

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية - قسنطينة -

قسم: الدعوة وعلوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة

كلية أصول الدين

الرقم التسلسلي

رقم التسجيل

أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية
- دراسة تحليلية وميدانية الشروق أون لاين أنموذجاً -

أطروحة مقدّمة لنيل شهادة الدكتوراه LMD تخصص: صحافة

إشراف الدكتورة:

رقية بوسنان

إعداد الطالبة:

وسام شبيبي

اللجنة المناقشة

الاسم اللقب	الرتبة العلمية	مؤسسة العمل	الصفة
أ.د أبو بكر عواطي	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة	رئيساً
أ.د رقية بوسنان	أستاذ التعليم العالي	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة	مشرفاً ومقرراً
أ.د سمير لعرج	أستاذ التعليم العالي	جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل	عضواً
د. إلياس طلحة	أستاذ محاضر أ	جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة	عضواً
د. ابتسام دراحي	أستاذ محاضر أ	جامعة صالح بوبنيدر - قسنطينة 3	عضواً

العام الجامعي: 1440-1441هـ / 2019-2020م

جامعة الأميرة
عبد القادر للعطوم الإسلامية



جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

شُكْرٌ وَعِرْفَانٌ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، وَالْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ، وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ خَاتَمِ الْأَنْبِيَاءِ
وَالْمُرْسَلِينَ، أَمَّا بَعْدُ:

الشُّكْرُ لِلَّهِ أَوَّلًا، صَاحِبِ الْفَضْلِ وَالْمِنَّةِ وَالْعَطَاءِ، فَيَا رَبَّ لَكَ الْحَمْدُ وَالشُّكْرُ أَنْ وَقَّعْتَنِي لِإِنجَازِ هَذِهِ
الدراسة وإتمامها.

ثمَّ أتقدّمُ بِجَزِيلِ الشُّكْرِ وَالْعِرْفَانِ لِلْأَسْتَاذَةِ الدُّكْتُورَةِ "رقية بوسنان" الَّتِي أَشْرَفَتْ عَلَيَّ لِإِنجَازِ رِسَالَتِي
هَذِهِ مِنَ الْأَلْفِ إِلَى الْيَاءِ، وَلَمْ تَبْخُلْ عَلَيَّ بِكُلِّ مَا لَدَيْهَا مِنْ عِلْمٍ وَصَبْرٍ وَحِكْمَةٍ، فَقَدْ عَلَّمْتَنِي كَيْفَ
أَكُونُ بَاحِثَةً عَنِ الْحَقِيقَةِ دُونَ تَحْيِيزٍ، وَمِنْهَا تَعَلَّمْتُ مَعْنَى الْأَمَانَةِ الْعِلْمِيَّةِ وَالْإِخْلَاصِ فِي الْعَمَلِ وَالسَّعْيِ
إِلَى التَّمْيِيزِ.

كَمَا يَطِيبُ لِي فِي هَذَا الْمَقَامِ التَّقَدُّمُ بِوَافِرِ الشُّكْرِ وَالْإِمْتِنَانِ إِلَى كُلِّ مَنْ سَاعَدَنِي مِنْ قَرِيبٍ أَوْ بَعِيدٍ
فِي إِجْزَاءِ هَذَا الْعَمَلِ، وَأَنَارَ لِي الدَّرَبَ وَلَوْ بِكَلِمَةٍ، بِفِكْرَةٍ، بِنَصِيحَةٍ، أَوْ بِدَعْوَةٍ خَيْرٍ بظَهَرَ الْغَيْبِ حَتَّى
تَرَى هَذِهِ الرَّسَالَةَ النَّوْرَ بِالشَّكْلِ الَّذِي هِيَ عَلَيْهِ الْيَوْمَ بَيْنَ أَيْدِيكُمْ.

جزاكم الله عني كلَّ خير

الباحثة

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

إِهْدَاء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشركك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك

إلى من كان دعاؤها سرّ نجاحي وحنانها بلسم جراحي ... أمي الحبيبة

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار، وأحمل اسمه بكل افتخار ... أبي الغالي

إلى سندي وعزّي بعد والدي ... أخي حمزة

إلى رفيق دربي ونصفي الثاني ... زوجي حسين

إلى من أرى التفاؤل بعينيها والسعادة في ضحكتها ... أختاي سهيلة ومنال

إلى عائلتي الثانية ... عائلة بوالفيسان

إلى الأختين اللتين لم تلدهما أمي ... هادية وإلهام

إليكم وإليكنّ جميعاً وإلى كلّ من سار إلى جانبي في درب الحياة

أهدي ثمرة اجتهادي

ولأني أحبّكم فوق مستوى الكلام ... ابقوا رائعين كما أنتم ... وعليكم السلام

وسام شبيبي - حرم بوالفيسان

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرهان
	إهداء
4	فهرس المحتويات
9	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته	
14	أولاً: موضوع الدراسة
14	1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها
15	1-1- تساؤلات الجزء التحليلي
16	2-1- تساؤلات الجزء الميداني
16	3-1- فرضيات الجزء الميداني
17	2- أهمية الدراسة، أسبابها وأهدافها
17	2-1- أهمية الدراسة
18	2-2- أسباب اختيار الموضوع
19	2-3- أهداف الدراسة
20	3- الدراسات السابقة
20	3-1- دراسات خاصة بأخلاقيات المهنة
35	3-2- دراسات خاصة بالصحافة الإلكترونية
45	3-3- أوجه التشابه والاختلاف
46	3-4- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة
47	4- تحديد المفاهيم
47	4-1- أخلاقيات المهنة
53	4-2- التشريعات الإعلامية
54	4-3- الصحافة الإلكترونية
56	ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة
56	1- نوع الدراسة ومنهجها

57	2- أدوات جمع وتحليل البيانات
58	2-1- أداة تحليل المضمون
67	2-2- أداة الاستمارة
73	3- مجالات الدراسة
73	3-1- المجال الزمني
74	3-2- المجال المكاني
75	4- مجتمع الدراسة وعينتها
75	4-1- مجتمع وعينة الدراسة التحليلية
78	4-2- مجتمع وعينة الدراسة الميدانية
الفصل الثاني: أخلاقيات الممارسة الإعلامية	
81	أولاً: المداخل النظرية والاتجاهات المُفسِّرة لأخلاقيات مهنة الصحافة
81	1- نظريات الصحافة والأخلاقيات
97	2- الاتجاهات البحثية المعنية بتحليل أخلاقيات الممارسة الإعلامية
103	ثانياً: مصادر أخلاقيات الصحافة
103	1- ميثاق الشرف الإعلامي
108	2- القوانين الإعلامية
115	ثالثاً: أخلاقيات الممارسة الإعلامية بين البيئة الإعلامية التقليدية والرقمية
115	1- الرؤى المختلفة حول الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات العمل الإعلامي
120	2- قضايا أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي
132	3- تصور جديد لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الرقمية
137	رابعاً: نظرة تقييمية حول التجربة الجزائرية في أخلاقيات الممارسة الإعلامية
137	1- الدساتير الوطنية
140	2- قانون العقوبات
142	3- قوانين الإعلام الجزائرية
155	4- ميثاق أخلاقيات المهنة

الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية

160	أولاً: الصحافة من المطبوع إلى الإلكتروني
160	1- خلفية تاريخية
162	2- تقنية "التيليتكست" و "الفيديوتكست"
163	3- ميلاد الصحافة الإلكترونية في العالم
165	4- العالم العربي وأولى خطوات الصحافة الإلكترونية
168	ثانياً: تصنيفات وخدمات الصحافة الإلكترونية
168	1- تصنيفات الصحافة الإلكترونية
174	2- خدمات الصحافة الإلكترونية
179	ثالثاً: تصميم وتحرير الصحافة الإلكترونية
179	1- تصميم الصحافة الإلكترونية
180	1-1- مدارس تصميم الصحف الإلكترونية
182	1-2- مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية
186	1-3- تصميم صفحة البداية Home Page
190	2- التحرير في الصحافة الإلكترونية
191	2-1- مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية
193	2-2- قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية
195	2-3- أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية
198	رابعاً: قوانين وتشريعات الصحافة الإلكترونية
199	1- بدايات تقنين الإعلام الإلكتروني في العالم الغربي
200	2- تقنين الإعلام الإلكتروني في العالم العربي
204	3- حقوق وواجبات الصحفي الإلكتروني
206	خامساً: التجربة الجزائرية في مجال الصحافة الإلكترونية
206	1- دخول الانترنت إلى الجزائر
207	2- البنية التحتية للإعلام الإلكتروني في الجزائر
212	3- الصحافة الإلكترونية في الجزائر

212	3-1- عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر
213	3-2- العناوين الأولى للصحف الإلكترونية في الجزائر
216	4- تقنين الانترنت والصحافة الإلكترونية في الجزائر
216	4-1- الإجراءات القانونية المنظمة لشبكة الانترنت في الجزائر
218	4-2- القانون العضوي للإعلام 2012
222	سادساً: معوقات تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر
222	1- قلة مُتصّحي الصحف الإلكترونية في الجزائر، وضعف البنى التحتية للإنترنت.
223	2- نظرة المُشتغلين بالصحافة التقليدية وخاصة القائمين عليها من مُدراء ومُلاك ورؤساء تحرير.
223	3- غياب الإطار القانوني المفصّل والكافي لحماية الصحف الإلكترونية كوسائل، والعاملين فيها.
224	4- هشاشة النظام المصرفي والبنكي في الجزائر، وتأثيراته على الإعلان الإلكترونية والخدمات المدفوعة الممكن توقّرها عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية.
الفصل الرابع: الدراسة التحليلية والميدانية	
227	أولاً: عرض جداول الدراسة التحليلية وتحليلها كميّاً
229	1- تحليل فئات المضمون
229	1-1- فئة القيم
236	1-2- فئة المصادر
240	1-3- فئة الشخصيات
241	1-4- فئة الاتجاه
242	1-5- فئة الوظائف
243	1-6- فئة الهدف

245	2- تحليل فئات الشكل
245	2-1- فئة اللغة
246	2-2- فئة التطبيقات التفاعلية
249	2-3- فئة الأساليب
252	2-4- فئة الوسائط المتعددة
257	ثانياً: عرض جداول الدراسة الميدانية وتحليلها كمياً
257	1- وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية
263	2- الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية
272	3- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية
281	4- تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر
287	5- العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة
374	ثالثاً: النتائج التفصيلية للدراسة ومناقشتها
374	1- النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية ومناقشتها
377	2- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية ومناقشتها
385	3- النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة وفرضياتها
392	خاتمة
394	قائمة المصادر والمراجع
408	قائمة الفهارس
415	الملاحق
439	ملخص الدراسة

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

تسترعي وسائل الإعلام اليوم انتباه كل أطراف المجتمع، بدءاً بالفرد البسيط، وصولاً إلى الباحث والأكاديمي من كافة التوجهات والتخصصات، وذلك نظير التحوّل الجذري في طبيعة عمل هذه الوسائل الإعلامية، والاندماج غير المسبوق الذي جمع كل هذه الوسائل في بوتقة واحدة، حاملاً معه ولادة حقبة جديدة كلياً لها خصوصياتها وقيمها وأخلاقياتها، وأهم ما يميّزها هو دمج المزايا التكنولوجية المتوفرة في عدة وسائل، في وسيلة واحدة باتت حديث الجميع، والقابلة التي تتوجه إليها جميع الشرائح المجتمعية على اختلافها، فتستقي منها المعلومات، وتتواصل من خلالها، وتقوم بكل أنواع النشاطات الاتصالية والتفاعلية، ألا وهي "الانترنت"، لتأتي هذه الوسيلة فتختزل الهدف النهائي لعملية الاتصال وتُحدِث التأثير المطلوب عن طريق شاشة واحدة ومجموعة من الأزرار. وقد عرفت هذه المرحلة الجديدة عدّة تسميات، لعلّ من أبرزها: الموجة الثالثة La troisième vague، مرحلة الاتصال متعدّد الوسائط MultiMedia، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية Interactive...

ومع تصاعد أعداد مُستخدمي الانترنت، وتزايد التواجد الإعلامي على ساحتها، وتنامي الاعتماد عليها كوسيلة إخبارية واتصالية وإعلامية متميّزة؛ إذ يستطيع كلّ مستخدمٍ عبرها الوصول إلى المعلومات التي يريدونها في أقصر وقت وبأقلّ جهد ممكن، وكذا قدرته على الاطلاع على مضامين الوسائل التقليدية من صحفٍ وإذاعة وتلفزيون، فضلاً عن تذبذب مصداقية الصحافة وتراجع ثقة القراء فيها، أين تُثار الشكوك حول التزام الصحافة بالمبادئ والمعايير الأخلاقية، ويُؤخذ على الصحفيين عدم تمسّكهم بقواعد السلوك المهني.

ونظير هذا التحوّل غير المسبوق، بات الأمر وكأنّنا نعيش في بيئتين إعلاميتين مختلفتين، إحداهما تتعاشق وتتواجد فيها وسائل الإعلام التقليدية، وأخرى إلكترونية محضة، لها مصطلحاتها المتفردة وسماتها المميّزة وتقنياتها الجديدة ومنظومتها القيمية والأخلاقية الخاصة بها.

فمصطلحات التفاعلية والمشاركة الإلكترونية والمواطن الإلكتروني والصحفي الإلكتروني والصحافة الإلكترونية، وغيرها من المصطلحات، ما هي إلاّ الوجه المفاهيمي للجدل القائم حول هذا الفضاء السيبراني، إذ يأخذ الوجه الثاني منه جانب الممارسات الإعلامية الميدانية، وما يرافقه من إشكالات تقنية، قانونية وأخلاقية أفرزتها البيئة الإلكترونية، ممّا أجبر الباحثين على إعادة قراءة واقع المشهد الإعلامي اليوم في ظل هذه العوامل.

مقدمة

ودراستنا ما هي إلا إحدى هذه القراءات التي جاءت لتسليط الضوء على الجانب الأخلاقي من ممارسات الصحافة الإلكترونية الجزائرية في ظل التحولات الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والإعلامية التي تعيشها الجزائر اليوم، ويجعل صحافتها الإلكترونية تمثل إحدى التجارب المميّزة والجديرة بالدراسة، في ظل المخاض الإعلامي الذي لازالت "جزائر الصحافة" تعيشه منذ سنوات التسعينات من جهة، والجدل القائم منذ عصور خلت حول أخلاقيات الإعلام. ممّا يجعل هذا الموضوع بمتغيّره موضوعاً مثيراً للجدل بامتياز، وحقلاً خصباً للدراسة والبحث الميداني.

وقد جرّأت الباحثة أطروحتها إلى محاور أساسية بهدف تسهيل إجراءات ومنهجية العمل، من خلال تقديم مفهوم أخلاقيات الممارسة الإعلامية، والحقل المفاهيمي المرتبط به، لاستنباط المؤشرات الخاصة به وفتح الباب من خلالها للربط بين الجانبين: التحليلي والميداني للدراسة، اللذان يهدفان معاً للوقوف على مدى الالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية ممثلة في "الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين"، نظير الشهرة الكبيرة التي تمتلكها هذه الصحيفة بصيغتها الورقية والإلكترونية، ممّا جعلها العينة الأمثل -حسب رأي الباحثة- لإجراء الدراسة عليها، فمن حيث الشقّ التحليلي، سعت الباحثة إلى تحليل المضامين المنشورة على الموقع الإلكتروني للصحيفة خلال سنة كاملة، وإسقاطه على استمارة تحليلية مضبوطة بمجموعة من المؤشرات الخاصة بأخلاقيات الممارسة، من حيث القيم الإعلامية والمصادر والاتجاهات وكذا التطبيقات التفاعلية والوسائط المتعدّدة بهدف المزاجية مع مميزات الفضاء الإلكتروني وخصائصه، أمّا الشقّ الميداني فقد ركّز على "القائم بالاتصال" المتمثّل في الصحفيين العاملين بموقع الشروق أون لاين، بهدف المؤالفة بين التوجهات التي يحملونها للتمكن من إسقاطها والمقارنة مع ما ستُسفر عنه الدراسة التحليلية، بالتالي حاولت الباحثة الربط بين شقّي الدراسة إلى أبعد الحدود.

أمّا من حيث الفصول فقد توزّعت الدراسة على أربعة فصول أساسية تضمّنتها الأطر المفصلية؛ جاء في مُستهلّها الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته، حيث فتحت الباحثة في شقه الأول الباب أمام إشكالية الدراسة بتساؤلاتها وفرضياتها، وكذا أهميتها وأهدافها، والأسباب التي دفعته لطرح هذا الموضوع للدراسة، كما سلّطت الضوء على الدراسات السابقة التي مثّلت التراث النظري الذي اعتمدت عليه الباحثة وانطلقت منه لتأسيس أهم تفصلات الدراسة، علاوة على أهم المفاهيم الموضّحة لجوانب الدراسة. أمّا الشقّ الثاني من الإطار المنهجي فقد خصّصته الباحثة لتوضيح نوع الدراسة ومنهجها، مروراً بأدوات جمع وتحليل البيانات المتمثلة في

مقدمة

أداتي تحليل المضمون والاستمارة مع التركيز على إجراءات الصدق والثبات الخاصة بهما، وكذا مجالات الدراسة، وصولاً إلى مجتمع البحث وعينة الدراسة في شقيها التحليلي والميداني.

الإطار النظري مثل ثاني أهم الدعائم التي قامت عليه الدراسة، إذ قسّمته الباحثة إلى فصلين؛ تمحور أولهما حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية، تعرّضت فيه أساساً إلى المداخل النظرية والاتجاهات المفسّرة لأخلاقيات مهنة الصحافة، ومصادر أخلاقيات الصحافة، لتفتح المجال بعد ذلك للحديث عن أخلاقيات الممارسة الإعلامية بين البيئة الإعلامية التقليدية والرقمية، لتختم الفصل بنظرة تقييمية حول التجربة الجزائرية في أخلاقيات الممارسة الإعلامية.

الفصل النظري الثاني من الدراسة، تمّ تخصيصه للحديث عن الصحافة الإلكترونية، من خلال رصد التطور التاريخي للصحافة من المطبوع إلى الإلكتروني، ثمّ التركيز على عمليتي تحرير وتصميم الصحف الإلكترونية، مروراً بالقوانين والتشريعات التي تحتكم إليها الصحافة الإلكترونية، وصولاً في نهاية هذا الفصل كسابقه إلى التجربة الجزائرية في مجال الصحافة الإلكترونية وكذا المعوقات التي تواجهها.

الدراسة التحليلية والميدانية التي تمثّل الشقّ التطبيقي للبحث أفرزت له الباحثة ثلاثة عناصر أساسية، حُصّص الأول منها لعرض جداول الدراسة المتعلقة بكلّ من فئات المضمون والشكل وتحليلها كميّاً، أمّا الثاني فقد عرض جداول الدراسة الميدانية المنجزة على الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين عبر محاورها الخمسة (وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية، الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية، الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية، تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر والعلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة) وتحليلها كميّاً. فيما تمّ إفراد العنصر الثالث للنتائج التفصيلية للدراسة ومناقشتها، من خلال عرض النتائج التفصيلية لكلّ من الدراستين التحليلية والميدانية وكذا النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة وفرضياتها. كما ذيلنا الدراسة بقائمة للمصادر والمراجع المعتمدة والفهارس، تلتها مجموعة ملاحق تضمّنت الأدوات البحثية المستخدمة، وأخيراً ملخص للدراسة باللغات الثلاث (العربية، الفرنسية والإنجليزية).

