقدح وذم الافراد	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	100
لا	00	00
المجموع	18	100



من خلال الجدول والشكل أعلاه، نلاحظ أن جميع أفراد العينة من الصحفيين يتفقون تماما على أن جريدة النهار الالكترونية تفرض تجنب التحقير، والقدح، والذم بالأفراد أو الجماعات أو المؤسسات والهيئات على صحفيها.

ويعود ذلك لمدى اهتمام جريدة النهار الالكترونية بسمعتها وخصوصيتها اتجاه باقي الصحف وتجاه الرأي العام لكسب احترام جمهورها العريض، فلا هي تسعى لنشر الفتنة ولا التحقير وذم الأفراد، بل عكس ذلك تماما وهو ما يجعلها تواصل مسارها الصحفي إلى أبعد الحدود.

مناقشة وتفسير نتائج الدراسة:

المحور الأول:

من خلال نتائج الجداول أعلاه، وحسب إجابات أفراد العينة المتمثلة في صحفيي جريدة النهار الالكترونية، فإننا نستنتج إلتزام الصحفيين بأخلاقيات مهنة الصحافة داخل جريدة النهار الالكترونية، ويرجع ذلك حسبهم إلى العمل الصحفي والإعلامي النبيل الذي يجب أن يتحلى به الصحفي والإعلامي في نشر الأخبار الصادقة بعيدا عن التشويه والتضليل والكذب ونشر الإشاعات التي ليس لها معنى، وبالتالي المحافظة على أصالة وأخلاقيات مهنة الصحافة.

كل هذه النتائج والآراء تبقى تابعة لوجهة نظر الصحفيين داخل جريدة النهار الالكترونية، وذلك حسب ما لمسناه من إجاباتهم على أسئلة الاستبيان الموجه لهم.

المحور الثاني:

من خلال نتائج الجداول أعلاه، وحسب إجابات أفراد العينة المتمثلة في صحفيي جريدة النهار الالكترونية، فإننا نستنتج أن جريدة النهار الالكترونية تتوفر على مواثيق وأخلاقيات المهنة الإعلامية تنظم العمل الصحفي، وهذا ما أجمع عليه وأكده صحفيي جريدة النهار الالكترونية في إجاباتهم على استمارة الاستبيان المقدمة لهم.

المحور الثالث:

من خلال نتائج الجداول أعلاه، وحسب إجابات أفراد العينة المتمثلة في صحفيي جريدة النهار الالكترونية، فإننا نستنتج أن جريدة النهار الالكترونية تلتزم مهنيا في العمل الإعلامي، وهذا ما أجمع عليه وأكده صحفيي جريدة النهار الالكترونية في إجاباتهم على استمارة الاستبيان المقدمة لهم.

نتائج الدراسة:

من خلال كل نتائج الجداول أعلاه، نخرج بعدة استنتاجات تتمثل فيما يلي:

- ✓ يحرص صحفيو جريدة النهار الالكترونية على الواقعية والدقة في نشر الأخبار في الجريدة بعيدا عن الذاتية والإشاعة.
- ✓ يتفق صحفيو جريدة النهار الالكترونية على التزام الحيادية في طرح الأخبار وتجنب الخلط بين الأمور، وذلك لتمسكهم بالعمل بموضوعية وصدق بعيدا عن الكذب في نشر الأخبار.
- ✓ يتفق أغلب الصحفيون على كونهم يتمتعون بالاستقلالية في العمل الصحفي داخل جريدة النهار بعيدا عن أي ضغوطات تفرض عليهم.
- ✓ أغلب الصحفيين يرفضون الخضوع للتأثيرات التي تسلط عليهم في عملهم.
- ✓ أغلب الصحفيين يتحملون مسؤولية الدقة في نشر أخبارهم الصحفية داخل جريدة النهار الالكترونية مما يضفي لها جانب من المصداقية والشفافية.
- ✓ أغلب الصحفيين يتفقون على استخدامهم لأساليب الإثارة في نقل الأخبار من طرف صحفيي جريدة النهار الالكترونية.
- ✓ يرفض الصحفيون فكرة عرض أخبار غير واضحة ومضللة للجمهور.
- ✓ أغلب الصحفيين يتفقون على حرصهم في تحري الأخبار الصحفية بإنصاف وتوازن وبعيدا كل البعد عن التشويه والتحريف.
- ✓ يرفض صحفيو جريدة النهار الالكترونية بتاتا فكرة التعدي على حقوق الزمالة والتعدي على الآخرين وانتحال آراء غيرهم من أجل كسب الشهرة والنجاح.
- ✓ اتوفر جريدة النهار الالكترونية على مواثيق تنظم أخلاقيات المهنة الإعلامية والصحفية.
- ✓ المواثيق الاخلاقية لجريدة النهار تقيد حرية الصحفيين، ما جعلهم يحرصون على نقل الأخبار بواقعية ومصداقية تامة.
- ✓ جريدة النهار الالكترونية تخضع لرقابة تنظم شروط نشرها وطرحها للأخبار والمواضيع.
- ✓ المواثيق التي تنص عليها جريدة النهار الالكترونية تضمن حقوق الممارسة المهنية.

- ✓ القيمة الاحترافية لجريدة النهار الورقية هي التي تحتضن الصحيفة الالكترونية وتقدم السبق الصحفي على معايير الموضوعية والدقة والمصداقية في العمل الصحفي.
- ✓ تلتزم جريدة النهار بتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية والمهنية العالية وتحترم أخلاقيات العمل الإعلامي.
- ✓ تفرض جريدة النهار الالكترونية على الصحفي تحري الحقيقة والسعي وراء بلوغها ونقل الوقائع بصدق وأمانة بدون تجاهل أو اجتزاء.

استنتاجات عامة:

من خلال تساؤلات الدراسة والتي تعلقت بأخلاقيات مهنة الصحافة في سياق البيئة الرقمية والتي تناولت جريدة النهار الالكترونية كنموذج لها، حيث كانت الدراسة ميدانية على عينة من الصحفيين ومنه نستخلص ما يلي:

- تضبط أخلاقيات المهنة الإعلامية العمل الصحفي للإعلام الجديد.
- يلتزم الإعلامي أخلاقيا في ظل البيئة الجديدة للإعلام والاتصال داخل جريدة النهار الالكترونية.
- توفر جريدة النهار الالكترونية مواثيق أخلاقية للمهنة الإعلامية تخص البيئة الجديدة للإعلام والاتصال.
- هناك ضوابط مهنية تلتزم بها جريدة النهار الالكترونية للعمل الإعلامي في ظل البيئة الاعلامية الجديدة.

توصيات الدراسة:

استنادا لما أسفرت عنه هذه الدراسة من نتائج يمكن تقديم التوصيات التالية:

- أهمية تقديم دراسات أكثر تعمقا وفاعلية تخص الأخلاقيات المهنية للصحافة في الجزائر.
- عمل دراسات مقارنة بين الصحف والجرائد الورقية والالكترونية لتمييز أكثرهم فاعلية ومصداقية والاكثر تأثيرا على الجمهور.

- في ضوء ما توصل إليه الباحثتان من نتائج فإن الدراسة توصي بضرورة تعزيز الجهود البحثية والعلمية حول المهنة الإعلامية في ظل الإعلام الرقمي الجديد خاصة وأن هذه المواقع أصبحت جزءا لا يتجزأ من حياة المواطن.
- ضرورة متابعة كل ما هو جديد في التكنولوجيا المعاصرة للاعلام والاتصال الذي يسمح للصحف الالكترونية بتسهيل عملها.

قائمة المصادر والمراجع:

القرآن الكريم

المعاجم:

الأزهري: تهذيب اللغة 426/15، وابن سيده: المخصص 502/1، وابن منظور: لسان العرب، مادة بوأ 36/1، والفيروزآباذي: القاموس المحيط 43/1، والزبيدي: تاج العروس، باب الهمزة فصل الباء مع الواو 152/1 وما بعدها، والمعجم الوسيط ص75.

أولا المصادر:

1.ابن منظور أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم، (2008)، لسان العرب، الطبعة الأولى، المجلد الثاني، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت.

2.مجمع اللغة العربية بالقاهرة، (2008)، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة.

ثانيا: المراجع العربية:

1. أحمد بدر، (2008)، علوم الإعلام البحث العلمي – المناهج – التطبيقات "، دار قباء الحديثة للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة.

2. أحمد بن مرسلي، (2010)، منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

3. أحمد بن مرسلي، (2013)، الأسس العلمية البحوث الإعلام و الاتصال ، دار الورسم ، الجزائر.