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

أولاً: موضوع الدراسة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها

1-1- تساؤلات الجزء التحليلي

1-2- تساؤلات الجزء الميداني

1-3- فرضيات الجزء الميداني

2- أهمية الدراسة، أسبابها وأهدافها

2-1- أهمية الدراسة

2-2- أسباب اختيار الموضوع

2-3- أهداف الدراسة

3- الدراسات السابقة

3-1- دراسات خاصة بأخلاقيات المهنة

3-2- دراسات خاصة بالصحافة الإلكترونية

3-3- أوجه التشابه والاختلاف

3-4- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

4- تحديد المفاهيم

4-1- أخلاقيات المهنة

4-2- التشريعات الإعلامية

4-3- الصحافة الإلكترونية

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها

2- أدوات جمع وتحليل البيانات

2-1- أداة تحليل المضمون

2-2- أداة الاستمارة

3- إجراءات الصدق والثبات لأدوات الدراسة

3-1- إجراءات الصدق والثبات للدراسة التحليلية

3-2- إجراءات الصدق والثبات للدراسة الميدانية

4- مجالات الدراسة

4-1- المجال الزمني

4-2- المجال المكاني

5- مجتمع الدراسة وعينتها

5-1- مجتمع وعينة الدراسة التحليلية

5-2- مجتمع وعينة الدراسة الميدانية

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

أولاً: موضوع الدراسة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفرضياتها

مثّلت انطلاقة الصحافة الإلكترونية ظاهرة إعلامية جديدة، ارتبطت في جوهرها بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأضحى المشهد الإعلامي قاب قوسين أو أدنى من أن يكون مشاعاً، ملكاً للجميع وفي متناول الجميع، وأكثر انتشاراً وسرعة في الوصول إلى أكبر عدد من القراء والمتصفّحين. إثر ذلك، واقتناعاً بأهميتها في عصرنا اليوم، التحقت كافة الصحف والهيئات الإذاعية والتلفزيونية بهذه الموجة، ليصبح الإعلام الإلكتروني في ظرف وجيز عميق التأثير، سواء على صنّاع القرار، أو في تشكيل الرأي العام، ولم يعد الرقيب على محتواه حكومياً أو مؤسساتياً كما كان بالأمس، بل بات الرقيب اليوم هو أخلاقيات العمل الإعلامي.

بات هذا الواقع المليء بالتحوّلات يفرض على الصحافة الإلكترونية وضع قواعد أخلاقية لكل المساهمين فيها، وإقرار مدونات سلوك تشمل كل الأطراف المشاركين في إنتاج مضمونها. فإذا كان الإعلام الإلكتروني يستمد قواعده الأساسية من الأخلاقيات التي تم إنضاجها في حقل الإعلام بمحامله المختلفة؛ حيث كانت تلك القواعد تؤطر العمل الصحفي في مجالات الصحافة المكتوبة والسمعية، والبصرية، فإن حقل الصحافة الإلكترونية بمواصفاته التكنولوجية والتواصلية الجديدة بات يفرض التفكير في منظومة أخلاقيات خاصة به تتفاعل مع التحوّلات المشار إليها، فضلاً عن الحاجة الملحة لتطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد، بالشراكة مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وذلك انسجاماً مع مقوّم التفاعلية الذي يطبع هذه الصناعة.

وتعيش الجزائر هي الأخرى، على غرار باقي الدول قفزة نوعية في مجال الإعلام واستخدامات وسائله، وخاصة الإلكترونية منها، إذ باتت تشكّل الوسائل الإلكترونية مصدراً جديداً للبحث عن المعلومة ونشرها وتبادلها، ممّا بات يُنذر بالتخلّي عن الوسائل التقليدية وعدم الثقة في المحتويات والمعلومات التي تقدّمها، هذا الانتشار المتزايد والاستخدام الواسع جعل الضرورة تلحّ على الاهتمام بالجانب الأخلاقي نظير الانزلاقات التي بدأت في الانتشار، فعمدت المنظومة القانونية الجزائرية من خلال القانون العضوي للإعلام الذي أصدرته في جانفي 2012 إلى تخصيص فصلين للحديث عن الصحافة الإلكترونية وأخلاقيات المهنة، هذان الأخيران لقيتا الكثير من الانتقادات من طرف الأسرة الإعلامية أساسها عدم كفاية المواد القانونية في الإحاطة بهذين الجانبين من الممارسة الإعلامية الجزائرية، هذا ما جعل من الضروري البحث عن البدائل، والانطلاق في التعمق في

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

دراسة الواقع الإعلامي في الجزائر في بُعد الإلكتروني، فبالرغم من أنّ المجتمع الإعلامي بكياناته المتعددة يشهد تحوّلاً جذرياً في طبيعة عمل الوسائل الإعلامية وقيمها وأخلاقياتها، وظهور وسائل إعلامية جديدة، إلا أنّ ثمة دراسات محدودة عنت بالتنظير والتحليل والتقييم لمفردات هذا المجتمع وتحولاته، وطبيعة قيمه الأخلاقية، وواقع الممارسات المهنية والأخلاقية السائدة فيه، من هذا المنطلق جاءت دراستنا للبحث في موضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، التي قد تكون هُمشت في ظل الهوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتلّ الجانب الأكبر من اهتمامات المُنشغلين بالصحافة الإلكترونية، والبحث عن السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية والأخلاقية مما فتح الباب على مصراعيه أمام الخروقات والانتهاكات الأخلاقية.

تأسيساً على ذلك طرحت الباحثة التساؤل الرئيس على النحو الآتي:

ما هو واقع الالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟

وقد تفرّج عن هذا التساؤل مجموعة من التساؤلات الفرعية والفرضيات، جاءت على النحو الآتي:

1-1- تساؤلات الجزء التحليلي

- ما هي القيم الأخلاقية المُكرّسة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هي المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين للتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها؟
- ما الشخصيات البارزة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هو الاتجاه الغالب تجاه المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما الوظائف المُكرّسة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما الأهداف المُحقّقة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- كيف هي اللغة التي تنشر بها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين مضامينها؟
- هل توظف الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على موقعها تطبيقات تفاعلية؟ وكيف تستثمرها في تكريس أخلاقيات المهنة؟
- ما الأساليب التي توظفها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على موقعها؟

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- كيف تستثمر الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين الوسائط المتعددة في تكريس أخلاقيات

المهنة؟

1-2- تساؤلات الجزء الميداني

- هل تختلف وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية عنها في التقليدية؟
- هل يلتزم الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية؟
- ما هو الاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين؟
- ما هي التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر؟

1-3- فرضيات الجزء الميداني، تمت صياغتها على النحو الآتي:

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وأوجه الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والورقية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب القيم الإعلامية التي تركز عليها الصحيفة الإلكترونية عند النشر.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) والاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية.

2- أهمية الدراسة، أسبابها وأهدافها

2-1- أهمية الدراسة

أمام الإشكاليات ذات الطابع المهني التي صبغت الصحافة الإلكترونية، والتي قد تُفقد الإعلام مصداقيته واستقلالته ونزاهته وتفسح المجال أمام الانتهاكات والخروقات، باتت عملية البحث في ضوابط أخلاقيات العمل الصحفي في البيئة الجديدة عموماً والصحافة الإلكترونية خصوصاً ضرورة ملحة يفرضها الواقع المهني لهذا النوع المُستحدث من الإعلام الجديد في العالم والعالم العربي عموماً، والجزائر على وجه الخصوص، ومن هذا المنطلق تظهر الأهمية البالغة لدراستنا، والتي يُمكن إسقاطها على جانبين أساسيين، هما:

أ- الأهمية العلمية:

- الاهتمام بالجانب الأخلاقي في إطار الصحافة الإلكترونية، التي لا تزال تعاني من ضعف التقنين والضبط في المجال الأخلاقي، ما جعلها مسرحاً للعديد من الانتهاكات والتجاوزات الأخلاقية، إذ تمثل الأخلاقيات اليوم مشكلة عالمية في عالم الصحافة ذلك لأن هناك عدداً كبيراً من العاملين في وسائل الإعلام التقليدية وخاصة الإلكترونية لا يراعون الأخلاقيات المهنية السليمة خلال مزاولتهم لأعمالهم لأسباب كثيرة ومتعددة، ويعدّ هذا الوضع خروجاً عن المتعارف عليه في المجتمع من قيم ومعايير ومثل سليمة.

- من جهة أخرى لا تزال تجربة الجزائر في مجال الصحافة الإلكترونية تتسم بالفتوة، ما يجعلها مثار اهتمام العديد من الدارسين والباحثين بهدف محاولة الإحاطة بمختلف جوانب هذا النمط الإعلامي الجديد في المجتمع الجزائري والممارسات المدرجة في إطاره، إضافة إلى نقص التقنين في هذا الجانب بالذات.

- علاوة على ذلك، يعتبر تحليل المضمون من الأدوات البحثية الهامة، نظراً لتمكينه الباحث من التقرب قدر الإمكان من عمق المضمون والتعرف على المعاني الظاهرة والخفية، مما يسمح له بالإحاطة بموضوع الدراسة والتحكّم فيه عن طريق تجزئته إلى فئات دقيقة ومدروسة، تتمّ دراستها عن طريق الوحدات الملائمة، لتصل في النهاية إلى نتائج كميّة مضبوطة تتمّ ترجمتها كميّاً، ليحقق الباحث بذلك التكامل بين الدراسة الكمية والكيفية.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

ب- الأهمية العملية:

- توجه الدراسة نحو جانبيين جوهريين يسمحان بالإحاطة بموضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الفضاء الإلكتروني، من خلال القيام بتحليل مضامين المواقع الإلكترونية للوقوف على الممارسة الفعلية والمنتج الإعلامي في شكله النهائي، بالإضافة إلى التعامل المباشر مع الفاعل الأول ومنتج الرسالة الإعلامية في هذا الفضاء "الصحفي"، والتعرف على مختلف الجوانب المتعلقة بخصوصية العمل الصحفي إلكترونياً وانعكاساته على الجانب الأخلاقي.
- تدعيم المكتبة الإعلامية ببحوث ودراسات متخصصة ودقيقة، تثري هذا الجانب الجديد من العمل الإعلامي في ظل متغيرات العصر الحالي وتحول شبكة الانترنت إلى وسيط لا يمكن الاستغناء عنه.
- الكشف عن مكامن القوة والضعف في الجانب التشريعي للصحافة الإلكترونية في الجزائر ومساعدة المشرع الجزائري في سنّ القوانين الملائمة والمناسبة لاحتياجات كل من الصحفيين العاملين في هذا المجال وكذا الجماهير المتلقية.

2-2- أسباب اختيار الموضوع

- لكلّ باحث حوافز وأسباب تدفعه لاختيار موضوع دون آخر لدراسته، والباحثة بدورها لم تشدّ عن هذه القاعدة، وقد أجملت أسبابها في النقاط الآتية:
- تحوّل الإعلام الجديد إلى أحد أهم المواضيع التي تأخذ حيزاً كبيراً من البحوث الإعلامية، إذ تتوجه إليه كل الدراسات الحديثة نظير الإشكالات الكبيرة التي يطرحها.
- نجاح وسائل الإعلام الإلكترونية في استقطاب عدد كبير من جمهور وسائل الإعلام التقليدية، حيث زادت نسبة اعتماده عليها (وسائل الإعلام الإلكترونية)، إلا أنّ هذا التحوّل لم يُصاحبه تحليل وتقييم للأخلاقيات الإعلامية المعتمدة في هذه الوسائل، سواء فيما يتعلق بحقوقها أو واجباتها، أو مسؤولياتها أو مبادئها الأخلاقية.
- جمع الموضوع بين عدّة تخصصات إعلامية، منها قوانين وتشريعات وأخلاقيات الإعلام، وتكنولوجيا الاتصال والانترنت، بالتالي حاولنا استخلاص تأثير هذا التداخل على أخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية.

2-3- أهداف الدراسة

تهدف دراستنا أساساً إلى طرح رؤية جديدة لأخلاقيات الصحافة الإلكترونية في الجزائر، ترقى -مهنيًا، قانونيًا ومدنيًا- إلى إيجاد معايير مُحدّدة في البيئة الإعلامية الإلكترونية الجزائرية، يُمكن من خلالها تقييم مدى احترام المضامين الإعلامية المنشورة إلكترونيًا لأخلاقيات المهنة، ممّا يُساعد على الرقي بالقيمة الاحترافية للمؤسسات الإعلامية الجزائرية العاملة في هذا المجال، وتنضوي تحت هذا الهدف العام مجموعة من الأهداف الفرعية، يُمكن إجمالها في الآتي:

- تطوير المعايير المهنية والأخلاقية التي يمكن أن تحكم الصحافة الإلكترونية على نحو يجعل هذا الوسيط الصحفي أكثر مصداقية وفاعلية.
- توصيف بيئة مهنية وأخلاقية مُحفّزة لتطوير الصحافة الإلكترونية.
- رصد وتحليل وتفسير ضوابط وأخلاقيات الممارسة الإعلامية في ضوء النظريات المعيارية، ومدى تطبيق قانون الإعلام من جهة وفاعلية أدوات التنظيم الذاتي للمهنة من جهة أخرى.
- التعرّف على مدى إدراك الصحفيين العاملين بالصحف الإلكترونية لمسؤولياتهم الأخلاقية والقانونية.
- الكشف عن العوامل المؤثرة على صنع القرار الإعلامي داخل المؤسسة عندما يتعلق الأمر بالتشريعات الصحفية أو أخلاقيات المهنة.
- تقديم مقترحات تعين المُشرّع والمؤسسات الصحفية خاصة العاملة في الشقّ الإلكتروني على تحسين تدخلها في مسألة مدى الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية، وتساهم في تقديم تصوّر يحسم الجدل بشأن ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي من الممارسات الصحفية.

3- الدراسات السابقة

إنّ خطوة البحث وجمع والاطلاع على الدراسات السابقة تُعدّ المرحلة الأولى والأساسية في القيام بأي بحث علمي، ذلك أنّ العلم تراكمي، ولا يمكن الخوض في دراسة جديدة دون البحث عمّا توصل إليه العلم في هذا المجال، وذلك لسببين جوهريين، أولهما تجنّب تكرار البحوث والدراسات، وثانيهما التأسيس والبناء الجيد للدراسة من خلال اختيار زاوية دراسة جديدة توقف عندها البحث سابقاً بهدف مواصلة سيرورة البحث العلمي، وتقديم كلّ ما هو جديد ومفيد.

وقد راجعت الباحثة مجموعة من الدّوريات العلمية والبحوث والدراسات التي عالجت موضوعات ذات علاقة بالمحاور الرئيسية لعنوان دراستها، بهدف الوقوف على التراث العلمي لهذه المحاور والاستفادة من منهجيتها وأدواتها والنتائج التي توصلت إليها، ثم قامت برصد الدراسات الأكثر قرباً من عنوان الدراسة الحالية، وقسمتها إلى محورين أساسيين؛ أولهما دراسات خاصة بأخلاقيات المهنة الإعلامية كونها الشقّ الأهم من دراستنا، وثانيها الدراسات الخاصة بالصحافة الإلكترونية؛ وذلك نظير حاجة الدراسة الكبيرة إلى أساس نظري تستند عليه للمزاوجة بين الخصائص والسّمات التي تميّز الصحافة الإلكترونية عن باقي الوسائل الإعلامية، بهدف العمل على ربطها بالجانب الأخلاقي، والمؤشرات الواجب توفرها في هذا الإطار.

وقد تمّ بالأساس الاعتماد على دراسات وبحوث مرحلة الدكتوراه، إضافة إلى بعض دراسات الماجستير؛ كونها دراسات ذات نوعية وجودة في معالجة القضايا المطروحة، كما لم تتمكن الباحثة من إيجاد مذكرات دكتوراه ذات نفس العنوان أو زاوية المعالجة.

3-1- دراسات خاصة بأخلاقيات المهنة

وقد تمّ تصنيف الدراسات حسب المنشأ إلى دراسات أجنبية، ثم عربية وصولاً إلى الدراسات الجزائرية، وداخل كلّ تصنيف تمّ ترتيبها حسب التسلسل الزمني، من الدراسات الأولى -الأقدم- إلى أحدث الدراسات، وهذا بهدف الوقوف على تطور مواضيع وزوايا البحث المتعلقة بكلّ جانب من جوانب دراستنا.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

أ- دراسات أجنبية

- الدراسة الأولى بعنوان "الأخلاق والمصداقية في الصحافة الالكترونية"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة الكمية حول التعرف على الأخلاقيات كالمصداقية في الصحافة الالكترونية، لما أوجده الانترنت من سرعة في النشر وتفاعلية من مشاكل تتعلق بأخلاقيات المهنة تجسدت في انتهاك الخصوصية وعدم الدقة.

توصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان أبرزها:

- بينت الدراسة أنّ ظهور أشكال جديدة من الصحافة يتطلب اتباع نهج جديد للأخلاق مع المحافظة على الضوابط والقواعد السائدة.

- أظهرت الدراسة أنّ الصحافة الالكترونية تواجه مشاكل اجتماعية وقانونية كبيرة.

- دعت الدراسة إلى نهج عالمي من خلال الاتفاق على مجموعة من القيم المشتركة لعمل الصحافة الالكترونية.

- الدراسة الثانية لـ **Johnson & Kaye** بعنوان "مصداقية الويب: مسار النموذج لفحص الطريقة

التي تتنبأ بها الملاءمة والثقة بمصداقية الأخبار المنشورة على الشبكة"².

تمحورت إشكالية الدراسة حول بحث مصداقية الويب؛ وهي الدرجة التي يحكم بها الناس على المعلومات الإلكترونية إن كانت تتمتع بالمصداقية، وذلك أثناء الحملة الانتخابية الرئاسية لعام 2000.

وظّفت الدراسة نموذجاً للتحليل لدراسة ما إذا كان الاعتماد على الويب، والاعتماد على المصادر التقليدية وملاءمة الويب أو المتغيرات السياسية والديموغرافية تتنبأ بمصداقية وسائل الإعلام الإلكتروني.

توصّلت الدراسة إلى النتائج الآتية:

- ذهب أكبر نسبة من المستجوبين إلى أنّ وسائل الإعلام الإلكترونية تتمتع بمصداقية أعلى في

الانتخابات الرئاسية عام 2000 مقارنة بالحملة الانتخابية الرئاسية لعام 1996.

¹ Osbory Bradley, **Ethics and Credibility in Online Journalism**, United States : Tennessee, The University Memphis, 2001.

² Johnson, T. J. and Kaye, B. K. "Webelivability: A Path Model Examining How Convenience and Reliance Predict Online Credibility". *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 79, No.3, 2002, pp. 619-642.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- أثبت الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية بأنه المؤشر الأفضل للمصداقية على شبكة الانترنت يعقبه الثقة السياسية الملائمة.

- الدراسة الثالثة بعنوان: " أخلاقيات وواجبات الصحفيين في الصحافة الالكترونية أو الانترنت لا تفصلان"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التعرف على أخلاقيات وواجبات الصحفيين على الانترنت وفي الصحافة الإلكترونية نظراً لأهمية العمل الصحفي الذي يحتاج إلى تركيز وحرية أكبر مع ظهور الصحافة الإلكترونية. وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية، إذ تناولت بالتحليل أدوات التنظيم الذاتي في عصر الانترنت وأنه أصبح يتوجب إعادة تعريف أخلاقيات المهنة ودورها والمسؤولية الاجتماعية المُلقاة على عاتق الصحفي.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، كان أبرزها:

- منح المشرع في بلدان مختلفة نوعاً من "التمييز" للصحافة في الحالات التي تكون فيها حرية الصحافة في خطر، والمحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان تعمل بشكل واضح على حماية أكثر صرامة بالنسبة للصحفيين. - ضرورة أن نضع في اعتبارنا أنّ الشرعية الأخلاقية من أي مدونة لقواعد السلوك تعتمد على مدى معرفة الممارسين بالقواعد الأخلاقية التي لا يمكن فرضها "من فوق"، وبالنظر إلى عدم التزام العديد من المدونين، الذين يعتبرون السلوك الأخلاقي كخيار شخصي بدلاً من المسؤولية الاجتماعية، يمكن للمرء أن يتساءل إن كان وضع مدونة أخلاقية للصحفيين غير المحترفين مُمكننا.

- الدراسة الرابعة لكلّ من "خيسوس دياس كامبو" و"فرانيسيسكو سيكادو" بعنوان: "أخلاقيات الصحافة في بيئة رقمية: كيف تكيفت المدونات الأخلاقية الصحفية مع الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في البلدان حول العالم"².

¹ Werkers, E. Valcke, P. Paulussen, S. Geens D. and Vandenbrande, K. **Ethics and rights for online journalists: inseparable and obligatory?**, UK, Luton: International Journalism Conference, Centre for International Media Analysis, 2008.

² Jesús Díaz-Campo & Francisco Segado-Boj, **Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world**, *Telematics and Informatics*, 32 (4), unir université internationale de la rioja, espagnol , 2015 , p 735-744.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

تمحورت إشكالية الدراسة حول طريقة تكثيف المدونات الأخلاقية الصحفية مع الواقع الإعلامي الرقمي الجديد، واستخدم الباحث في هذه الدراسة التحليل المنهجي لـ 99 مدونة أخلاقية صحفية من مختلف أنحاء العالم، ليتمكّن من خلال هذا التحليل من تحديد تلك التي تضمّنت الحديث عن الأخلاقيات في إطار العالم الرقمي.

توصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، نُجمَلها في الآتي:

- فقط 9 من بين 99 ميثاق أخلاقيات الصحافة تم تحليلها وتتضمّن إحالات إلى الانترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- كلّ الموائيق التي تحتوي على إحالات إلى الانترنت تمّ تحديثها خلال العشرين سنة الأخيرة.
- الموائيق التي تحتوي على أكبر قدر من الإحالات إلى الانترنت وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، هي موائيق: كندا والمملكة المتحدة والترويج.

ب- دراسات عربية

- الدراسة الأولى لـ "نجيت السيد" المُعنونة بـ "أخلاقيات العمل الإعلامي بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول غموض واقع حالة منظومة القيم الأخلاقية السائدة في البيئة الإلكترونية، وصعوبة تحديد مدى اتفاقها أو اختلافها مع القيم الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية، فضلاً عن طرح البيئة الإعلامية الجديدة لتساؤلات ذات طابع أخلاقي لا تزال بحاجة لأجوبة، وذلك في ظل قصور واضح في تحديد خريطة النقاش المُتعلّقة بالجوانب الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية الجديدة، وبأهم المبادئ الأخلاقية التي يجب النصّ عليها في موائيق الشرف الإعلامية الخاصة بهذه البيئة وبالقضايا التي تحتاج لمزيد من الاهتمام. وقد هدفت لتسليط الضوء على مدى الاختلاف أو الاتفاق بين مصفوفة أخلاقيات الإعلام السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية عن نظيرتها في البيئة الإعلامية الإلكترونية.

تنتمي هذه الدراسة لفئة البحوث المسحية والوصفية، حيث تسعى لإجراء تحليل كفي لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية الجديدة. وتعتمد هذه الدراسة على المنهج المسحي والوصفي لتحليل

¹ نجيت السيد، أخلاقيات العمل الإعلامي بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، دراسة منشورة في كتاب: أخلاقيات العمل الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات، 2011، ص 95-191.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

أبعاد وقضايا العمل الإعلامي ذات الطابع الأخلاقي في البيئة الإعلامية الجديدة، وكذا المنهج المقارن لمقارنة سمات وخصائص القيم الأخلاقية في كلٍّ من البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية، مع استخدام أداة التحليل الثانوي لإعادة قراءة وتحليل الدراسات والمواثيق الأخلاقية المتعلقة بموضوع البحث.

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، نجلها في الآتي:

- اختلاف الرؤى إزاء الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات العمل الإعلامي؛ فثمة من يرى أنّ البيئة الإعلامية الإلكترونية تطرح منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية يجب صياغتها بشكل يساعد الإعلاميين على الالتزام بها أثناء أدائهم لمهنتهم، في حين هناك من يرى عدم وجود حاجة لسنّ مواثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالبيئة الإلكترونية، نظراً لكونها بيئة متقلّبة ومتغيرة ومتجدّدة بسرعة كبيرة، ولكون التقاليد والأخلاقيات السائدة في البيئة التقليدية لا تزال صالحة للتطبيق في إطار البيئة الإلكترونية.

- غياب القوانين التي تنظّم حقوق الإعلاميين في البيئة الإلكترونية، وتراجع الاهتمام بصياغة تشريعات ومواثيق تنصّ على حقوقهم، وهو ما قد يرجع إلى عدة أسباب، من بينها غياب الجمعيات والاتحادات والنقابات التي تهتم بذلك، حداثة العمل الإعلامي في هذه البيئة، عدم احتشاد القوى الإعلامية للمطالبة بقوانين و ضمانات تحمي حقوق الإعلاميين وقلة القيود المفروضة على العمل الإعلامي ...

- غياب الضوابط الأخلاقية التي تنظم العمل الإعلاني على المواقع الإعلامية الإلكترونية من جهة، وعدم وضوح الصورة أمام العاملين في البيئة الإلكترونية عن سُبل وطرق التعامل مع المادة الإعلانية، وصعوبة التمييز بين المحتوى الإعلاني والتحريري، وإلى عدم التزام الكثير من المواقع الإخبارية بالفصل بين التحرير والإعلان.

- أصبح حقّ الردّ والتصحيح في البيئة الإلكترونية يتخذ أشكالاً جديدة بفعل التطور التكنولوجي، بعضها إيجابي وبعضها سلبي؛ فمن بين الإيجابيات زيادة فرص نشر الردود بحكم لا محدودية المساحة المتوفرة على الانترنت، وإمكانية نشر الردود بشكل فوري، أما من بين السلبيات فإنّ طبيعة البيئة الإعلامية الإلكترونية وما تتميز به من حداثة وسرعة وقلة المرجعية المهنية، وقلة المراجعة التحريرية للمادة، كل ذلك وغيره، يؤدي إلى حدوث الكثير من الأخطاء التي تحتاج لتصحيح، كما أنّ التفاعلية التي توفرها هذه البيئة قد تزيد من حدّة الخلاف والجدل، وهو ما يزيد من كمّ الأعباء المُلقاة على عاتق العاملين في هذه البيئة سواء لتصحيح جوانب خاصة بالمضمون أو بالشكل.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- أفرزت البيئة الإعلامية الإلكترونية ظواهر أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي لم تشهدها البيئة الإعلامية التقليدية من قبل، من بينها قضية الروابط التشعبية، والمدونات الشخصية الإلكترونية والميتا تاجز، وقواعد البيانات الإلكترونية والتصوير الرقمي، والتعدي الرقمي على حقوق الآخرين الفكرية وغيرها.

- الدراسة الثانية لـ "شريف درويش اللبان" بعنوان "الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول بحث الضوابط المهنية للإعلام الجديد، التي لا يمكن التغافل فيها عن المعايير التقنية التي أصبح إتقانها جانباً من المهنية الإعلامية في العصر الجديد، كما أن هذه المعايير أصبح لها في الإعلام الجديد تحليلات مضمونية توضح صحة المعلومات وصدقيتها والثقة بها من خلال الروابط والنص الفائق والوسائط المتعددة.. وغيرها، كما تبحث الدراسة المعايير المهنية المتمثلة في الصدق والدقة والموضوعية أيضاً، ولاسيما في ظل انتشار الشائعات في أدوات الإعلام الجديد، وعدم التحقق من صدقية الخبر، حيث يتم تقديم السبق الصحفي على معيار الدقة الصحفية.

وقد اعتمدت الدراسة منهج المسح Survey Method منهجاً لها، وذلك من خلال مسح الممارسات التقنية للعاملين في الإعلام الجديد من جهة، ومسح الممارسات المهنية لاستخلاص أهم الأسس المهنية التي يجب أن يقوم عليها الإعلام الجديد من جهة أخرى، كما تم توظيف هذا المنهج لمسح الجوانب الأخلاقية للإعلام الجديد المتمثلة في ميثاق الشرف الإعلامية، ومسح القوانين والتشريعات التي يمكن أن تمثل إطاراً قانونياً للإعلام الجديد.

وقد استعانت الدراسة بأداتين مهمتين لجمع المعلومات، تتمثل أولاهما في أداة التحليل من المستوى الثاني لتحليل كل ما وقع بين يدي الباحث أو معظمه لاستخلاص الضوابط المهنية الحاكمة لهذا النوع من الإعلام، وتتمثل ثانيتهما في أداة تحليل الوثائق Document Analysis لتحليل بعض ميثاق الشرف الإعلامي والتشريعات أو القوانين أو حتى المحاولات التشريعية التي تحاول أن تُؤطر البيئة القانونية الحاكمة للإعلام الجديد.

¹ شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 7، يوليو 2014، ص 96-135.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

توصل الباحث إلى عدد من النتائج المهمة قام باستعراضها في مبحثين:

1. الضوابط المهنية للإعلام الجديد، والتي تمثلت في:

- الضوابط والمعايير التقنية للإعلام الجديد، كمهارات التحرير الإلكتروني، مهارات توظيف الروابط التشعبية في الكتابة الرقمية، مهارات كتابة الأخبار على الانترنت، مهارات البحث في شبكة الانترنت، مهارات استخدام الوسائط المتعددة.

- الممارسات المهنية للإعلام الجديد: الإيجابيات والسلبيات.

فيما يخص الإيجابيات، فقد حصرها في فتح المجال أمام الرأي والرأي الآخر، فسح المجال للجمهور ليقول كلمته، ممارسة الإعلام البديل دون حارس بوابة، وكذا وضع وترتيب الأجندة التي تقرّر أولوية الأخبار التي تُنشر، الاستقلالية والتحرر من أيّ ضغوطات إعلانية أو انتماءات تنظيمية أو مؤسسية مما يصبغ الأخبار المنشورة من خلال هذه الوسائل بأكثر مصداقية وموضوعية لدى قطاع عريض من الجمهور في المجتمع.

أما الجوانب السلبية، فقد ربطها بافتقار هذا الإعلام الجديد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل وخاصة المصداقية والموضوعية، ظهور مصالح تجارية خبيثة وعمليات إجرامية إضافة إلى التدوين المزيف؛ كل هذا بسبب نقص الرقابة على هذه الوسيلة، الافتقار إلى السند التشريعي.

2. الضوابط الأخلاقية للإعلام الجديد، وقد ركّز فيها على:

- واجبات الإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة، من خلال طرح مجموعة من الواجبات الجديدة، دون نسيان الواجبات الأساسية التي بدأت في البيئة التقليدية ولا تزال قائمة رغم اختلاف البيئات.

- تطبيق قانون العقوبات على الإعلام الجديد، وما توصلت إليه الدول في هذا الإطار، من المحاولات المختلفة لسنّ قوانين خاصة، ومن البعض الآخر الذي حاول تكييف وتطبيق القوانين السائدة على البيئة الجديدة.

- الحاجة إلى إصدار تشريعات جديدة للإعلام الجديد نظير تغيّر البيئة واختلاف متطلباتها.

- موثيق الشرف الإعلامية (الأخلاقية) في البيئة الإلكترونية، التي باتت ضرورة نظير العديد من المظاهر التي تمّ رصدها في الإعلام الإلكترونية؛ كالشكّ في مصداقيته ومجهولية مصادر الأخبار والتعليقات المنشورة بها.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- الدراسة الثالثة لـ "حسن دوحان" المعنونة بـ "العلاقة بين أخلاقيات النشر الصحفي والسياسات التحريرية في الصحف الإلكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية، وعلى القائم بالاتصال"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول هدف رئيسي وهو رصد وتحليل وتفسير "أخلاقيات وضوابط النشر الصحفي وعلاقتها بالسياسات التحريرية في الصحف الإلكترونية الفلسطينية"، في ضوء المسؤولية الاجتماعية لدى الصحفيين، ومدى تطبيق قانون النشر والمطبوعات من قبل الأطراف الحاكمة الضفة الغربية (فتح)، وقطاع غزة (حماس).

ويهدف الإحاطة بجوانب الموضوع، أجرى الباحث دراسة تحليلية وأخرى ميدانية؛ إذ توجهت الدراسة الميدانية إلى القائمين بالاتصال في مجموعة من الصحف الإلكترونية الفلسطينية التابعة لحركتي فتح وحماس، وركزت الدراسة التحليلية على مضامين هذه الصحف، على غرار: العهد، صوت فتح، دنيا الوطن، فلسطين الآن، المركز الفلسطيني للإعلام، الاتجاه الديمقراطي، أخبار فلسطين.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، نحاول إجمالها فيما يلي:

- لعب الانقسام الفلسطيني دوراً أساسياً ورئيسياً في ارتفاع عدد الانتهاكات لأخلاقيات المهنة في صحف الدراسة التابعة لحركتي فتح وحماس.

- معظم الانتهاكات التي تتعلق بالقذف والتشهير والآداب العامة والذوق العام تركزت في خدمة التعليقات، لذلك وجدت مرتفعة في الصحف الإلكترونية التي تتيح خدمة التعليقات.

- اتفقت الدراسات التحليلية والميدانية بأن الانتهاكات في الأخلاقيات المرتبطة بمسؤولية الصحفيين نحو مصادر المعلومات تُشكل ظاهرة في صحف الدراسة الإلكترونية لعدّة أسباب، منها قلة عدد العاملين في تلك الصحف، وقلة العائد المادي الذي يتقاضاه العاملون.

- اختلفت الدراسات التحليلية والميدانية، بين الرؤية النظرية للقائمين بالاتصال والممارسة الفعلية في صحف الدراسة فيما يتعلق بمبادئ الأخلاقيات المرتبطة بمسؤولية وسائل الإعلام نحو المواطنين؛ إذ جاء انتهاك مبدأ احترام الكرامة الإنسانية للفرد (عدم السب والقذف) في مقدّمة المبادئ التي يتم انتهاكها، في حين احتلّ

¹ حسن دوحان، "العلاقة بين أخلاقيات النشر الصحفي والسياسات التحريرية في الصحف الإلكترونية الفلسطينية" دراسة تحليلية، وعلى القائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2015م.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

هذا المبدأ -الابتعاد عن السبّ والقذف والتشهير- المرتبة الأولى من بين المعايير والضوابط الأخلاقية التي يُفضّل العاملون في الصحف الإلكترونية الفلسطينية الالتزام بها في عملية النشر الصحفي.

- الدراسة الرابعة لـ "حاتم علي مصطفى العسولي" بعنوان "المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية - دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول السؤال الرئيس الآتي: ما واقع المعايير المهنية والأخلاقية في الصحافة الإلكترونية الفلسطينية؟ إذ جاءت كمحاولة للوقوف على أثر غياب المعايير المهنية والأخلاقية، والضوابط التشريعية والقانونية التي تحكم الأداء العام للصحافة الإلكترونية الفلسطينية بمختلف تصنيفاتها، خصوصاً في ظل عدم وجود أي مواد أو قوانين تنظم عمل الصحافة الإلكترونية واعلام الإنترنت، الآخذ في النمو والانتشار. استخدم الباحث منهج المسح الوصفي والمنهج التحليلي، إضافة إلى المنهج المقارن الذي يعتمد على المقارنة في دراسة الظاهرة، ولتطبيق هذه المناهج لجأ إلى استخدام أسلوب تحليل المضمون وصحيفة الاستقصاء كأدوات أساسية لجمع البيانات، إضافة إلى الملاحظة والمقابلة المُقنّنة وغير المُقنّنة. وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج لعلّ أهمّها:

- الصحافة الإلكترونية الفلسطينية تراعي أحياناً المعايير المهنية والأخلاقية في النشر الإلكتروني، بسبب تأثير التوجهات السياسية والعقائدية والفكرية.

- عدم إقرار ضوابط وتشريعات قانونية يشجع على عدم مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية في النشر الإلكتروني.

- إن المسؤولية الاجتماعية والضوابط التشريعية تقيد القائم بالاتصال للالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية.

- توفير حماية قانونية للمحتوى الإعلامي الفلسطيني من الانتهاكات والقرصنة التي يتعرض لها يزيد من درجة فاعليته بدرجة كبيرة.

- توسيع نطاق التغطية الإعلامية والالتزام بالمصداقية والمهنية يسهم في زيادة متابعة وفاعلية الصحافة الإلكترونية الفلسطينية.

¹ حاتم علي مصطفى العسولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية - دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز، أطروحة دكتوراه في علوم الاتصال، قسم الصحافة والتّشّير، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان، السودان، 2017.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- من العوامل المؤثرة في تطوير الأداء الصحفي: الالتزام بميثاق شرف المهنة، زيادة الاهتمام بالتدريب المهني المتخصص.

- الدراسة الخامسة لـ "المعز بن سعود" تحت عنوان "أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول البحث في الضوابط المهنية للإعلام الجديد، التي قد تكون هُمشت في ظل الهوس بالمعايير التقنية التي أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتمامات المشتغلين بالصحافة الإلكترونية العربية، والبحث عن السبق الصحفي على حساب المعايير المهنية مما فسح المجال واسعاً أمام الشائعات، فهي بذلك تهدف أساساً إلى طرح رؤية جديدة لأخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية ترقى -مهنيًا، وقانونيًا، ومدنيًا- إلى إيجاد معايير محددة في البيئة العربية الإلكترونية، يمكن من خلالها تقييم مدى احترام المضامين الإعلامية المنشورة رقمياً وإلكترونياً لأخلاقيات المهنة، مما يساعد على الرقي بالقيمة الاحترافية للمؤسسات الإعلامية العربية العاملة في هذا المجال.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الكيفية، إذ تقوم على الاستقراء والتحليل للوائح وموثيق شرف عدة دول، بالإضافة إلى استقراء الواقع، بهدف المقارنة بين ما هو نظري، وبين الممارسات على أرض الواقع. خلُصت هذه الدراسة إلى أن الإعلام الإلكتروني يجب أن يستمد قواعده الأساسية من الأخلاقيات التي تم إنضاجها في حقل الإعلام التقليدي بمحامله المختلفة المكتوبة والمسموعة، والمرئية. كما أن حقل الصحافة الإلكترونية بمواصفاته التكنولوجية والتواصلية الجديدة بات يفرض التفكير في منظومة أخلاقيات خاصة به تتفاعل مع التحولات الحالية، فضلاً عن الحاجة الملحة لتطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد، بمشاركة مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، وكذلك شركات التكنولوجيا العملاقة، وذلك انسجاماً مع مفهوم التفاعلية الذي يطبع هذه الصناعة.