4. جواد عبد الستار، (1999)، فن كتابة الأخبار: عرض شامل للقوالب الصحفية وأساليب التحرير الحديثة، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر، عمان.

5. جورج صدقه، (2009)، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت.

6.حسنية بوشيخ ، (2014)، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة، دراسة حالة، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية ، جملة رؤى استراتيجية، المجلد الثاني ، العدد السادس.

7. حسنين شفيق، الإعلام الإلكتروني، القاهرة، دار الكتب العلمية، ط2، 2006.

8. حسيني محمد نصر، (2014)، نظريات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، ط1، القاهرة، مصر.

9. رضا عبد الواجد أمين، (2007)، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.

10.سامية محمد جابر، (1984)، الاتصال الجماهيري والمجتمع الحديث، دار المعرفة الجماهيرية، الإسكندرية.

11.سعيد سبعون، (2017)، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط2، دار القسبة للنشر، الجزائر.

12.سيف الإسلام سعد عمر، (2009)، الموجز في منهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، دار الفكر، دمشق.

13.عارف محمد، (1997)، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام العربية ، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستراتيجية ، أبو ظبي.

14.عبد الجبار توفيق البياتي، غازي جمال خليفة، (2015)، طرق ومناهج البحث العلمي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.

15.عبد الفتاح، علي كنعان، (2014)، الصحافة الالكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، اليازوري للنشر والتوزيع، عمان الأردن.

16. عبد المحسن حامد أحمد ، (2015)، الإعلام الجديد و عصر التدفق الإخباري، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع ، المنصورة.

17.عبد الواجد أمين، رضا، (2007)، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر.

18.علي عبد الرحمان عواض، (2006)، صحافة الإنترنت في الوطن العربي، الواقع والتحديات، (الشارقة: كلية الاتصالوالدراسات والبحث العلمي.

19.علي معمر عبد المؤمن، (2008)، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية" الأساسيات والتقنيات والأساليب"، منشورات جامعة 7 أكتوبر، الإدارة العامة للمكتبات، مصر.

20.غوشة، زكي راتب، (1983)، أخلاقيات الوظيفة في الادارة العامة، ط1، مطبعة التوفيق، عمان، الاردن.

21.فيصل أبو عيشة، (2014)، الإعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأرد، عمان.

22.الفيصل عبدالعزيز، (2005)، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، عمان : دار الشروق.

23.الفيصل، الأمير، (د س) تحميل الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي النشر الإلكتروني، الشروق للنشر والتوزيع، الأردن.

24.ماهر عودة الشمايلة وآخرون، (2015)، أخلاقيات المهنة الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.

25.محمد شطاح، (2006)، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، الجزائر ، دار الهدى.

26.محمد محمد البادي، (1997)، الإطار التربوي لقضية الأخلاقيات المهنية في وسائل الاتصال الجماهيرية, المجلة المصرية لبحوث الاعلام، جامعة القاهرة العدد الاول.

27.محمود خليل، (1997)، الصحافة الإلكترونية، أسس بناء الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي، دار العربي، القاهرة.

28.مي العبد الله سنو، (1999)، الاتصال في عصر المعلومات الدور والتحديات الجديدة ، الدار الجامعية،بيروت.

29. نادية عشور، وآخرون، (2017)، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية " دليل الطالب في انجاز بحث سوسيولوجي"، مؤسسة حسين رأس الجيل للنشر و التوزيع ، قسنطينة.

المراجع الاجنبية:

1. Djamel Bouadjimi, (2005) nouvelles technologies de l'information et de la communicationt dévoloppement; l'image de l'algérie à la société de l'information ; these de doctorat d'état sciences de l'information et de la communication faculté des sciences polituques et de la l'information; université d'alger; octobre.

الاطروحات والرسائل العلمية:

2.عزالدين بقدوري، (2016-2017)، أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية – دراسة ميدانية على الصحف الصادرة بمدينة وهران، أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال،

تخصص اللغة، الاتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، الجزائر.

3.أسامة محمد خليل الزيناتي، (2014)، دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية – مجمع الشفاء الطبي نموذجا – رسالة ماجستير تخصص قيادة وإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا بالمشاركة مع جامعة الأقصى، فلسطين.