¹ المعز بن سعود، "أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية"، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 7 فيفري 2019.

ت - دراسات جزائرية

- الدراسة الأولى لـ "عبد الجليل حسناوي" بعنوان "أخلاقيات المهنة في القنوات التلفزيونية

الخاصة بالجزائر - دراسة وصفية تحليلية من خلال عينة من صحفيي وجمهور قناة النهار TV"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التعرّف على مدى التزام صحفيي قناة النهار بأخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية، وذلك من خلال طرح التساؤل: ما هو واقع أخلاقيات المهنة من خلال الممارسة الإعلامية لقناة النهار؟

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات المسحية، من خلال مسح كلّ النصوص والتشريعات والأدبيات المتعلقة بموضوع أخلاقيات المهنة في العالم وفي الجزائر، أمّا ميدانياً فقد تمّ جمع البيانات والمعلومات عن طريق الاستمارة والمقابلات الشخصية.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، نجلها في الآتي:

1. النتائج الخاصة بالصحفيين

- تؤثر الوضعية الاجتماعية للصحفي بشكل أو بآخر على الممارسة الإعلامية
- فتح مجال السمع البصري في الجزائر قد جاء استجابة لضغوطات داخلية وخارجية، وهذا ربّما ما قد يُفسّر الفوضى والتجاوزات التي وقعت بعد فتح القطاع.
- غياب إطار قانوني فعّال وواضح هو السبب الرئيسي لوقوع التجاوزات غير الأخلاقية.
- أهم حقّ يجب أن يتمّتع به الصحفيون هو تكوين دوري يضمن لهم تحديد معارفهم بصفة دورية، وبالتالي يرى صحفيو قناة النهار أنّهم بحاجة إلى تكوين يجعلهم بمنأى عن الوقوع في التجاوزات.
- الصدق والدقة والموضوعية هو أهم ما تسعى القناة للالتزام به، ثمّ احترام الحياة الخاصة.
- المحافظة على سمعة المؤسسة هي أهم عامل يجعل الصحفيين يلتزمون بأخلاقيات المهنة.
- القانون العضوي للإعلام غير قادر على تغطية كل جوانب العملية الإعلامية والجوانب المؤثرة والمتعلّقة بها، كما أنّه مبهم لاحتوائه على عبارات فضفاضة وقابل للتأويلات والقراءات المختلفة.
- المصالح المادية والشخصية هي أكبر عامل مؤثر في أخلاقيات المهنة وهذا ما يُفسّر عدم وعي أغلبية الصحفيين بمسؤولياتهم الاجتماعية على اعتبار أنّ أكبر ما يهدّد المسؤولية الاجتماعية هو طغيان المصالح.

¹ عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر - دراسة وصفية تحليلية من خلال عينة من صحفيي وجمهور قناة النهار TV، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

2. النتائج الخاصة بالجمهور

- أهم تجاوز وقعت فيه القنوات الخاصة هو البحث عن الجانب المادي وخدمة المصالح الشخصية.
- يقترح أغلب الجمهور تفعيل النصوص القانونية، فهي كفيلة بالحد من التجاوزات غير الأخلاقية التي تقع فيها القنوات، حيث أنّ وجود النصوص والتشريعات وحده غير كافي بل لابد من تفعيله.
- الأداء الإعلامي لقناة النهار سيء وكارثي نظراً للعديد من التجاوزات التي وقعت، وضعف الخطاب الإعلامي ونوعية البرامج وخدمة أهداف شخصية ضيقة.
- التشريعات الإعلامية في الجزائر لم تُولي اهتماماً كافياً لأخلاقيات المهنة.

- الدراسة الثانية لـ "حنان علال" بعنوان "الإعلام البديل وأخلاقيات الممارسة الإعلامية- دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى التزام المدون الجزائري بأخلاقيات الممارسة الإعلامية، ودرجة تحلي المدون الجزائري بالواجب الأخلاقي الإعلامي في ممارسة التدوين الإلكتروني. وتدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، واستخدمت لذلك منهج المسح الوصفي من خلال أداة "الاستبيان".

بعد إجراء الدراسة الميدانية، تمّ التوصل إلى النتائج الآتية:

- يتميز المدونون الجزائريون الذين يُشرفون على مدونات إعلامية تُعنى بتقديم الأخبار والتقارير والمقابلات والتعليقات بالانتظام في تحديث مدوناتهم وتغذيتها بمواضيع وأخبار جديدة.
- يتمثل مفهوم التدوين الإلكتروني للمدون الجزائري على أنّه وسيلة للتعبير الحرّ عن آرائهم كمواطنين، ويعتقدون أنّه إعلام بديل عن الإعلام التقليدي. لكنّهم لا يعتبرون التدوين صحافة رغم أنّهم يقدمون أخبار وتعليقات على صفحات مدوناتهم.
- المدون الجزائري على درجة من الوعي بالمعايير المهنية والأخلاقية التي تنصّ عليها مواثيق الشرف الصحفية، إذ يرى أنّه لا يجوز التحلي عن المبادئ الأخلاقية في ممارسة التدوين.

¹ حنان علال، الإعلام البديل وأخلاقيات الممارسة الإعلامية- دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2015.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- أبرز الانتهاكات الأخلاقية والمهنية التي يجدها المدوّنون في المدونات الجزائرية ككلّ، هي سرقة أخبار المدوّنين، يليها التعدي على حقوق الملكية الفكرية، يليهما عدم الالتزام بالمصداقية والموضوعية، ثمّ الانتهاكات المتعلقة بنشر مواد غير لائقة ولا تتفق مع الذوق العام.
- من الضرورة إنشاء ميثاق شرف خاص بالتدوين والمدوّنين، إذ أنّ من شأنه تحديد الحقوق والواجبات الخاصة بالمدوّنين، كما أنّه سيعمل على منعهم من خرق معايير أخلاقية تخص الصحافة بشكل عام.
- الدراسة الثالثة لـ "عبد الجليل حسناوي" تحت عنوان "أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية- دراسة وصفية وتحليلية لعينة من القوانين الجزائرية"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول مدى اهتمام التشريعات الإعلامية في الجزائر بأخلاقيات المهنة من خلال عينة من قوانين الإعلام، واتبّع الباحث للإحاطة بموضوعه المنهج الوصفي للتعرف على حيثيات الظاهرة ومختلف جوانبها، بالإضافة إلى المنهج المسحي من خلال مسح القوانين المتعلقة بموضوع أخلاقيات المهنة في الجزائر، وهي أربعة قوانين: قانون النشر 1982، قانون الإعلام 1990، القانون العضوي للإعلام 2012، القانون المنظم للسمعي البصري 2014. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- **قانون 1882:** تطرق وبطريقة سريعة وغامضة لأخلاقيات المهنة، حيث لم يحدد المقاييس والمعايير التي تبني مبادئ أخلاقيات المهنة، ونجد أن معظم مواد هذا القانون تغلب عليها صفة القاعدة القانونية الآمرة، وطابع الوجوب والمنع والعقاب في أكثر من نصف هذا القانون، حيث بلغ عدد المواد التي نصت على الواجبات والممنوعات والعقوبات في حق الصحفي والمؤسسة 68 مادة في المقابل نجد 17 مادة فقط نصت على حقوق الصحفي والمواطن في الإعلام.
- **قانون 1990:** أورد مقاييس لاحترام أخلاقيات المهنة الصحفية وفتح المجال واسعاً أمام حرية الرأي والتعبير واحترام الآداب العامة المتفق عليها في المجتمع الجزائري وحاول القانون أن يوازي بين حقوق الجمهور من جهة وحقوق الإعلاميين من جهة أخرى.

¹ عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية- دراسة وصفية وتحليلية لعينة من القوانين الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، الجزائر، ديسمبر 2016.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- قانون 2012: جاء القانون بعدة آليات لترقية مجال الأخلاقيات، إلا أنه بقي حبراً على ورق فلم تُفعل أيٌّ من تلك الآليات، مما سيؤثر سلباً على واقع أخلاقيات المهنة وآدابها.

- قانون السمعى البصري 2014: لم يتناول أخلاقيات المهنة بشكل مفصل واكتفى بإشارات فقط، كما أن المواد التي تناولت الموضوع احتوت عبارات غامضة وفضفاضة في الكثير من الأحيان كما أن العقوبات التي وضعها القانون لمرتكبي التجاوزات تبقى بعيدة عن المستوى وغير كافية وقادرة على معالجة الأمر.

- الدراسة الرابعة لـ "زويدة موسى" بعنوان "أخلاقيات العمل الإذاعي في الجزائر - دراسة ميدانية بإذاعة تبسة المحلية"¹.

تمحورت إشكالية الدراسة حول الوقوف على واقع أخلاقيات ممارسة العمل الإذاعي في إذاعة تبسة المحلية، وينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، وقد تمّ فيها استخدام المنهجين الوصفي والمسحي، من خلال توظيف أداتين رئيسيتين هما: الملاحظة والاستبيان؛ الذي تمّ تحكّمه ثمّ تجريبه على عينة مبدئية. من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- يفرق الصحفيون العاملون بإذاعة تبسة المحلية بين قانون الإعلام والأخلاقيات المهنية المنظمة للعمل الإعلامي، وهذا مؤشر على أنّ الصحفيين يعوّن أنّ أخلاقيات المهنة ليست مواد قانونية، بل هي مبادئ ومعايير أخلاقية، ولديهم تصور جيد حول مفهوم أخلاقيات المهنة، وهذا ما يؤكد أنّ المشكلة ليست في المفاهيم النظرية، بل هي في الجوانب التطبيقية والعوامل المؤثرة الأخرى.

- يُقرّ الصحفيون أنّ الإذاعة لا تملك مدوّنة أو وثيقة لأخلاقيات المهنة، ويبرّر أغلب المبحوثين أنّ غياب مدوّنة لأخلاقيات المهنة في مؤسستهم راجع في الأساس إلى كون الأخلاقيات المهنية ترتبط بالضمير المهني وبالتالي لا حاجة لمدونة تعبر عنها.

- يؤكّد صحفيو إذاعة تبسة المحلية أنّ الصدق هو أهم المعايير الأخلاقية التي يسعى كل صحفي للالتزام بها، كونه عنوان الرسالة التي تؤديها مهنة الصحافة، إضافة إلى أن الحصول على ثقة القارئ هو أساس الصحافة المتميزة التي تبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإخباري للصحيفة دقيقاً خالياً من أي تزيف، لضمان الصدق والدقة.

¹ زويدة موسى، أخلاقيات العمل الإذاعي في الجزائر - دراسة ميدانية بإذاعة تبسة المحلية، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2016.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- ضعف الوازع الديني وتغييب الضمير المهني هو أحد الأسباب البارزة التي تحول دون التزام الصحفي بأخلاقيات المهنة، فمن لا ضمير له لا أخلاق له.
- التشريعات الإعلامية في الجزائر قصرت بخصوص موضوع أخلاقيات المهنة، ولم تعطه الاهتمام الكافي، وكل ما ورد في القوانين كان أقرب إلى العقوبات.
- الدراسة الخامسة لـ "حنان بن يحيى علّال" بعنوان "أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد- دراسة قانونية في الجزائر"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التعرّف على البنود التنظيمية التي يوقّرها كلّ من الجانب القانوني وموثائق الشّرف الإعلامية بالجزائر، وكذلك الكشف عن مدى تماشيها مع مستجدات البيئة الاتصالية الراهنة التي تتسم بالتحوّل والتطور، وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الكيفية، إذ تناولت بالدراسة والتحليل الأفكار الأولى لموثيق وأخلاقيات الإعلام، والتي كانت انطلاقتها في الدول الغربية، ثمّ انتقلت إلى أخلاقيات المهنة الصحفية وآدابها في الجزائر، فضلاً عن مدى تماشيها مع مستجدات البيئة الاتصالية الراهنة وتطبيقات الإعلام الجديدة.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، لعلّ من أهمها:

- يتّضح من خلال القانون العضوي للإعلام 2012 أنّ المُشرّع الجزائري ولأوّل مرّة، منح صفة الإلزامية لمجلس أخلاقيات المهنة، ولكن غير واضحة المعالم، أضف إلى ذلك أنّ المجلس غير مُفَعَّل ولم يتمّ انتخاب أعضائه بعد، وذلك نظراً لغياب اللجنة التي تسهر على منح بطاقة الصحفي المحترف.
- فيما يتعلّق بقانون السمعّي البصري 2014، يُلاحظُ أنّه عموماً لم يتناول أخلاقيات المهنة بشكل مُفصّل واكتفى بإشارات فقط، كما أنّ المواد التي تناولت الموضوع احتوت عبارات غامضة وفضفاضة في كثير من الأحيان، أمّا العقوبات التي وضعها القانون لمرتكبي التجاوزات، فتبقى بعيدة عن المستوى وغير كافية وقادرة على معالجة الأمر.
- لم يُدرج قانون الإعلام 2012 الحركات الإعلامية الجديدة، ولم يُشير إلى كيفية تعامل الصحفيين معها، لذلك لا بد أن تكون هناك أخلاقيات إعلامية عامة للجميع انطلاقاً من مفهوم المسؤولية الاجتماعية،

¹ حنان بن يحيى علّال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد- دراسة قانونية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الثاني، العدد الخامس، مارس 2018.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

وذلك من خلال إصرار العاملين في الصحافة الإلكترونية في الجزائر إلى وضع ميثاق شرف إعلامي جديد خاص ببيئة العمل الجديدة، يُحدّد واجبات وحقوق العاملين على الشبكة، بالإضافة إلى قيام كل مؤسسة إعلامية إلكترونية بوضع ميثاق شرف خاص بها يحدّد المقبول وغير المقبول فيها.

3-2-دراسات خاصة بالصحافة الإلكترونية

أ- دراسات أجنبية

- الدراسة الأولى لـ Koller وآخرون سنة 1994 بعنوان "مُتطلّبات الصحافة الإلكترونية"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التعرّف على أهم الصعوبات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في بداية ظهورها عند اختراع شبكة الويب في عام إجراء الدراسة نفسه، وذلك في مقابل الصحافة الورقية. وظّفت الدراسة مدخل تحليل المُستخدم User Analysis لرصد وتحليل اتجاهات الجمهور نحو الصحافة الإلكترونية والورقية، من خلال دراسة مسحية على عينة من الجمهور الذي يتعرّض لكلّ من الصحافة الورقية والإلكترونية، وذلك بغية التعرّف على ما يريده هذا الجمهور من كلا النوعين. توصلت الدراسة إلى عدّة نتائج، لعلّ أهمّها:

- أنّ الصحافة الإلكترونية تتميز عن الصّحف الورقية بواجهة استخدام interface، تتيح للقارئ استعراض مختلف الصور والعناوين والموضوعات في دقائق معدودة.
- أنّ الصّحف الإلكترونية يُضطر فيها المُستخدم إلى استخدام النصّ الفائق لتصفّح موضوعاتها.

- الدراسة الثانية لـ "Ming's" سنة 1998 بعنوان "استخدامات وإشباعات الصحافة على

الخط: دراسة تعتمد على الجمهور المُتوقع، القيم-الانترنت"².

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تكوين صورة عامة حول أداء الصحف المنشورة على شبكة الانترنت حسب تقدير مفردات العينة وكذا القيم المتوقعة منها وذلك من خلال استخدامهم لها.

¹ Koller, David, et al.(1994). "Requirements for the Electronic Newspaper", Available at: <http://www.ce.latech.edu/computing/classes/ca665,1994fall/group/past/requirement>.

² Ming's, Suzan M.(1998). "Uses and Gratification of on-line Newspaper: An Audience - Centered Study (Expectancy-Values, Internet", PhD Thesis, Rensselaer Polytechnic Institute.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

اعتمدت الدراسة على نظرية الاستخدامات والإشباع (Uses and Gratifications theory)

كإطار نظري للدراسة.

توصّلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، لعلّ من أهمها:

- أنّ استخدامات الجمهور وإشباعاته باستخدام هذه الوسيلة الجديدة متشابهة نوعاً ما مع تلك المتعلّقة بالصحف المطبوعة، إذ تُشبعان معاً حاجة الجمهور إلى التسلية والمعرفة.
- أقرت العينة أنّ وسيلتها للمعرفة هي الصحف المطبوعة في حين أنّ وسيلتها للتسلية هي الصحف المنشورة عبر الانترنت.
- توصّلت الدراسة فيما يتعلّق بشكل الصحيفة المنشورة عبر الانترنت أنّ الجمهور يقضي أغلب الوقت في مطالعة الصفحات المُكوّنة - بشكل كليّ أو جزئي - من التّصوص ومشاهدة العناصر الجرافيكية أو المواد المستعينة بالصوت والحركة.
- يقضي الجمهور 20% من وقت مطالعة الموقع في انتظار تحميل الصفحة بما تحمله من عناصر.

- الدراسة الثالثة للباحث "تانباف سكولتز" (Tanjev Schultz) أنجزها في العام 1999، ونُشرت له في مجلّة الاتصالات الحاسوبية (Journal of Computer-Mediated Communion) خلال سبتمبر 1999، عنوانها بـ "الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة تحليلية لمائة صحيفة أمريكية إلكترونية"¹.

تمّ فحص مائة من الصحف الأمريكية على الانترنت عن طريق تحليل المحتوى في صيف عام 1998. وتمّ أخذ العينة من قائمة موقع الويب للصحافة الأمريكية (<http://www.newslink.org/daily.html>) وهو واحد من أكثر المواقع موثوقية واستحداثاً في أمريكا. تمّ اختيار 100 من الصحف بشكل عشوائي طبقي من أصل 517 صحيفة إلكترونية بهدف البحث عن سبل التفاعلية التي توفّرها هذه الصحف الإلكترونية. أسفرت الدراسة عن جملة من النتائج، تُلخّص أهمها على النحو الآتي:

- كلّ صحف العينة تقريباً قدّمت على الأقل عنوان بريد إلكتروني واحداً للاتصال ببيئة التحرير. فقط 6 من أصل 100 من الصحف لم تُقدّم هذه الفرصة.