4.محمد حسين أبوعرقوب، (2010)، اتجاهات الصحفيين الأردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي، رسالة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.

5.يوسف عبد الرحيم حسن شبلي، (2010)، ارتباط المستوى الأخلاقي بالتنمية السياسية للأمة العربية، رسالة ماجستير في برنامج التخطيط والتنمية السياسية بكلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية – نابلس، فلسطين.

الملتقيات والمجلات والعلمية:

1. بوخملة فوزية، (2015)، طرق البحث العلمي والتهميش في البيئة الرقمية، ملتقى تمتين أدبيات البحث العلمي، مركز جيل البحث العلمي، 29 /2015/12، قسنطينة.

2. غنية بلعربي، جمال بن خالد، (2019)، أخلاقيات المهنة الإعلامية "رؤية نظرية حول أخلاقيات المهنة لدى الصحفيين"، الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر بعنوان التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، جامعة حمة لخضر – الوادي، الجزائر.

3. حميد بوشوشة، (2015)، أخلاقيات الإعلان الصحفي، مجلة العلوم الإنسانية، عدد خاص: الجزائر، جامعة منتوري قسنطينة.

4. صبيحة بخوش، (2016)، تطور السياسة الإعلامية في الجزائر في ظل التعددية السياسية 1990–2015، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 23: الجزائر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

5. عبد المحسن بدوي محمد أحمد، (2012)، الشرف الصحفي والقيم الأخلاقية، مجلة الأمن والحياة، العدد 362: السعودية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

6. على سلطاني العاتري، (2014)، السياسة الإعلامية من منظور إسلامى، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات، 1 (34): فلسطين، جامعة القدس المفتوحة.

7. محمد عبود مهدي، (2006)، أخلاقيات العمل الصحفى.. المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، العدد3.

8. محمود مزيد، (2005)، اتجاهات شباب الجامعات الليبية نحو الانترنيت ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، العدد1.

9. نواف حازم خالد وخليل إبراهيم محمد، (2001)، الصحافة الإلكترونية ماهيتها والمسؤولية التقصيرية الناتجة عن نشاطها، مجلة الشريعة والقانون العدد 47،أفريل2001.

10.هاني راهب، (1995)، مجلة العربي، العدد، 443، أكتوبر.

11.عبد الرحمن بدوي، (1976)، الأخلاق النظرية، الطبعة الثانية، وكالة المطبوعات، الكويت. حنان بن يحيي علال (2018)، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد (دراسة قانونية في الجزائر)، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، الجزائر، جامعة العربي التبسي تبسة.

12.بثينة مهيرة، (2018)، أخلاقيات الإعلام الجديد: بين الحرية والالتزام في البيئة الإلكترونية، مجلة المعيار، 22 (44): الجزائر، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الأسلامية.

13.حكيمة جعيد، (2018)، مسؤولية الصحفيين المخليين بمواثيق الشرف، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد 19: الجزائر، جامعة قاصدي مرباحورقلة.

14.الخير عزوق، (2011)، الإعلام بين فلسفة القانون وقواعد الأخلاق، مجلة المفكر، العدد 07: الجزائر، جامعة محمد خيضر – بسكرة.

15.زين الدين علي (2016)، الأخلاق والقيم في المعنى والمصطلح والتجربة، مجلة الاستغراب، العدد 4: لبنان، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية.

16.عبد المجيد أحمد، (2006)، أخلاقيات المهنة الصحفية في العراق بعد نيسان 2003 جريدة الزمان – طبعة بغداد نموذجا، مجلة الباحث الإعلامي، 1(2): العراق ، جامعة بغداد.

مواقع الأنترنت:

1. https://www.asip.cerist. dz/en/article .(07/10/2020
2. https://istighrab.iicss.iq/index.php?id=27&sid.(11/10/2020 .
3. http://revue.umc.edu.dz/index.php/h/article/view(02/10/2020 .

4. https://repository.nauss.edu.sa/handle.02/09/2020
5. https://www.iasj.net/iasj/download/f79d8cae4497c745..07/10/2020
6. https://www.asjp.cerist.dz/en/article(.(07/09/2020 .

الإنسان والبيئة من إصدارات المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم بالتعاون مع برنامج الأمم المتحدة للبيئة، القاهرة 1978م، ص203.