¹ تانباف سكولتز، الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة تحليلية لمائة صحيفة أمريكية إلكترونية، مجلّة الاتصالات الحاسوبية، سبتمبر 1999.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- 29 صحيفة فقط من أصل 100 تستخدم الدلائل التي سردها المُحرِّرون والمراسلون مع وصلات البريد الإلكتروني الشخصية الخاصة بهم. و25 من الصَّحف عرضت قائمة محدودة تقدّم فيها عناوين البريد الإلكتروني على الأقلّ لبعض المُحرِّرين والكتّاب، وعادة كتّاب الرأي أو كبار المُحرِّرين.
- معظم الصَّحف على شبكة الانترنت (67%) لم تُقدّم وصلات البريد الإلكتروني مباشرة مع قصص الكتّاب. فقط 10 من بين الصَّحف قدّمت وصلات البريد الإلكتروني لمؤلف واحد على الأقل. وقدّمت 23 من الصَّحف فقط عدداً قليلاً من الروابط للمؤلّفين مع قصصهم، ومُعظم هؤلاء كانوا كتّاب الأعمدة.
- 92 من أصل 100 من الصَّحف الإلكترونية لا تُقدّم الدردشة المتزامنة على الإطلاق، 3 صحف قدّمت وصلة مباشرة إلى مزوّد دردشة في موقع آخر. عرضت 5 من الصَّحف فقط في العينة غرف الدردشة الخاصة بها. 3 من الصَّحف الخمس قدّمت عُرفاً للدردشة مُنظمة لكن دون مشاركة من الصَّحفيين.
- 24 من أصل 100 من الصَّحف الإلكترونية أجرت استطلاعات للرأي عبر الانترنت أو دراسة استقصائية، والمُلاحظ عليها البساطة وعدم الموثوقية بسبب إمكانية أن يُصوّت القراء بسهولة لمرتين أو أكثر. فقط 5 من أصل 24 من الصَّحف تفتّنت للأمر وجعلت من التصويت للمرّة الثانية ملغياً مع وصول تحذير لصاحبه.
- 33 من أصل 100 من الصَّحف على الانترنت لديها منتديات للنقاش. 15 منها تطلب من المستخدم التسجيل البسيط بالبريد الإلكتروني وكلمة المرور، في حين يمكن الوصول إليها في 18 صحيفة من دون تسجيل.
- قدّمت 8 صحف وصلات البريد الإلكتروني للسياسيين، وظهرت في أخرى خيارات البحث الخاصة و"المسابقات التفاعلية"، والتي استندت فقط على وصلات. 4 صحف عرضت "بطاقات بريدية رقمية" يمكن للقراء إرسالها إلى الأصدقاء. وأخيراً قدّمت 5 صحف أداة تستند إلى البريد الإلكتروني لتمكين القراء من إرسال المقالات لأشخاص آخرين.
- ارتبط استخدام الصور والوسائط المتعدّدة مع الخيارات التفاعلية، واستخدمت 77 من أصل 100 من الصَّحف الصور في موقعها على شبكة الانترنت، ووظّفت 16 من أصل 100 تطبيقات الوسائط المتعدّدة، وقد سجّلت معظم الصَّحف على الانترنت مؤشراً منخفضاً للخيارات التفاعلية.
- لا فرق في الخيارات التفاعلية المقدّمة بين الصَّحف المملوكة للدولة والمملوكة للخواص على الانترنت، خاصة في استخدام الصور والوسائط المتعدّدة.

ب- دراسات عربية

- الدراسة الأولى لـ "نجوى عبد السلام فهمي" من جامعة القاهرة عنونها بـ "تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية الواقع وآفاق المستقبل"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول التعرف على الإمكانيات التي تتيحها الكتابة الإلكترونية وأدوات الصحفي في مجال الصحافة الإلكترونية، والتعرف على تجربة عدد من الصحف الإلكترونية المصرية والعربية كالأهرام والشعب المصريتين، والراية القطرية والجزيرة السعودية ومدى استغلالها للإمكانيات التكنولوجية للإنترنت، والمشاكل الفنية التي تقابل القائمين عليها، والأعباء التي تتحملها المؤسسات الصحفية في سبيل إصدارها والعائد الذي يتحقق منها.

اتّسمت الدراسة بالطابع الاستطلاعي الاستكشافي؛ حيث تحاول توضيح مفهوم الصحافة الإلكترونية، وسمات الكتابة الإلكترونية، والأدوات المستخدمة فيها، وعناصر تصميم الصحافة الإلكترونية والمزايا التي توفّرها للقارئ، أما الجزء الثاني من البحث فقد اتّسم بالطابع الوصفي التحليلي للأساليب التي اتبعتها بعض المؤسسات الصحفية المصرية والعربية، إذ اعتمدت الباحثة على منهج المسح لمواقع الصحف الإلكترونية المصرية واختيار عينة من مواقع الصحف الإلكترونية العربية، كما استعانت الباحثة بالمنهج المقارن. وقد تم التوصل إلى مجموعة من النتائج، لعل أهمّها:

- هناك العديد من الصحف العربية التي تبنت عملية إصدار نُسخ إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، أمّا أوّل مؤسسة صحفية مصرية أنشأت موقعاً لها على الشبكة فكانت مؤسسة "دار التحرير للطباعة والنشر" التي أنشأت موقعاً في 16 فبراير 1997.
- اتّبعَت الصحافة العربية طريقتين في عملية إدخال أعدادها على شبكة الإنترنت، الأولى تعتمد على إدخالها كصورة وليس نص، أمّا الطريقة الثانية، والتي يتمّ التعامل من خلالها مع النص؛ فنجد نموذجاً لها في موقع جريدة الجزيرة، وهي جريدة يومية سعودية.

¹ نجوى عبد السلام فهمي، تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية: الواقع وآفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 1998.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- لم تحاول استخدام إمكانات النصّ الفائت عند تقديم المادة التحريرية، الأمر الذي أفقد النصّ الإلكتروني أحد أهمّ مقوماته، وهو اعتماده على قاعدة معلومات تسمح للقارئ بالتعمّق في النصّ.

- اكتفت الصّحف الإلكترونية بالوصلات بين الأيقونات في صفحة الاستقبال والموضوعات المرتبطة بها، وذلك دون ربطها بأرشيف جريدة أو بمواقع أخرى تضيف للقارئ تفاصيل أعمق عن الحدث.

- عن استخدام الوسائط المتعدّدة، فلم تُحاول أيّ من الصحف الإلكترونية المصرية أو العربية إضافة الصوت أو المشاهد الحيّة التي تعكس الأحداث الجارية لتضيف بُعداً جديداً للمادة التحريرية التي تقدّمها.

- تقتصر تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية على إدخال النصوص المكتوبة والصور الفوتوغرافية.

- التزام النسخة الإلكترونية بالمادة التحريرية المنشورة في الجريدة دون إضافات، فيما عدا خدمتي الأرشيف للأعداد السابقة وخدمة البحث عمّا يهم القارئ مباشرة عبر محرك بحث فقط.

- كما تكتفي معظم الصحف العربية والمصرية بتحديث نسختها الإلكترونية بعد مرور 12 ساعة من صدور النسخة الورقية، وبالنسبة لـ "الأهرام ويكلي" بعد يومين من الصّدور.

- عدم استغلال الإمكانيات الإعلانية للصحف الإلكترونية خاصة مؤسستي "الأهرام ويكلي" و"الشعب" المصريتين.

- إنّ مُستقبل الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية يحتاج إلى إعداد كوادر صحفية قادرة على إدارة اللعبة الإلكترونية بجدارة بغية إرضاء القُراء والتوسّع جماهيرياً أكثر فأكثر داخلياً وخارجياً.

- الدراسة الثانية لـ "سعيد محمد الغريب" بعنوان "الصحيفة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول البحث في التأثيرات المستقبلية للصحيفة الإلكترونية ووسائل الإعلام الجديدة على الصحيفة الورقية، والكشف عن الصّفات العامة لهذه الصّحف، ومدى استغلالها للإمكانيات الكبيرة التي تتيحها البيئة الإنتاجية للصحيفة الإلكترونية.

¹ سعيد محمد الغريب، الصحيفة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 13، أكتوبر 2001، ص 177-222.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على البحث والتحليل باستخدام ثلاثة مناهج هي: المنهج الإعلامي، المنهج المقارن ومنهج الدراسات السابقة؛ وذلك من خلال اعتماد الأساليب التأملية والنماذج التعبيرية التي تعتمد إسهامات الخبراء عن طريق استخدام الملاحظة العلمية.

وقد خلّصت هذه الدراسة إلى عدّة نتائج لعلّ أهمها:

- أنّ الصحافة الإلكترونية تعتبر خير دليل على الامتزاج بين ثورتي الاتصالات والحاسبات. ويعود الفضل في هذا المزج إلى التقنية الرقمية وظهور شبكات الهاتف الرقمية ISDN.
- يُعدّ مفهوم الصحيفة الإلكترونية جزءاً من مفهوم أوسع وأشمل هو النشر الإلكتروني، ويأتي مفهوم الصحيفة الإلكترونية ترجمةً لأكثر من تعريف في المكتبات الأجنبية، وتتعدّد التعاريف في الكتابات العربية والأجنبية، وقد قدّمت الدراسة التعريف الأقرب للصحيفة الإلكترونية.
- تتفوّق الصحافة الإلكترونية على الورقية بعدّة صفات تأتي نتيجة للبيئة الإنتاجية وطبيعة الصحيفة الإلكترونية، وأهمها: تقنيّة النصّ الفائق والوسائط المتعدّدة، ادّخار الوقت والجهد، الحالية والآنية، والتوزيع اللحظي.

- للصحافة المطبوعة عدّة صفات أصيلة لا تستطيع الصحافة الإلكترونية تحقيقها، وهي:

- قابلية النقل والحفظ، واستخدام عراقاة الاسم، والتغطية التفسيرية والاستقصائية، إضافة إلى أنّ قراءة النصّ المطبوع لها سحرها الخاص، وقراءة نصوصها أكثر سهولة من قراءة النصّ الإلكتروني عبر الشاشة، وعادات قُرّاء الصحيفة الورقية لا يُمكن بحالٍ أن تتوفّر في حالة الصحيفة الإلكترونية.
- الصحيفة الورقية لازالت تحقّق عوائد مالية ضخمة تفوق بكثير الصحف الإلكترونية، وبخاصة فيما يتعلّق بعائدات الإعلانات والتوزيع.

- الدراسة الثالثة للباحث "ماجد سالم ترابان" بعنوان "الصحافة الإلكترونية الفلسطينية"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول تناول مضمون المواد الصحفية المنشورة على المواقع الإلكترونية وأولويات عرضه، وكذلك التعرف على مدى التزام الصحف الإلكترونية بالسمات المميزة للصحافة الإلكترونية، والتعرف على شكل المواقع، ومدى استفادتها من العناصر البنائية التي توفرها شبكة الانترنت، ومن تكنولوجيا النشر الحديثة في ضوء السمات الاتصالية التي تتيحها شبكة الانترنت، إضافة إلى التعرف على صفات القائم

¹ ماجد سالم ترابان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه في الصحافة الإلكترونية، جامعة القاهرة، 2007، منشورة على الرابط الآتي:

<http://w.w.w.alwatanvoie.com/arabic/news/2008/12/27>

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

بالاتصال في هذه الصحافة ومدى فاعليته في إنجاح موقعه الإلكتروني، من خلال التعرف على سياسة النشر الإلكتروني للمواقع، والمشاكل الفنية التي تواجه القائمين عليها، وما العائد المادي الذي يتحقق منها، وذلك للوقوف على مدى نجاح هذه الصحافة في ضوء خصوصيتها التي تمثل في حد ذاتها إشكالية حقيقية. تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية المقارنة ومن المناهج البحثية المستخدمة: منهج المسح الإعلامي من خلال عدة أساليب هي: مسح الوسيلة الإعلامية، مسح المحتوى، مسح أساليب الممارسة، بالإضافة للمنهج المقارن، واعتمد الباحث على استمارة تحليل المضمون والاستبيان والمقابلة المقننة وغير المقننة. ومن أهم النتائج التي توصل إليها:

- أن الصحف الإلكترونية الفلسطينية تتعامل مع مواقعها على شبكة الانترنت كوسيلة لإعادة نشر ما تصدره الصحف المطبوعة، دون الاستفادة من إمكانيات النشر الفوري في تطوير الصحف الإلكترونية.
- أشارت بيانات الدراسة إلى أن غالبية الصحف الإلكترونية تقوم بتحديث المواد المنشورة في مواقعها في صباح اليوم التالي وذلك بنسبة 100% أي بعد الانتهاء من طباعة النسخة الورقية، وقد اقتصر دورية التحديث للأخبار على مدار اليوم عدة مرات بنسبة 17.4%.
- كشفت الدراسة أن أعلى نسبة للخدمات التي تقدمها الصحف الإلكترونية جاءت في فئة خدمات أخرى وذلك بنسبة 82.6% وتمثلت تلك الخدمات في الوظائف الشاغرة، ودليل المواقع، وسجل الزوار، والنشرة البريدية، والأخبار العاجلة المجانية وعدد المتواجدين.
- بيّنت نتائج الدراسة أن أولى الخدمات التفاعلية التي تقدمها الصحف الإلكترونية هي خدمة البريد الإلكتروني بنسبة 100%.

ت- دراسات جزائرية

- الدراسة الأولى للباحثة "بوثلجي إلهام" عنونها بـ "الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين"¹.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول اتجاهات جمهور الصحف الإلكترونية الجزائرية، وعلى وجه الخصوص اتجاهات جمهور جريدة الشروق أون لاين نحو مجموعة من القضايا.

¹ إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2010-2011.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

اعتمدت الباحثة على منهج المسح، واختارت منه المسح بالعينة، وهذا نظراً لحجم الجمهور الكبير الذي يستلزم الدراسة الجزئية للمفردات عن طريق العينة. كما اعتمدت على أداتي: المقابلة الحرة والاستبيان. فيما يتعلق بإجراءات اختيار العينة، فضّلت الباحثة اختيار العينة العشوائية غير الاحتمالية، وحرصاً منها للوصول إلى جمهور الشّروق أون لاين، قامت بنشر الاستمارة على الموقع حتى يتسنى لقراء الشّروق الاطلاع عليها بمجرّد فتح الصّفحة الرئيسية للجريدة الإلكترونية الشّروق أون لاين، حيث تمّ تخصيص أيقونة لها تظهر بعنوان "شارك معنا في سبر آراء مُفضّل حول الشّروق أون لاين".

توصلت الباحثة بعد الدراسة الميدانية إلى عدّة نتائج لعلّ أهمّها:

- أكثر ما يشدّ أفراد العينة لتصفّح الشّروق أون لاين هي الأخبار.
- يُفضّل أفراد العينة تصفّح الموقع الإلكتروني للشّروق بدل قراءة النسخة الورقية.
- أفراد العينة يكتفون بتلقّي الأخبار كما هي دون المشاركة فيها بإبداء رأيهم إلاّ أحياناً، ومنهم من يربط مشاركته بالتفاعلية بنوعية المواضيع المعالجة بالموقع.

- هناك فروق بين المبحوثين دخل الوطن وخارجه في اتجاهاتهم نحو طريقة معالجة الأحداث بين مصر والجزائر في الموقع، بحيث أنّ اتجاه المبحوثين داخل لوطن إيجابي، فيما كان اتجاه المبحوثين خارجه سلبياً.
- كلّما زاد المستوى التعليمي للمبحوثين كلّما كان اتجاههم أقوى وطريقة وعيهم بقضية الصحراء الغربية مبنية على عدّة اعتبارات، لكنّ الاتجاه الغالب لدى جميع المستويات نفسه ولا توجد أيّة فروق.

- الدراسة الثانية بعنوان "الصحافة الإلكترونية الجزائرية بين التخطيط الاستراتيجي والواقع القانوني والمؤسّساتي"¹ لصاحبتها الباحثة "أحمدي دليّة" من جامعة الجزائر.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول العوائق القانونية التي تصطدم بها الصحافة الإلكترونية الجزائرية في عملية التخطيط الاستراتيجي، وما يمثّله غياب التأطير القانوني من تحديات تمس تنظيم عمل هذه الوسيلة. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي لتصوير واقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، بوصفه منهجاً يُؤهل للكشف عن الظاهرة ومعالِمها، وقد استعانت لجمع البيانات بالأدوات الآتية:

- الملاحظة المباشرة: بصفتها تقنية لتقصّي الحقائق، ما مكّنها من الاقتراب من الظاهرة المدروسة.

- المقابلة: استعملتها الباحثة مع القائمين بالاتصال والمسؤولين عن التخطيط الاستراتيجي.

من خلال دراستها، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج لعلّ أهمّها:

¹ أحمدي دليّة، الصحافة الإلكترونية الجزائرية بين التخطيط الاستراتيجي والواقع القانوني والمؤسّساتي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2011-2012.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- الصحيفة الإلكترونية الموجودة في الواقع الجزائري بعيدة عن مفهومها العلمي، فالملاحظ هو وجود صحف إلكترونية جزائرية تعتمد كلياً على روح وسمعة النسخة الورقية، كما أنّ الصحيفة الإلكترونية مُرتبطة إدارياً بالكامل بالصحيفة الورقية، ويكتُب فيها نفس الصحفيين، وحتى من حيث الشكل تلتزم بنفس تقسيم أبوابها وترتيبها، كما وتحافظ على نفس أساليب الإبراز الورقية.

- لا تزال الصحف الإلكترونية عالية -مالياً- على الورقية، فهي لا تحقق أيّ مدخول مادّي.

- ثمة مشروعات قوانين تهدف إلى إعادة تنظيم قطاع التكنولوجيا في الجزائر، ومع ذلك لا تزال هوية هذا القطاع غير واضحة، ذلك لأنّ عدم الاعتراف بقانونية هذا النمط من الإعلام يُضعف إمكانية شُيوع الانترنت وتطوّر الصحافة الإلكترونية التي تتطلب تنظيمًا على نحوٍ مُكافئٍ للتنظيم القانوني للصحافة الورقية التقليدية.

- ضرورة إرساء مفاهيم إدارية وتحريرية خاصة بالنسخ الإلكترونية، مع أهمية الفصل نهائياً بين سياسة التحرير المُتّبعة مع الصحيفة المطبوعة، وما ينبغي أن تكون عليه إجراءات إنتاج وإصدار المحتوى الإلكتروني. - وجوب التوسّع في برامج وخطط تطوير مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية واستراتيجيات تدريب العاملين على المواقع، مع زيادة الخدمات ذات السمة الجماهيرية كخدمة البريد الإلكتروني المجاني، تحميل برامج مجانية، وغير ذلك من عوامل جذب القراء إليها.

- إنّ التخطيط في المؤسسة الإعلامية ضرورة، بل وصار في الوقت الزّاهن العمود الفقري وأساس الأداء المهني الجيّد ونجاح العمل الإعلامي، ولو أنّ التخطيط الاستراتيجي في الصحافة الجزائرية المكتوبة والإلكترونية غير واضح المعالم، إضافة إلى عدم وجود تنظيم قانوني فعّال للإعلام الإلكتروني.

- الدراسة الثالثة للباحثة "بوسجرة ليليا" والتي جاءت موسومة بـ "الصحافة الإلكترونية وأثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر"¹.

تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول تحليل عملية الانتقال من الطبعة المكتوبة نحو جريدة ذات طبعة إلكترونية، من خلال دراسة البيانات الحسائية لجريدتين جزائريتين هما الوطن والخبر، وذلك للإجابة عن تساؤلين رئيسيين هما: ما هو الأثر الاقتصادي للصحافة الإلكترونية على الصحافة المكتوبة في الجزائر؟ وما هي التداعيات الاقتصادية للرقمنة على الصحافة المكتوبة في الجزائر لا سيما على جريدتي الوطن والخبر؟ اعتمدت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، باعتباره -حسبها- الأكثر مُلاءمة مع طبيعة الدراسة.