الملاحق

جامعة يحيى فارس –المدية–

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة استبيان

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذه الاستمارة للإجابة على ما ورد فيها من أسئلة بجدية وتركيز من أجل المساهمة في إنجاح هذا البحث الذي نحن بصدد إنجازه تحت عنوان: "أخلاقيات مهنة الصحافة في سياق البيئة الرقمية – دراسة مسحية على عينة من صحفي جريدة النهار الإلكترونية"، ولكم جزيل الشكر، علما أن إجابتكم ستبقى سرية و تطبق من أجل غرض علمي بحت.

ملاحظة: يرجى وضع علامة "X" في الإجابة المختارة.

البيانات الشخصية:

الجنس:

- ☐ **ذكر**
- ☐ **أنثى**

السن:

- ☐ **أقل من ٣٠ سنة**
- ☐ **أكثر من ٣٠ سنة**

المستوى العلمي:

- ☐ **متوسط**
- ☐ **ثانوي**
- ☐ **جامعي**

الخبرة المهنية:

- ☐ **أقل من ٥ سنوات**
- ☐ **من ٦ إلى ١٠ سنوات**
- ☐ **أكثر من ١٠ سوات**

المحور الأول: الالتزام بأخلاقيات مهنة الصحافة لدى صحفيي جريدة النهار الالكترونية

١- هل تنشر الاخبار بدقة وواقعية؟

نعم ☐ **لا** ☐

٢- هل تلتزم الحيادية في طرح الأخبار وتجنب الخلط بين الأمور؟

نعم ☐ **لا** ☐

كيف ذلك؟

.....

.....

٣- هل تخضع للاستقلالية في عملك؟

نعم ☐ **لا** ☐

٤- هل تقبل الخضوع لتأثيرات في عملك؟

نعم ☐ **لا** ☐

لماذا؟

.....

.....

٥- هل تتحمل مسؤولية الدقة التامة في أخبارك كاملة؟

نعم ☐ **لا** ☐

٦- هل تستخدم أساليب الاثارة في نقل الأخبار؟

نعم ☐ **لا** ☐

٧- هل عرضت أو تستطيع عرض خبر مضمونه غير واضح لتضليل الجمهور؟

نعم ☐ **لا** ☐

٨- هل تتحرى الخبر بانصاف وتوازان وتتجنب التشويه والتحريف؟

نعم ☐ **لا** ☐

٩- هل تتعدى على حقوق الزمالة في ميدانك للارتقاء والشهرة كسرقة المادة الاعلامية لزميل وانتحال أراء غيرك ونسبها إليك؟

نعم ☐ **لا** ☐

المحور الثاني: مدى توفر جريدة النهار الالكترونية لمواثيق أخلاقيات المهنة الإعلامية

١٠- هل تتوفر جريدة النهار الالكترونية على مواثيق أخلاقيات المهنة الإعلامية؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كانت الاجابة بنعم، فما رأيك فيها؟

.....

.....

١١- هل ترى أن المواثيق الأخلاقية التي تنصها جريدة النهار تقيد حريتك كصحفي في الجريدة؟

نعم ☐ **لا** ☐

١٢- هل تخضع الجريدة إلى رقابة؟

نعم ☐ **لا** ☐

اذا كانت الاجابة بنعم، كيف ذلك؟

.....

.....

١٣- هل تسعى جريدة النهار الالكترونية إلى السيطرة المحكمة في أخبارها من خلال ضبط العمل الصحفي؟

دائما ☐ **غالبا** ☐ **أحيانا** ☐ **نادرا** ☐

١٤- هل ترى أن المواثيق المنصوص عليها من طرف جريدة النهار الالكترونية تضمن حقوق الممارسة المهنية؟

نعم ☐ **لا** ☐

١٥- هل توجد مواد عقابية تنصها الجريدة من أجل ضبط العمل الصحفي الأخلاقي؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كان الجواب بنعم، فما رأيك فيها؟

.....

.....

١٦- هل سبق وأن تعرضت لعقوبات من قبل الجريدة بسبب تنافي العمل ومواثيقها المنصوص عليها؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كان الجواب بنعم، ما ردت فعلك على ذلك؟

.....

.....