¹ بوسجرة ليليا، الصحافة الإلكترونية وأثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاتها

- من خلال دراستها، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج لعل أهمها:
- الصحافة الإلكترونية في الجزائر متأخرة نسبياً عن نظيرتها في تونس والمغرب، حيث تحتل المرتبة الثالثة حسب دراسة مكتب الدراسات SIGMA في العام 2009.
 - الإشهار في الصحافة المكتوبة في الجزائر يحتل المرتبة الأولى بالمقارنة مع وسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة والتلفزيون والانترنت) حسب مكتب الدراسات SIGMA العام 2009.
 - الإشهار في الصحافة الإلكترونية يُمثل نسبة 0,6% من الحجم الكلي للإشهار في الصحافة المكتوبة.
 - عدد المُشتركين في الانترنت في الجزائر يُقدّر بـ 920.000 مُشترك من أصل 6 ملايين مُستخدم، ويبقى هذا الرقم محدوداً جداً مقارنة بعدد سُكّان الجزائر.
 - عدد زوّار المواقع الإلكترونية للصحف في تزايد مُستمر، حيث بلغ 275.000 سنة 2011 بالنسبة للموقع الإلكتروني لجريدة الخبر و22.000 زائراً بالنسبة للموقع الإلكتروني لجريدة El Watan هذه الزيادة لم تؤثر على حجم المبيعات الذي شهد بدوره تطوراً ملحوظاً في السنوات الأخيرة.
 - عدم توفّر البطاقات البنكية يمنع المُعلنين من عرض منتجاتهم على الصحافة الإلكترونية، كون هذه الأخيرة تعتمد على الضغط "Le click" لاقتناء المنتج، والجزائر لا تعتمد هذه التقنية.
 - القدرة الشرائية للمواطن الجزائري تمنعه لحدّ الآن من امتلاك جهاز كمبيوتر، بالرغم من انخفاض الأسعار مقارنة بالسنوات السابقة، حيث بلغ عدد المالكين لجهاز الإعلام الآلي سنة 2010 سبعة ملايين.
 - الدّخل المتواضع أيضاً للعائلات الجزائرية لا يسمح لها بالاشتراك في الانترنت رغم تدنيّ الأسعار بشكل نسبي بالنسبة للسنوات السابقة.
 - ضُعب أسعار الإشهار على المواقع الإلكترونية للصحافة يعود إلى توفّر مساحات كبيرة للإشهار عبر مُختلف محرّكات البحث.
 - نموّ بطيء للإشهار في الصحيفة الإلكترونية، لكنّه مُستمر، وهذا م يوحي باستقلال مالي للنسخة الإلكترونية على المدى المتوسّط.
 - لم تتأثر مبيعات النسخة الورقية بزيادة عدد زوار المواقع الإلكترونية للجريدتين.
 - لم تؤثر زيادة عدد المُشتركين لجريدة El Watan وزيادة عدد الزوار في كلا الموقعين للجريدتين في زيادة نسبة الإشهار في الموقعين الإلكترونيين.

3-3- أوجه التشابه والاختلاف

تشابه هذه الدراسة مع الدراسات السابقة في بعض النقاط، وتختلف عنها في بعض النقاط الأخرى، هذا ما سنُفصّله فيما يأتي:

- من حيث نوع الدراسة: تدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية، حيث أنّ توافقت إلى حدّ كبير مع معظم الدراسات السابقة، خاصة تلك التي تناولت أخلاقيات مهنة الصحافة في مختلف الميادين.
- من حيث المنهج: وظّفت دراستنا منهج المسح، وهو ما لمسنه في كلّ الدراسات السابقة، إلاّ أنّ الاختلاف يكمن في أنّ لعض الدراسات أضافت مناهج أخرى، كالمنهج المقارن مثلاً.
- من حيث الأدوات المستخدمة: تشابهت دراستنا أيضاً مع الدراسات السابقة من حيث الأدوات، ذلك أنّ أهداف دراستنا تصبّ في بوتقة واحدة، لذا كان الاشتراك في الأدوات -على غرار تحليل المضمون والاستبيان- أمراً لا بدّ منه.
- من حيث المداخل النظرية: لاحظنا على الدراسات السابقة أنّها لم تُركّز على المداخل النظرية، إذ أنّ هناك دراستان فقط، إحداها وظّفت مدخل الاستخدامات والإشباع، والأخرى مدخل المسؤولية الاجتماعية، وهذا هو الأمر الذي اختلفت فيه دراستنا وتميّزت عن بقية الدراسات الأخرى، إذ أنّها ركّزت على التراث النظري من خلال البحث في مختلف المداخل النظرية التي لها علاقة بالجانب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، من أجل إسقاطه على الممارسات في البيئة الرقمية، ومن هذه النظريات: الحتمية القيمية والواجب الأخلاقي لعزي عبد الرحمان.
- من حيث مجتمع الدراسة والعينة: ركّزت دراستنا على غرار الدراسات السابقة على مجتمعين للدراسة، أحدهما توثيقي، يُعنى بالمضامين المنشورة على مواقع الصحف الإلكترونية الجزائرية، والآخر ميداني، تمّ التركيز فيه على القائم بالاتصال في ذات المؤسسات. لنجد أنّ بعض الدراسات ركّزت -بدل القائم بالاتصال- على الجمهور المتلقي وتقييمه مدى التزام هذه المؤسسات بالمبادئ الأخلاقية، ويرجع هذا الاختلاف إلى تباين في الرؤى نحو الموضوع وزوايا المعالجة، وهذا أمر إيجابي يُثري البحث العلمي ويُكثّف من التراكم المعرفي، ويوسّع نظرة الباحثين إلى مختلف المواضيع.

3-4- أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في عدّة مجالات، نذكر منها:

- **على مستوى الجوانب المعرفية:** تمكّنت الباحثة من تكوين نظرة عامة عن طبيعة تناول موضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في العديد من الدراسات الأجنبية، العربية والجزائرية، سمحت لها بتحديد الزوايا التي تمّت معالجتها والتركيز عليها، وتلك التي لم يتمّ التطرق إليها، وبالتالي هذا ما سمح لها بتحديد الخطوط العريضة لجعل الدراسة تقدّم قيمة مضافة، وهذا هو الهدف الأول من البحث العلمي.
- **على مستوى الأخلاقيات:** سمحت الدراسات السابقة للباحثة بتحديد المبادئ الأخلاقية ومعاييرها، وهذا ما استفادت منه بشكل كبير في الدراسة التحليلية لمضامين مواقع الصحف الإلكترونية، مما يجعل التحليل أكثر دقة والنتائج أكثر نجاعة وإفادة، ويمكن التأسيس عليها لتحديد المعايير الأخلاقية الأكثر أهمية والواجب الالتزام بها في البيئة الرقمية.
- **على مستوى المناهج والأدوات:** استفادت الباحثة في التعرف على المناهج التي تُستخدم في التعرف على المبادئ الأخلاقية والطرق المستخدمة لخصر هذه المبادئ وقياسها.
- **على مستوى النتائج:** حيث تمكّنت الباحثة من عقد مقارنات بين نتائج الدراسات السابقة في جوانب معينة مع نتائج الدراسة الحالية، كنوع من مناقشة مدى تطوّر الفهم العام لموضوع الأخلاقيات ومدى ربطها بالبيئة الإلكترونية الجديدة في العالم بشكل عام، والجزائر بشكل خاص.
- وعلى العموم حاولت الباحثة الاستفادة من الدراسات السابقة في كل جوانبها الإيجابية، وتوحيّ الحذر من الأخطاء المُرتكبة فيها، بهدف تقديم دراسة أصيلة ترقى لأن تتحوّل إلى مرجعية، أو نقطة انطلاق لباحثين آخرين لمعالجة مثل هذه المواضيع وغيرها من مختلف الزوايا.

4- تحديد المفاهيم

تقوم هذه الدراسة على مجموعة من المفاهيم الأساسية والثانوية، التي تتحد معاً لتكوّن القاعدة المفاهيمية التي تستند إليها دراستنا، وقد تمّ تعريفها لغوياً واصطلاحياً، وأخيراً عملت الباحثة على تقديم تعريف إجرائي تتّضح من خلاله أهداف الدراسة ومؤشراتها، وقد تمّ عرضها على النحو الآتي:

4-1- أخلاقيات المهنة

قبل التطرّق لمفهوم أخلاقيات الإعلام، حريّ بنا الإشارة إلى جملة من المصطلحات التي لها علاقة وطيدة بهذا المفهوم، وتساعدنا على التقرب منه أكثر، وعلى رأسها:

أ- الأخلاق: جاءت كلمة الأخلاق في اللغة العربية من لفظ "خُلِقَ" وجمعها أخلاق، وقد ورد اللفظ في القرآن الكريم وكتب المصطلحات والموسوعات، فضلاً عن المؤلفات الفلسفية، ففي القرآن الكريم يخاطب الله سبحانه وتعالى الرسول الكريم بقوله {وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ}، وقوله تعالى: {إِنَّ هَذَا خُلُقُ الْأَوْلِيَيْنِ}. وعلى ضوء ذلك فكلمة "خُلُق" وجمعها أخلاق، هي كلمة عربية أصيلة، وأكثر من ذلك فقد احتفظت بمعناها الأصلي إلى اليوم¹.

ففي لسان العرب جاءت على النحو الآتي: الخُلُقُ هو الدين والطّبع والسّجّيّة والفِطْرَةُ، وَخُلِقَ أي أَظْهَرَ فِي خُلُقِهِ نَيْتَهُ، ولذلك الأخلاق تعني الطّبع والعادة. ومن هنا يُمكن استخلاص ثلاثة معانٍ بارزة لمفهوم الأخلاق²:

- الخُلُقُ يدلُّ على الصفات الطبيعية في خلقة الإنسان الفطرية على هيئة صفات مستقيمة ومتناسقة.
- الأخلاق تدلُّ على الصّفات التي اكتسبت وأصبحت عادةً في السلوك، ومن ثمّ تصبح كأثما خلقت مع طبيعته أو تصبح طبيعته الثانية.
- أنّ للأخلاق جانبين، جانباً نفسياً باطنياً، وجانباً سلوكياً ظاهراً.

¹ محمد عابد الجابري، العقل الأخلاقي العربي، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، بيروت (لبنان)، 2001، ص 32-41.

² غازي محمد طلال عبد الله، الثقافة العامة، منشورات إدارة الناجح، ط1، وزارة التربية والتعليم، عمان، 2007، ص 43.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

والأخلاق شكل من أشكال وعي الإنسان، يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية دون استثناء، والأخلاق هي دراسة وتقييم السلوك الإنساني على ضوء القواعد الأخلاقية التي تضع معايير للسلوك يضعها الإنسان لنفسه، أو يعتبرها التزامات وواجبات تتم بداخلها أعماله، أو هي محاولة لإزالة البعد المعنوي لعلم الأخلاق وجعله عنصراً مُكَيِّفاً، أي أنّ الأخلاق هي التطبيق العلمي والواقعي للمعاني التي يديرها علم الأخلاق بصفة نظرية ومجردة¹.

هي فرع من الفلسفة يتضمّن تنظيم مفهوميّ السلوك الصائب والخطأ، وتعريفهما والتوصية بهما. ومصطلح الأخلاق بالإنجليزية "ethics" مشتق من الكلمة اليونانية "ethos" التي تعني "الشخصية". والأخلاق مُتَمِّمة لمفهوم الجماليات في مبحث الأكسيولوجيا الفلسفي. وتعني الأخلاق في الفلسفة السلوك الأخلاقي لدى البشر، وكيف ينبغي عليهم التصرف. ويمكن تقسيم الأخلاق إلى أربع مجالات دراسية رئيسية:

- الأخلاق العليا، وتتعلّق بالمعنى النظري للافتراضات الأخلاقية ومرجعيتها، وكيف يمكن تحديد القيم الحقيقية لها (إن وُجِدَتْ).

- الأخلاق المعيارية، وتتعلّق بالأساليب العلمية لتحديد نهج أخلاقي للأفعال.

- الأخلاق التطبيقية، وتتناول كيف يمكن تحقيق النتائج الأخلاقية في مواقف معينة.

- الأخلاق الوصفية، وتُعرّف أيضاً بالأخلاقيات المُقارِنة، وهي دراسة مُعتقدات الناس فيما يتعلّق بالأخلاق².

ب- علم الأخلاق، هو علم فلسفي يتناول مُساءلة السلوكيات الواجب على الإنسان الالتزام بها عن طريق تحديد مفاهيم الخير والشرّ، والالتزام بالواجب والصدق والحقيقة لاستنباط القيم والمفاهيم الخيرة بحدّ ذاتها عند بعض المفكرين، أو بما يعود إلى استنباط القوانين السلوكية البشرية التي تعزّز الاتجاه نحو الخير، وتعني الحياة الإنسانية عند البعض الآخر.

¹ مصطفى حسيبه، المعجم الفلسفي، دار أسامة، ط1، عمّان (الأردن)، 2009، ص 40-41.

² عبد الرزاق الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمّان (الأردن)، 2015، ص 92-93.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

ويُتصل هذا العلم بمباحث أخرى قد تتداخل معه، فهو يعتبر العِلْمُ الخامس المكوّن للفلسفة بعد الميتافيزيقا والمنطق وعلم المعرفة وعلم الجمال¹.

نلاحظ بعد هذا العرض عن المفهوم اللغوي والاصطلاحي للأخلاق ولعلم الأخلاق، أنّ مصطلح الأخلاق بحدّ ذاته هو مصطلح إشكالي، وتنحصر إشكالية مفهوم الأخلاق من خلال الآتي:

- إشكالية تحديد مفهوم الأخلاق ذاتها، هل هي ذات مرجعية دينية أم معرفية أم وصفية، ومدى إلزامية مبادئها.

- إشكالية ترجمة هذه الأخلاق إلى قوانين وأخلاقيات وإجراءات وتنظيمات تحدّد مسؤولية كل طرف بدقة، ما له وما عليه، ما يجب أن يقوم به وما يمتنع عنه.

- ضرورة التفريق بين ما هو أخلاقي محض، أي يرجع إلى الضمير الفردي للشخص، وما هو أخلاقي قانوني يخضع للمحاسبة والعقاب.

ت- القيم: في لسان العرب جاءت بمعنى القيمة "واحدة القيم" وأصله الواو "قوم" لأنه يقوم مقام الشيء، والقيمة ثمن الشيء بالتقويم، ومن الكلمات المستقاة من مادة "ق و م" القوام والعدل، وقوله تعالى: {وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا} أي استقامة، وقوام الأمر أي نظامه وعماده، والدين القيم أي المستقيم الذي لا زيف فيه ولا ميل عن الحق، والقيّم أي السيّد أو سائس الأمر، والقيوم والقيّام المُدبّر وهو من أسماء الله الحُسنى.

أمّا القيم اصطلاحاً، ففي معجم "كشّاف العلوم والفنون" في مادة قيمة نجد ما يلي²:

القيمة بالكسر هي شرعاً ما يدخل تحت تقويم مقوم، وتقرأ في مادة "ثمن"، والفرق ما بين القيمة والثمن، القيمة ما قوم به مقوم، الثمن قد يكون مساوياً للقيمة، وقد يكون زائداً عليها.

إنّ القيمة تعني الشيء المساوي الحقيقي للشيء ويجددها أصل السوق، والقيمة اجتماعية، وبذلك تكون لفظة القيمة لها علاقة بالمثل الأخلاقية والاجتماعية.

ففي اللغات الأجنبية، جاءت لفظة القيمة بمعنى (Valeur) بمعنى الشجاعة والجرأة، وأصل الكلمة لاتيني وهي مشتقة من (Valore, Valor) ثمّ تطوّر معناها لتدلّ على ما يساويه الشيء أو الشّخص، وقد

¹ عبد الوهاب الكيالي، الموسوعة السياسية، المكتبة العالمية، ط1، بغداد، 1986، ص 110-111.

² محمد عابد الجابري، مرجع سابق، ص 54.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

ظهر مدلول هذه الكلمة إذا أردنا إدخالها بالمنظومة الأخلاقية خلال القرن التاسع عشر، والتي تعني حكم شخصي يرتبط أو يتطابق بدرجة ما يراه المجتمع خيراً بإطلاق القيم المثالية التي تُستعمل كمعايير وتوجّه النشاط الأخلاقي.

ومن هنا صارت الكلمة تُستعمل في صيغة الجمع غالباً لأنه ليست هناك قيمة واحدة مفردة، ففي الميدان الاجتماعي والجمالي والأخلاقي، بل مجموعة من القيم تشكل سلماً أي سلّم القيم بالفرنسية (Echelle des Valeurs).

ث - أخلاقيات المهنة

وبعد هذا الرصد للمصطلحات القريبة من **الأخلاقيات**، يمكننا تعريف هذه الأخيرة على أنها "وثيقة تحدّد المعايير السلوكية والأخلاقية المهنية المطلوب أن يتّبعها أفراد جمعية مهنية، وتُعرف بأنّها بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن، تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية، ولكل مهنة أخلاقيات وآداب عامة حدّدتها القوانين الخاصة بها"¹.

أمّا آداب وأخلاقيات المهنة، فيُقصد بها مجموعة القواعد والأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة، بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة وشرفها، ومن هنا تختلف المسؤولية الأخلاقية باختلاف أبعادها القانونية التي تتحدّد بتشريعات تكون أمام شخص أو قانون، لكنّ المسؤولية الأخلاقية أوسع وأشمل من دائرة القانون، فهي مقتصرة على سلوك الإنسان نحو غيره، وتتغيّر حسب القانون المعمول به في المجتمع، وتنقّذها سلطة خارجة عن قضاة ورجال أمن وسلطة نيابة وسجون، أمّا المسؤولية الأخلاقية فهي ثابتة لا تتغيّر، وتمارسها قوة ذاتية تتعلّق بضمير الإنسان الذي هو سلطته الأولى، وهنا يمكن القول أنّ الأخلاق أو الآداب بقوّتها الذاتية لا تكون بديلاً عن القانون، ولكنّ كلاً من المسؤولية الاجتماعية والمسؤولية القانونية متكاملتان ولا يمكن الفصل بينهما في أي مهنة مهما كانت².

بالتالي يجب التفريق جيداً بين الأخلاق والأخلاقيات؛ فالأخلاق هي مجموعة القيم والمبادئ التي تحرك الشعوب مثل العدل والمساواة والحرية؛ وتصبح مرجعية ثقافية لها وسنداً قانونياً تستقي منه دولها أنظمتها

¹ مصطفى حسيبه، مرجع سابق، ص 41.

² المرجع نفسه، ص 42.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

وقوانينها. أما الأخلاقيات فهي مجموعة القيم والآداب، المتعارف عليها شفاهة أو كتابةً بين أصحاب مهنة معينة، والتي يبنون عليها الأنظمة والشروط التي يعملون تحت ظلها كأخلاقيات مهنة. وعادة ما تكون أخلاقيات مهنة ما متضاربة مع أخلاقيات مهنة أخرى، وذلك في سبيل حماية المصلحة الخاصة والذود عنها. أي أنه ليس بالضرورة، أن تكون أخلاقيات مهنة متماشية مع أخلاقيات مهنة أو مهن أخرى، أو مع الصالح العام. فكل مهنة بالطبع، تتحيز لنفسها ولمصلحة العاملين بها.

وبالعودة إلى أخلاقيات الإعلام، نجد العديد من التعريفات، سنحاول إجمالها في الآتي:

- عرّفها المعجم الإعلامي بأنّها مفهوم أخلاقي، يُعدّ من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، ولكن بالرغم من ذلك فإنّ هذا المفهوم مازال محلّ جدل، حيث يرى الكثير من الباحثين والصحفيين في العالم الغربي أنّها وسيلة لفرض قيود جديدة على حرية الصحافة.

- كما تُعرّف على أنّها مجموعة من المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، التي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وفي قياسهم لوظائف الصحافة المختلفة، ولقد كان وضع دليل يتضمّن هذه المعايير والأخلاقيات أو ميثاق الشرف، ضرورة يفرضها تطوّر الصحافة الحديثة واختلال تدفق الأنباء في العالم المعاصر، وزيادة الأفكار والتركيز، وغيرها من القضايا¹.

أما عن أخلاقيات الصحافة في العالم الرقمي، فيعطي الفيلسوف Charles ESS بُعداً شاملاً لأخلاقيات الميديا الرقمية² باعتبارها مُتصلة بالمجال الافتراضي بشكل عام. وهي من منظوره مرتبطة بالأخلاقيات التواصلية وبالقيم الكبرى التي تفترضها. كما أنّ أخلاقيات الميديا الجديدة هنا لا ترتبط فقط بظهور الحاجة إلى تنظيم الاستخدامات المؤسسية للميديا الاجتماعية، بل بتطوّرات التكنولوجيا بشكل عام، كما تؤكّد ذلك ما يُسمّى "أخلاقيات الكمبيوتر Computer Ethics"³

أمّا في مفهومها الضيق، فتشمل هذه الأخلاقيات الجديدة المشاكل والممارسات والمعايير ذات العلاقة بالميديا الإخبارية الرقمية Digital News Media والتي تتصل بالصحافة الإلكترونية والتدوين والتصوير

1 محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، ط1، الأردن، 2004، ص 33-34.

2 أنظر كتابه Digital Media Ethics الصادر عن دار نشر Polity عام 2013 (النسخة الثانية) متوفر على الرابط <http://www.amazon.com/Digital'Media'Ethics'Charles'Ess/dp/0745641644>

3 الصادق الحمادي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الجديدة، مجلة الإعلام والعصر، الإمارات العربية المتحدة، سبتمبر، 2013، ص 8.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

الصحفي الرقمي وصحافة المواطن والميديا الاجتماعية. كما لهذه الأخلاقيات بالطرق التي يستخدمها المهنيون للبحث عن القصص الإخبارية ونشرها والتعاطي مع المضامين التي ينتجها المواطنون¹.

وفي هذا الإطار يرى "ستيفن وارد Stephen Ward" أنّ الرهان الأساسي في هذا المجال الآن، يتّصل بابتكار ما يُطلق عليه الأخلاقيات المندجة Integrated Ethics في سياق أضحت فيه غرفة الأخبار مندجة تتفاعل فيها المضامين الداخلية والخارجية التي ينتجها الصحفيون والمواطنون والمدوّنون والمتعاونون وأنواع متعدّدة من الصحافة سمعية ومكتوبة وسمعية بصرية ومطبوعة ومتعدّدة الوسائط. فالصحافة الجديدة، حسب وارد، متعدّدة المكونات Layered journalism تمثّل خليطاً من أنواع مختلفة من الصحافات. إنّ هذه التحوّلات المتعدّدة التي طرأت على مهنة الصحافة تستدعي من الصحفيين التفكير من منظور أخلاقي في مهنتهم وفي هويتها (ما هي الصحافة؟) وفي هويتهم (من هو الصحفي الآن؟)²

ويمكن تقسيم المبادئ الأخلاقية للعمل الصحفي إلى قسمين:

- **مبادئ مُشجّعة:** مبادئ تدفع بالصحفي إلى السعي لاكتشاف الحقيقة بشكل مُستقلّ، وتضمّ عدداً من المبادئ؛ مثل السعي لاكتشاف الحقيقة، مُراعاة شمولية المعلومات، الدقة والتوازن والتنوع، والإطار الصحفي والحياد، والاستقلال في التغطية دون خوف أو تحيُّز لأي طرف على حساب طرف آخر.
- **مبادئ مُقيّدة:** وهي مبادئ تدفع الصحفيين لاستخدام حرية التعبير بمسؤولية وعدم التّسبّب في الإضرار بالآخرين.

والعلاقة بين المبدئين هي كيفية استخدامهما في المواقف الصّعبة وإحداث توازن بين مبدئين أو أكثر بحسب صعوبة الموقف، وأحياناً يتمّ الانحياز إلى مبدأ على حساب الآخر حسب الموقف³.

وبعد استعراض مختلف هذه المفاهيم المرتبطة بأخلاقيات مهنة الصحافة، تكوّنت لدى الباحثة صورة كافية لتقديم تعريف إجرائي لأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية في أطروحتها كالتالي: هي مصفوفة من الضوابط والقيم الأخلاقية الواجب على الصحفي العامل بمجال الصحافة الإلكترونية احترامها

¹ الشبكة العربية لدعم الإعلام، بحث في مسألة الأخلاقيات في مهنة الصحافة، مقال منشور بتاريخ 19 نوفمبر 2012، متوفر على الرابط:

<http://asahnetwork.org> تاريخ الزيارة: 15:20 2018/08/22.

² الصادق الحمادي، مرجع سابق، ص 9.

³ الشبكة العربية لدعم الإعلام، مرجع سابق.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

وتطبيقها أثناء جمع المعلومات، معالجتها وقبل نشرها في الفضاء الإلكتروني، وعلى رأس هذه القيم المصدقية، الموضوعية، المسؤولية، الحياد، الإنصاف، العدالة والتوازن في نشر الأخبار. بحيث يضمن القيام بواجبه الأخلاقي تجاه الجمهور كاملاً غير منقوص.

4-2- التشريعات الإعلامية

إن كلمة التشريع ترجع في أصلها اللغوي إلى مادة "شرع" أي "سن" أو "قن" .. واستخدام لفظ "الشريعة" يعني الأحكام العملية دون الاعتقادات القلبية وهذا هو الغالب لدى العلماء.. قال الله تعالى: {لكلّ جعلنا منكم شرعة ومنهاجا} (المائدة: 38)، وإذا كان مصطلح "التشريع" يستعمل بمعناه القديم الذي يشمل الأحكام الشرعية بما فيها العبادات والمعاملات أو السلوك الفردي والاجتماعي بصفة عامة فإنه في العصر الحديث يراد به المعنى الاصطلاحي من سن للقوانين التي تصدر عن الدول والحكومات.

ومن هنا أصبح يراد بمعناه القوانين والنظم، فصار الحديث عن الشريعة وتطبيقها ومرجعيتها يفهم منه عند الكثيرين ما يتعلق بالشئون العامة وما يدخل في اختصاص الولاية والقضاة، ومرد هذا المفهوم هو "شيوع استعماله وتداوله على ألسنة السياسيين والقانونيين من أساتذة جامعيين، ومن قضاة ومحامين".

وتعد التشريعات في هذا المقام هي القوانين التي تسنها الدولة لتحديد خطى الصحافة والإعلام وتحاسب على أساسها الأفراد والمؤسسات في ضوء قانون عام للدولة هو الدستور الشامل لكل موادها.

وعلى هذا فالتشريعات بشكل أو بآخر هي السند القانوني للدولة ضد الخارجين أو من تراهم خارجين، فهي -إذن - ضوابط وقيود تمهد للرقابة وتنطلق من مفهوم السلطة وحين ننظر إلى التشريع كنظام في صورته الراقية سنجد أن التنظيم التشريعي للظواهر الاجتماعية يبنى على أمرين لازمين، أولهما: تصور واقعي يتبناه المشرع في حقبة تاريخية محددة لأبعاد ومواصفات الظاهرة محل التنظيم ويقوم هذا التصور على إدراك موضوعي دقيق للظاهرة محل التنظيم ومواصفاتها العلمية والمادية. وثانيهما: اعتناق المشرع إطاراً فلسفياً قيمياً يؤمن به ويتخذه أساساً لتوجهات التشريع. ومن هنا درج المنظرون لفلسفة التشريع على القول أن التشريع علم بصياغة أو علم وفن.. وأن علم التشريع يتكون من تصور واقعي وتوجهات

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

نظرية، وأنه بقدر ما تكون التوجهات القيمة للتشريع توجهات عادلة ورشيده بقدر ما يكون التشريع أقرب إلى الفاعلية والكفاءة والرشد والعكس صحيح¹.

وبعد عرض مختلف هذه المفاهيم المتعلقة بالتشريعات، تشير الباحثة إلى أنّ التشريعات المتبنّاة في الأطروحة، والضابطة لأخلاقيات مهنة الصحافة بمستوياتها هي: القوانين الوطنية، كالقانون العضوي للإعلام، قانون العقوبات، وموآثيق الشرف الوطنية المتمثلة أساساً في ميثاق شرف مهنة الصحافة 2000.

4-3- الصحافة الإلكترونية

استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين فتابعوها بالرصد والتحليل، وكانت نتيجة ذلك ظهور العديد من التعريفات الخاصة التي تتشابه في جوانب وتختلف في أخرى، ومن بين التعاريف التي رصدناها، تعريف الصحافة الإلكترونية على أنّها "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني (الانترنت وشبكات المعلومات والاتصال الأخرى). تُستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مُضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها للجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة"².

بينما يُعرّفها البعض: "بأنّها الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الانترنت، سواء كانت هذه الصحف بمثابة نُسخ أو إصدارات إلكترونية لُصُف ورقية مطبوعة أو موجز لأهم محتويات النُسخ الورقية، أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات عادية مطبوعة على الورق، وتتضمن مزيجاً من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور والخدمات المرجعية، حيث يشير تعبير online journalism تحديداً في معظم الكتابات الأجنبية إلى تلك الصحف والمجلات الإلكترونية المستقلة، أي التي ليس لها علاقة بشكل أو بآخر بصحف ورقية مطبوعة"³.

¹ محمد نور فرحات، تشريعات الصحافة العربية بين حقوق الإنسان وثورة الاتصالات الدولية، متوفر على الرابط:

[www.almotamar.com.ly/2002/25/docnment 25/m9.doc](http://www.almotamar.com.ly/2002/25/docnment%2025/m9.doc) تاريخ الزيارة : 2018/12/24 14:25.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار البازوري للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2014، ص 8.

³ المرجع نفسه، ص 9.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

بدوره، يُثبت الدكتور "رضا عبد الواحد أمين" المفهوم الآتي "هي وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط multimedia تُنشر فيها الأخبار والمقالات وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية، الانترنت، بشكل دوري وبرقم مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة"

كما عرّفها "عبد الرزاق الدليمي" بأنها "جمع وإعداد وتحرير الأخبار، وفق كتابة مصممة للانترنت وبثها عبر الأقمار الصناعية وكابلات الاتصال، فهي الصحافة الممارسة على شبكة الانترنت، حيث تقوم ببث رسائل إلكترونية إلى جمهور غير محدد جغرافياً، لتقدم لهم الأخبار والتقارير والتحليلات والحقائق والأحداث الجارية، بآنية وبسرعة نقل وتفاعلية وسرعة استرجاع وأرشفة إلكترونية تُمكنُ القارئ من البحث في مئات الصفحات المنشورة سابقاً، وتخطت الحدود لتحظى بصفة الكونية ومساحات لا محدودة من الصفحات، ناهيك عن أنّها وسيلة مُتعدّدة الوسائط، بحيث استطاعت تقديم خدمات إذاعية وتلفزيونية وصولاً للبتّ الفضائي الحي¹"

وكتعريف إجرائي للصحافة الإلكترونية حسب متطلبات دراستنا، نعني بها "مجموع المواقع الإلكترونية الإعلامية الجزائرية التابعة لمؤسسات صحفية ناشطة، تقدم خدمات إعلامية وإخبارية في مختلف ميادين الحياة كالسياسة والاقتصاد والثقافة والترفيه والصحة وتمتلك نسخة ورقية منها، لكنّ هذه المواقع تقدّم خدمات إضافية تتناسب مع خصوصيات الشبكة العنكبوتية، وعلى رأسها الخدمات التفاعلية".

¹ عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011، ص 218.

ثانياً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة ومنهجها

تهدف الدراسات العلمية إلى تقديم نتائج مُؤسَّسة وموثوقة، قائمة على اتباع طرق ومناهج علمية واضحة المعالم، دقيقة ومدروسة تحريماً للموضوعية، وتأكيداً على المصدقية، وفي هذا الإطار يُعرَّفُ المنهج على أنه "طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي للكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة، تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة، وهو أداة لاختبار الفروض، ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها"¹.

وتتماشى المناهج البحثية في مجملها مع التصنيفات الكبرى للدراسات، فقبل تحديد المنهج، يجب على الباحث أن يُحدِّد إلى أي نوع من البحوث تنتمي دراسته، وهذا ما قامت به الباحثة، إذ حدّدت نوع دراستها على أنها "دراسة وصفية"؛ والتي تُعرَّفُ على أنها "أسلوب من أساليب البحث المُرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع معيّن، مُحدّد عبر فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية تنسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"². كما تُعرَّفُ على أنها "الطريق أو مجموعة الطّرق التي يتمكّن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظروف المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين الظواهر الأخرى المؤثّرة والمتأثّرة بها، كما تصوّر شكل العلاقة بين مُتغيّراتها، باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها"³.

كما أنّ أوّل شرط يجب أخذه بعين الاعتبار في تحديد المنهج، أو المناهج الملائمة للدراسة، يتمثّل في تحديد السياق الزمني الذي تنتمي إليه المشكلة المبحوثة، فإذا كانت الظاهرة محلّ الدراسة تنتمي إلى الحاضر

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، ط2، القاهرة (مصر)، 2004، ص 15.

² منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة، ط1، عمان، 2014، ص 308.

³ المرجع نفسه، ص 309.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

القائم، فإنّ المنهج الملائم لمثل هذا النوع من الدراسات هو "منهج المسح"، الذي يساعد على مسح الظاهرة (جردها) في إطار واقعها الطبيعي¹.

ويهدف الوقوف على مكانة أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحف الإلكترونية الجزائرية محل الدراسة، فضلا عن رصد مختلف العوامل التي تؤثر على الصحفي أثناء ممارسته لمهنته وتتحكم في مدى التزامه بهذه الأخلاقيات من عدمه، من هذا المنطلق اعتمدت الدراسة على "المنهج المسحي" الذي يهدف إلى "توضيح الطبيعة الحقيقية للأشياء أو المشكلات، أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع للوقوف على الظروف المحيطة بها والأسباب الدافعة إلى ظهورها، فالمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، وفي مكان معين وزمان معين"²

وقد اعتمدت هذه الدراسة الوصفية على منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، على مستوى كلّ من المضمون والقائم بالاتصال؛

- على مستوى المضمون: استُخدم في تحليل مضمون المواد الإعلامية المنشورة في الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة، بهدف الوقوف على الجانب القيمي والأخلاقي على مستواها.

- على مستوى الصحفيين: تمّ استخدامه في جمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة المدروسة من وجهة نظر الصحفيين العاملين بالصحيفة الإلكترونية، خاصة وأنّ المنهج يتناسب وأهداف الدراسة ويعطي نتائج ممثلة لمجتمع البحث.

2- أدوات جمع وتحليل البيانات

تتميّز هذه الدراسة بعملها على الجمع بين جانبيّ المسح الإعلامي؛ إذ اهتمت بمسح المضامين المنشورة على مستوى الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة (الشروق أون لاين) وذلك بالاعتماد على أداة تحليل المضمون، واهتمت علاوة على ذلك بمسح ميداني استهدف القائم بالاتصال والمتمثّل في الصحفيين العاملين بذات المؤسسة باستخدام أداة الاستمارة، ممّا يسمح في نهاية الدراسة بتقديم نظرة شاملة متكاملة المعالم بين المضامين

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010، ص 95-96.

² منال هلال المزاهرة، مرجع سابق، ص 325.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

والقائمين على نشرها، لتوحيد الرؤية، والوقوف على مكامن الاختلال فيها، ومن هذا المنطلق تم الاعتماد على الأدوات البحثية الآتية:

2-1-1- أداة تحليل المضمون

2-1-1-1- تعريف أداة تحليل المضمون

إنّ كلمة تحليل تعني تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية، في حين تشير كلمة مضمون إلى ما يحتويه الوعاء اللغوي أو التسجيلي، الصوتي أو الفلمي أو الكلامي أو الإيمائي من معاني مختلفة، يعبر عنها الفرد في نظام معيّن من الرموز لتوصيلها إلى الآخرين¹.

وعلى الرغم من الوضوح النسبي لمفهوم تحليل المضمون منذ البداية، إلا أنّ العديد من الباحثين اجتهدوا في إيجاد تعريفات مضبوطة ومحددة له، نذكر منها:

تعريف "كابلان" "Kaplan" لتحليل المضمون على أنّه: أسلوب فني يتم في ضوءه تصنيف الرموز، وبعبارة أخرى العدّ الإحصائي للمعاني مبيّناً معدّل تكرارها ونسبها المعنوية.

ويستخدم مصطلح الأسلوب والأداة للدلالة على نفس المعنى على الرغم من أنّ هناك من ينظر إلى الأداة كوعاء لجمع المعطيات البحثية، والأسلوب كطريقة لاستخدام تلك المعطيات ومعالجتها، في حين يرى البعض الآخر أنه يمكن استخدام أحد المصطلحين للدلالة على الآخر².

من جهته "برلسون" "BERLSON" يركز على جانب التأثير الذي يسعى تحليل المضمون إلى كشفه بالقول "تحليل المضمون المنظم يسعى إلى بلورة الوصف العادي للمضمون أو المحتوى حتى يمكن إظهار طبيعة المنبهات والمؤثرات المتضمنة في الرسالة الموجهة للقارئ أو المستمع أو المشاهد، ووقتها النسبية على أسس موضوعية"³.

وبهدف الوصول إلى المعاني المختلفة التي تحملها المواد الإعلامية في أوعيتها المختلفة، لا بدّ من القيام بتفكيك البناء المادي للمادة الإعلامية المدروسة (المبنى، الدال، signifiant) وهذا وفق خطوات منظمة

¹ أحمد بن مرسللي، مرجع سابق، ص 253.

² سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط2، مصر، 1995، ص 227-228.

³ صالح بن بوزة، مناهج بحوث الإعلام- التصنيفات المختلفة وبعض القضايا الخلافية، المجلة الجزائرية للاتصال، ع 11 و12، 1995، ص 23.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

نتوخى فيها الدقة في العمل، من أجل بلوغ هذه الأجزاء المادية للمادة المدروسة، كما عبّر عنها صاحبها صراحة، ثم الانتقال إلى بحث المعاني (المعنى، المدلول، signifié) التي تحملها هذه البيانات المادية¹.

تأسيساً على ذلك عرّفت الباحثة "نوال محمد عمر" تحليل مضمون مواد الإعلام والاتصال، بأنه تفكيك ما ينتجه القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري المكتوبة والمسموعة والمرئية -والإلكترونية- من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال. ويتوسع "جانيس" في ذات الفكرة، إذ يعتبر تحليل المضمون ذلك "الأسلوب الذي يُستخدم في تصنيف وتبويب المادة الإعلامية، ويعتمد أساساً على تقدير الباحث أو مجموعة الباحثين، ويتم بمقتضاه تقسيم المضمون إلى فئات استناداً إلى قواعد واضحة، بافتراض أنّ تقدير القائم بالتحليل يتم على أساس أنه باحث علمي، وتُحدّد نتائج تحليل التكرارات ظهور وحدات التحليل في السياق"².

انطلاقاً من التعريفات المعروضة أعلاه، يتّضح أنّ الغرض الأساسي الذي كان وراء استخدام أداة تحليل المضمون يكمن في إخراج عملية قراءة النصوص من نطاق الحدس الذاتي والانطباع الشخصي في فهمها؛ أي إبعاد تدخّل ذاتية الباحث في هذه العملية، وتجنّب الاعتماد على التأويل الفردي في إنجازها. وبالتالي كان الهدف النهائي من هذا الاستخدام هو الحرص على أن يكون التحليل موضوعياً؛ من خلال اتباع خطوات علمية دقيقة تسمح بالوصول إلى النتائج نفسها مهما كان القائم بالتحليل. وشاملاً؛ في حصر جميع عناصر الموضوع المدروس. ومنهجياً؛ في اتباع قواعد مضبوطة صارمة غير قابلة للتغيير. وكمياً؛ في اعتماد أسلوب القياس الحسابي أثناء التعبير عن النتائج.