المحور الثالث: الالتزامات المهنية لجريدة النهار الالكترونية في العمل الإعلامي

١٧- هل ترى أن المعايير التقنية التي توجِّه عمل الإعلامي، إتقانها يعتبر جزءًا لا يتجزأ من نجاح الصحفي في أدائه لعمله من عدمه؟

نعم ☐ **لا** ☐

١٨- هل ترى أن القيمة الاحترافية لجريدة النهار الورقية هي التي تحتضن الصحيفة الإلكترونية وتقدِّم "السبق الصحفي" على معايير الموضوعية والدقة والمصداقية في العمل الصحفي؟

نعم ☐ **لا** ☐

لماذا؟

.....

.....

١٩- هل ساهمت وسائط الإعلام الجديد في خلق التفاعلية للصحفي العامل في مجال الصحافة الإلكترونية؟

نعم ☐ **لا** ☐

٢٠- هل تلتزم جريدة النهار بتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية والمهنية العالية وتحترم أخلاقيات العمل الإعلامي؟

دائما ☐ **غالبا** ☐ **أحيانا** ☐ **نادرا** ☐

٢١- هل تفرض جريدة النهار الالكترونية على الصحفي تحرِّي الحقيقة والسعي وراء بلوغها، ونقل الوقائع بصدق وأمانة بدون تجاهل، أو اجتزاء؟

نعم ☐ **لا** ☐

٢٢- هل تفرض الجريدة تجنب التحقير، والقدح، والذم بالأفراد أو الجماعات أو المؤسسات والهيئات؟

نعم ☐ **لا** ☐

فهرس الجداول والأشكال

الرقم	الجدول	الصفحة
1	الجدول رقم (1) والشكل رقم (1): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	71
2	الجدول رقم (2) والشكل رقم (2): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	72
3	الجدول رقم (3) والشكل رقم (3): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	73
4	الجدول رقم (4) والشكل رقم (4): يوضّحان توزيع أفراد العينة حسب متغير الأقدمية	74
5	الجدول رقم (5) والشكل رقم (5): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التزامهم بالدقة في نشر الأخبار.	75
6	الجدول رقم (6) والشكل رقم (6): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التزامهم بالحيادية في طرح الأخبار وتجنب الخلط بين الأمور.	76
7	الجدول رقم (7) والشكل رقم (7): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب خضوعهم للاستقلالية في العمل.	77
8	الجدول رقم (8) والشكل رقم (8): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب الخضوع لـاثيرات العمل.	78
9	الجدول رقم (9) والشكل رقم (9): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب تحمل مسؤولية الدقة في نقل الأخبار.	79
10	الجدول رقم (10) والشكل رقم (10): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم لأساليب الإثارة في نقل الأخبار.	80
11	الجدول رقم (11) والشكل رقم (11): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب عرض مضمون مضلل للجمهور.	81
12	الجدول رقم (12) والشكل رقم (12): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب تحري الخبر بإنصاف وتجنب التحريف	82
13	الجدول رقم (13) والشكل رقم (13): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التعدي على حقوق الزمالة	83
14	الجدول رقم (14) والشكل رقم (14): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب مدى توفر الجريدة على مواثيق أخلاقيات المهنة.	84
15	الجدول رقم (15) والشكل رقم (15): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظرهم في المواثيق الأخلاقية للجريدة.	85
16	الجدول رقم (16) والشكل رقم (16): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب خضوع الجريدة إلى الرقابة.	86
17	الجدول رقم (17) والشكل رقم (17): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب سعي جريدة النهار الالكترونية للسيطرة في أخبارها من خلال ضبط العمل الصحفي	87
18	الجدول رقم (18) والشكل رقم (18): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظر الصحفيين حول المواثيق المنصوص عليها في ضمان حقوق الممارسة المهنية	88

19	الجدول رقم (19) والشكل رقم (19): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب المواد العقابية التي تضبط العمل الصحفي الأخلاقي	**89**
20	الجدول رقم (20) والشكل رقم (20): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب إمكانية تعرضهم لعقوبات من قبل الجريدة	**90**
21	الجدول رقم (21) والشكل رقم (21): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظر الصحفيين حول المعايير التقنية التي توجه عمل الإعلامي.	**91**
22	الجدول رقم (22) والشكل رقم (22): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب وجهة نظر الصحفيين حول قيمة جريدة النهار الورقية مقارنة بالالكترونية	**92**
23	الجدول رقم (23) والشكل رقم (23): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة وسائط الإعلام الجديد في خلق التفاعلية للصحفي	**93**
24	الجدول رقم (24) والشكل رقم (24): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب التزام جريدة النهار بتقديم مواد إعلامية تتسم بالحرفية	**94**
25	الجدول رقم (25) والشكل رقم (25): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب حرص جريدة النهار الالكترونية على تحري الحقيقة والسعي وراء بلوغها	**95**
26	الجدول رقم (26) والشكل رقم (26): يوضحان توزيع أفراد العينة حسب تجنب الجريدة للتحقير والقدح ذم الأفراد والجماعات	**96**

فهرس المحتويات

شكر وعرفان .....

إهداء.....

مقدمة.....أ

الإطار المنهجي.....

تمهيد **4**

1- تحديد الإشكالية **5**

2- التساؤلات الفرعية **6**

3- أسباب اختيار الموضوع **6**

4- أهداف الدراسة **7**

5- أهمية الدراسة **7**

6- منهج الدراسة **8**

7- أدوات الدراسة..... **8**

8- مجتمع البحث..... **9**

9- عينة الدراسة..... **9**

10- تحديد المصطلحات..... **10**

11- الدراسات السابقة **14**

الإطار النظري **4**

الفصل الأوّل: أخلاقيات مهنة الصحافة **19**

تمهيد **19**

المبحث الأول: مفاهيم أساسية لأخلاقيات المهنة..... **20**
المطلب الأول: أخلاقيات المهنة الإعلامية **20**
المطلب الثاني: أخلاقيات الإعلام الجديد **22**
المطلب الثالث: مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية **24**
المبحث الثاني:انتهاك الأخلاق الإعلامية، المخاطر والحلول **30**
المطلب الاول: مخاطر انتهاك الأخلاق الإعلامية **30**
المطلب الثاني: الحلول المقترحة لتفادي الانتهاكات وتعزيز الأخلاق الإعلامية..... **32**
خلاصة الفصل..... **35**
الفصل الثاني: مدخل إلى الإعلام الجديد **36**
تمهيد **36**
المبحث الاول: ماهية ومفهوم الإعلام الجديد **36**
المطلب الأول: مفهوم الإعلام الجديد..... **36**
المطلب الثاني: في مسألة توصيف الإعلام بالجدة..... **42**
المبحث الثاني: أنواع الإعلام الجديد..... **45**
المطلب الأول: إعلام جديد بتكنولوجيا قديمة.....46
المطلب الثاني: إعلام جديد بتكنولوجيا جديدة.....46
المطلب الثالث: إعلام جديد بتكنولوجيا مختلطة.....46
خلاصة الفصل..... **48**
الفصل الثالث: ماهية الصحافة الالكترونية **49**
تمهيد **49**

المبحث الأول: الصحافة الالكترونية مفهومها وأنواعها..... **50**
المطلب الأول: مفهوم الصحافة الالكترونية **50**
المطلب الثاني: أنواع الصحف الالكترونية.....51
المطلب الثالث: أنواع الصحف الإلكترونية باعتبار نوع التّقنية المستخدمة في الموقع **52**
المبحث الثاني: سمات الصحافة الإلكترونية وعلاقتها بالصحافة المطبوعة **54**
المطلب الاول: سمات الصحافة الإلكترونية.....56
المطلب الثاني: العلاقة بين الصحافة المطبوعة والصحافةالإلكترونية **54**
المطلب الثالث: خصائص الصحافة الإلكترونية..... **57**
المبحث الثالث: الصحافة الإلكترونية في الجزائر **59**
المطلب الأول: تجربة الصحافة الإلكترونية في الجزائر **61**
المطلب الثاني: خدمات الصحافة الإلكترونية **62**
المطلب الثالث: التحديات التي رفعتها الصحافة الإلكترونية في وجه الصحافة الورقية **63**
المطلب الرابع: بطاقة فنية عن جريدة النهار الورقية والإلكترونية..... **65**
خلاصة الفصل..... **66**
الإطار التطبيقي..... **49**
الفصل الرابع: عرض ومناقشة نتائج الدراسة **70**
تمهيد **70**
مناقشة وتفسير نتائج الدراسة..... **97**
استنتاجات عامة..... **99**
توصيات الدراسة **99**

قائمة المصادر والمراجع **101**

الملاحق **113**

فهرس الجداول والأشكال **120**