2-1-2- تعريف فئات المضمون والشكل

اعتمدت الباحثة في هذا السياق على استمارة تحليل المضمون، أين قسّمتها إلى فئات خاصة بالمضمون، وأخرى خاصة بالشكل، تمّ عرضها في الجدول أدناه:

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 260.

² سمير حسين، تحليل المضمون، عالم الكتب، ط1، مصر، 1983، ص 17.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

جدول رقم (1) يوضح فئات المضمون والشكل

نوع الفئة	الفئة	التعريف الإجرائي	الفئات الفرعية
فئات المضمون	القيم	هي مجموعة المعايير والمبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي التحلي بها وأخذها بعين الاعتبار عند جمع ومعالجة ونشر الأخبار والمعلومات على الموقع الإلكتروني لصحيفته، وكل مخالفة لها تعدّ انتهاكاً لأخلاقيات المهنة الصحفية.	المصادقية
			الموضوعية
			الحياد
			المسؤولية
			الدقة والأمانة
			الإنصاف
			التوازن والعدالة في عرض الأخبار
	المصادر	هي الأماكن أو القنوات أو المؤسسات أو المواقع أو الأشخاص أو البرامج أو الوكالات التي يستقي منها الصحفي معلوماته.	مصادر رسمية
			مصادر شخصية
			مصادر إلكترونية
مصادر ميدانية			
الشخصيات	تمثل الأشخاص الطبيعيين والاعتباريين (المعنويين) الفاعلين في الحدث.	شخصيات وطنية	
		شخصيات إقليمية	
		شخصيات دولية	
الاتجاه	يمثل موقف صاحب الموضوع تجاه الحدث، ويتضح من خلال لغة الكتابة وعباراتها.	إيجابي	
		حيادي	
		سلي	
الوظائف	هي مجموع الواجبات والمسؤوليات التي تؤديها الوسيلة الإعلامية تجاه الجمهور.	وظيفة سياسية	
		وظيفة إخبارية	
		وظيفة اجتماعية	
		وظيفة اقتصادية	
		وظيفة تاريخية	

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

تعبوي	هو الغاية التي يسعى الصحفي أو	الهدف	فئات الشكل
توعوي تحسيبي	صاحب المادة المنشورة لتحقيقها لدى		
تنظيمي	الجمهور من خلال موضوعه.		
لغة عربية فصحي	هي طبيعة اللغة المستخدمة في كتابة	اللغة	
لغة إعلامية	المواضيع على الموقع الإلكتروني، والتي		
لغة دارجة	يستخدمها الصحفيون لتبليغ		
لغات أجنبية	المعلومات والأخبار والآراء، وتتنوع		
	حسب الفئات الفرعية المشار إليها.		
تطبيقات التفاعل مع المحتوى	هي مجموع التطبيقات التي تتيحها	التطبيقات	
تطبيقات التفاعل مع المحررين	شبكة الانترنت للتعامل بين أصحاب	التفاعلية	
تطبيقات الاتصال الشخصي بين المستخدمين	المواقع وزوار المواقع، وحتى بين		
	المستخدم والمحتوى المنشور، تُستخدم		
	لتفعيل وتحيين رجع الصدى، ويُتيحها		
	صاحب الموقع حسب ما يناسبه.		
الأساليب المنطقية	الطريقة التي ينتهجها صاحب الموضوع	الأساليب	
الأساليب غير المنطقية	لتبليغ أفكاره والتأثير على المتلقي.		
صور ثابتة	هي أشكال متعددة من طرق عرض	الوسائط	
فيديو	ونشر المادة الإعلامية وتقديمها	المتعددة	
روابط ونصوص فائقة	للمتلقي، وكلّما تمّ دمج أكثر من		
فلاش	شكل في موضوع واحد، كان أكثر		
ملفات صوتية	تأثير واستقطاباً للجمهور.		
أرشيف إلكتروني			

2-1-3 - تحديد وحدات التسجيل والقياس

تبعاً لما تمّ ذكره سابقاً، فإنّ أداة تحليل المضمون تقوم على تقطيع النصّ المدروس إلى وحدات (أجزاء) تُستخدم في قياس مدى تردّد الموضوع محلّ التحليل، وهي تُعرّف لدى الباحثين بوحدات التسجيل والقياس، كونها تُستخدم في الحساب التكراري لمدى ظهور البيانات في المضمون المُعالج، وتأسيساً على ذلك اعتمدت الباحثة في دراستها على الوحدات الآتية:

- **وحدة الكلمة؛** وذلك من خلال رصد الكلمات التي ترتبط بموضوع الدراسة وبالصفات التي تمّ تحديدها كما تمّ توضيحه سابقاً، خاصة فيما يتعلّق بالقيم الأخلاقية.
- **وحدة الفكرة؛** وقد تمّ الاعتماد على هذه الوحدة في ترميز المدلولات المستهدفة في التحليل كون الدراسة تعتمد أساساً على المعنى، وليس الكلمة فقط.
- **وحدة الشخصية؛** وقد تمّ الاعتماد على هذه الوحدة فيما يتعلّق بفئة الشخصيات.
- **وحدة مفردة النّشر؛** والتي تمّ توظيفها لرصد الوسائط المتعدّدة المرفقة مع المواضيع المنشورة (صور، فيديو، ملفات صوتية، روابط تشعبية...)

2-1-4 - إجراءات الصدق والثبات

تعتمد البحوث الإمبريقية على القياس Measurement بمعنى الربط بين المفاهيم والنظريات من جانب، وبين النتائج الفعلية والمؤثرات التطبيقية من جانب آخر، ولذلك فإنّ أهمّ ما يميز أدوات القياس، توافر خاصيتي الثبات Reliability والصدق Validity فيها¹.

وتسعى اختبارات الثبات إلى التأكيد من اتساق أداة جمع المعلومات أو المقياس في قياس ما يسعى الباحث إلى قياسه، بينما تسعى اختبارات الصدق إلى التأكيد من أنّ الأداة تقيس فعلاً ما يسعى الباحث إلى قياسه.²

¹ منال هلال المزاهرة، مناهج البحث الإعلامي، مرجع سابق، ص 410.

² John. Bowers, John Courtright, **Communication Research Method**, N Scott, Foresman and Company 1984, p 119.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

وعلى اعتبار أنّ كلا البحثين يكملان بعضهما، فلا غنى لأحدهما عن الآخر في التأكد من صلاحية الأداة وكفاءتها في جمع البيانات الأخرى، سنقوم في هذا العنصر من الدراسة بالعرض التفصيلي لاختبار الصدق والثبات لأداة تحليل المضمون.

تجدر الإشارة أولاً إلى قائمة المحكّمين مع الترميز كما يوضحها الجدول أدناه:

جدول رقم (2) يوضّح ترميز المحكّمين

الترميز	الاسم واللقب	الرتبة العلمية	مكان العمل
أ	ماجد ترابان	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام والاتصال - جامعة غزة (فلسطين)
ب	عزة عبد العظيم	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام - جامعة القاهرة (مصر)
ج	يسرى خالد إبراهيم	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام - جامعة بغداد (العراق)
د	وائل إسماعيل	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام - جامعة عين شمس (مصر)
هـ	داليا محمد عبد الله	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام - جامعة القاهرة (مصر)
و	نصر الدين لعياضي	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام - جامعة الجزائر 3
ز	عبد الكريم قلاطي	أستاذ التعليم العالي	كلية الإعلام - جامعة الجزائر 3
ح	زكريا بن صغير	أستاذ محاضر أ	قسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة بسكرة
ط	لبنى رحوموي	أستاذ محاضر أ	قسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة أم البواقي

حريّ بالذكر أنّ المحكّمين وافقوا كلياً على 29 فئة من أصل 38 في الاستمارة التي تمّ تقديمها للتحكيم، فيما تمّ الاختلاف على 9 فئات، أما الجدول أدناه فيوضّح عدد الفئات التي لقيت تأييد كلِّ مُحكِّم على حدى:

جدول رقم (3) يوضح عدد الفئات التي لقيت تأييد كل مُحكم

37	ماجد تربان	أ
38	عزة عبد العظيم	ب
38	يسرى خالد إبراهيم	ج
38	وائل إسماعيل	د
38	داليا محمد عبد الله	هـ
35	نصر الدين لعياضي	و
38	عبد الكريم قلاطي	ز
34	زكريا بن صغير	ح
31	لبنى رحموني	ط

ولمعرفة متوسط الاتفاق بين المُحكِّمين، اتبعت الباحثة مراحل العمل الآتية:

- حساب متوسطات الاتفاق بين المحكِّمين مثني مثني:

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(ب):

$$37-29=8 \text{ و } 38-29=9 \Rightarrow 29+(8+9)=46$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{46} = 63,04$ أي ما يعادل **0,63%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(و):

$$37-29=8 \text{ و } 35-29=6 \Rightarrow 29+(8+6)=43$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{43} = 67,4$ أي ما يعادل **0,67%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(ح):

$$37-29=8 \text{ و } 34-29=5 \Rightarrow 29+(8+5)=42$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{42} = 69,04$ أي ما يعادل **0,69%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(ط):

$$37-29=8 \text{ و } 31-29=2 \Rightarrow 29+(8+2)=39$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{39} = 74,35$ أي ما يعادل **0,74%**

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- حساب متوسط الاتفاق بين (ب) و(و):

$$38-29=9 \text{ و } 35-29=6 \Rightarrow 29+(9+6)=44$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{44} = 65,9$ أي ما يعادل **0,66%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ب) و(ج):

$$38-29=9 \text{ و } 38-29=9 \Rightarrow 29+(9+9)=47$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{47} = 61,7$ أي ما يعادل **0,62%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ب) و(ح):

$$38-29=9 \text{ و } 34-29=5 \Rightarrow 29+(9+5)=43$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{43} = 67,44$ أي ما يعادل **0,67%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ب) و(ط):

$$38-29=9 \text{ و } 31-29=2 \Rightarrow 29+(9+2)=40$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{40} = 72,5$ أي ما يعادل **0,72%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (و) و(ح):

$$35-29=6 \text{ و } 34-29=5 \Rightarrow 29+(6+5)=40$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{40} = 72,5$ أي ما يعادل **0,72%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (و) و(ط):

$$35-29=6 \text{ و } 31-29=2 \Rightarrow 29+(6+2)=37$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{37} = 78,37$ أي ما يعادل **0,78%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ح) و(ط):

$$34-29=5 \text{ و } 31-29=2 \Rightarrow 29+(5+2)=35$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{29 \times 100}{35} = 82,85$ أي ما يعادل **0,83%**

- حساب متوسط الاتفاق الكلي

فيما يخص متوسط الاتفاق بين المحكّمين التسعة، فيحسب عن طريق جمع المتوسطات التي تمّ الحصول عليها، ثمّ تقسيمها على عدد المتوسطات، كما يلي:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

$$0,63+0,67+0,69+0,74+0,66+0,62+0,67+0,72+0,72+0,78+0,83 / 11 = 7,73 / 11 = \boxed{0,70\%}$$

ومنه فإنّ 0,70% تمثّل نسبة الاتفاق بين المحكّمين التسعة الذين أبدوا ملاحظاتهم حول الاستمارة التحليلية الخاصة بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية والمُنجزه على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، وبالرجوع إلى معادلة هولستي لحساب معامل الثبات:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد المحكّمين} \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكّمين}}{1 + (\text{المحكّمين عدد} - 1) \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكّمين}}$$

وبالتعويض، فإن:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{0,70 \times 9}{0,70 \times (1-9) + 1} = \frac{6,3}{6,6} = 0,95$$

ومنه فإنّ معامل الثبات 0,95 يمثّل نسبة كافية تفوق النسبة المطلوبة والمعتمدة في إنجاز البحوث، والتي تُقدّر بـ 0,80، وهذا دليل على صدق أداة الدراسة، وبالتالي فهي صالحة لقياس ما وضعت لقياسه.

2-2-أداة الاستمارة

2-2-1-تعريف أداة الاستمارة

يُعتبر الاستبيان من أدوات البحث شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يُستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث.

وحسب أحمد بن مرسل¹ فإن الاستمارة يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية ودقيقة أكثر من المقابلة وهذا نظراً لكون الاستمارة توفر للمبحوث الحرية في الإجابة دون إحراج؛ ويعرف الاستبيان بأنه: "تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية، في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة"¹

وقد استخدمت الباحثة الاستبيان في البحث كونه "يساعد الباحث على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار والتشتت، بالإضافة إلى عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء، ويوفر كثيراً من الجهد والوقت، ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج"²

2-2-2-عرض محاور الاستمارة

حاولت الباحثة من خلال الاستمارة التي تم إعدادها، أن تكون محاورها واضحة ومتوازنة قدر المستطاع، تغطي موضوع الدراسة، وترتبط بالنظريات التي بُني عليها الموضوع، ومن هذا المنطلق احتوت الاستمارة على 20 سؤالاً موزعاً بين أسئلة خاصة بسمات مفردات الدراسة، وأخرى على 4 محاور، على النحو الآتي:

- المحور الأول: وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية، وتضمّن 5 أسئلة.
- المحور الثاني: الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية، وتضمّن 5 أسئلة.
- المحور الثالث: الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية، وتضمّن 4 أسئلة.
- المحور الرابع: تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر، وتضمّن سؤالين.
- المحور الخامس: معلومات شخصية حول مفردات الدراسة، وتضمّن 4 أسئلة.

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 220.

² محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2000، ص 106.

2-2-3- تفرغ وتحليل البيانات من خلال حزمة برنامج Spss.v25 للتحليل

الإحصائي

استعانت الباحثة بحزمة برنامج Spss.v25 للتحليل الإحصائي في تحليل البيانات المتحصّل عليها بعد تفرغ الاستمارتين (التحليلية والميدانية)، وبعد عملية ترميز المدخلات، تمّ بالاعتماد على البرنامج، إجراء كلّ العمليات الحسابية من أجل تحليل الأرقام والإحصائيات المتحصّل عليها، وقد جاءت على النحو الآتي:

- التكرارات والنسب المئوية: لتحليل إجابات مفردات العينة والتعرف على اتجاهاتهم نحو أسئلة وعبارات الاستبيان، ولقياس ظهور مؤشرات الفئات المستخدمة في استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة التحليلية.

- الوسط الحسابي: يُعرّف على أنّه القيمة التي لو حلّت محل جميع القيم لا يتغير مجموعها، ويُستخدم من خلال جمع القيم وقسمتها على عدد المفردات، أي أنّه يأخذ جميع القيم المتاحة في الاعتبار، لكن يُعابّ عليه تأثره بالقيم المتطرفة سواء كانت صغيرة جداً أو كبيرة جداً، ولهذا لا يُفضّل الاعتماد عليه بمفرده في حالة وجود بيانات متطرفة. ومن هذا المنطلق اعتمدنا أيضاً على أحد معاملات التشتت وهو "الانحراف المعياري".

- الانحراف المعياري: وهو أحد مقاييس التشتت، يُستخدم لمعرفة درجة انحراف قيم البيانات عن وسطها الحسابي، وقد استخدمناه مع الوسط الحسابي لتكون النتائج أكثر دقة للتحليل.

- اختبار كا²: يُستخدم هذا الاختبار الإحصائي لدراسة العلاقة بين متغيرين، وقد تمّ توظيفه في الدراسة لمعرفة ما إذا كانت هناك علاقة ارتباط بينهما أم لا.

- اختبار ألفا كرونباخ ومعادلة هولستي لاختبار الثبات.

2-2-4- إجراءات الصدق والثبات

أولاً: اختبار الصدق

يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وقد قمنا بالتأكد من صدق الاستبيان من خلال الصدق الظاهري للاستبيان (صدق المحكمين)، أين تمّ عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في علوم الإعلام والاتصال بمختلف تفرعاتها، من جامعات وطنية وأخرى عربية، وكمرحلة أولى في اختبار الصدق تمّ ترميز المحكمين (كما تمّ العمل به في الاستمارة التحليلية)، ثم:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- حساب متوسط الثبات وفق معادلة هولستي

عدد المحكمين \times متوسط الاتفاق بين المحكمين

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد المحكمين} \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}{1 + (\text{المحكمين عدد} - 1) \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}$$

- تطبيق اختبار الصدق على الاستمارة الميدانية

تجدر الإشارة أولاً إلى أنّ المحكمين وافقوا كلياً على 12 سؤالاً من أصل 20 في الاستمارة التي تمّ تقديمها للتحكيم، فيما تمّ الاختلاف على 8 أسئلة، أما الجدول أدناه فيوضّح عدد الأسئلة التي لقيت تأييد كلِّ مُحكِّمٍ على حدى:

جدول رقم (4) يوضّح عدد الأسئلة التي لقيت تأييد كلِّ مُحكِّمٍ

أ	ماجد تربان	13
ب	عزة عبد العظيم	13
ج	يسرى خالد إبراهيم	18
د	وائل إسماعيل	16
هـ	داليا محمد عبد الله	17
و	نصر الدين لعباضي	14
ز	عبد الكريم قلاطي	14
ح	زكريا بن صغير	17
ط	لبنى رحموني	16

ولمعرفة متوسط الاتفاق بين المُحكِّمين، اتبعت الباحثة مراحل العمل الآتية:

حساب متوسطات الاتفاق بين المحكمين مثنى مثنى:

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(ب):

$$13-12=1 \text{ و } 13-12=1 \Rightarrow 12+(1+1)=14$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{14} = 85,71$ أي ما يعادل **0,85%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(ج):

$$13-12=1 \text{ و } 18-12=6 \Rightarrow 12+(1+6)=19$$

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{19} = 63,15$ أي ما يعادل **0,63%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(د):

$$13-12=1 \text{ و } 16-12=4 \Rightarrow 12+(1+4)=17$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{17} = 70,58$ أي ما يعادل **0,70%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(هـ):

$$13-12=1 \text{ و } 17-12=5 \Rightarrow 12+(1+5)=18$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{18} = 66,66$ أي ما يعادل **0,66%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(و):

$$13-12=1 \text{ و } 14-12=2 \Rightarrow 12+(1+2)=15$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{15} = 85,71$ أي ما يعادل **0,85%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (أ) و(ب):

$$13-12=1 \text{ و } 13-12=1 \Rightarrow 12+(1+1)=14$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{14} = 80$ أي ما يعادل **0,80%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ج) و(د):

$$18-12=6 \text{ و } 16-12=4 \Rightarrow 12+(6+4)=22$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{22} = 54,54$ أي ما يعادل **0,54%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ج) و(هـ):

$$18-12=6 \text{ و } 17-12=5 \Rightarrow 12+(6+5)=23$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{23} = 52,17$ أي ما يعادل **0,52%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (ج) و(و):

$$18-12=6 \text{ و } 14-12=2 \Rightarrow 12+(6+2)=20$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{20} = 60$ أي ما يعادل **0,6%**

- حساب متوسط الاتفاق بين (د) و(هـ):

$$16-12=4 \text{ و } 17-12=5 \Rightarrow 12+(4+5)=21$$

وبالاعتماد على العملية الثلاثية $\frac{12 \times 100}{21} = 57,14$ أي ما يعادل **0,57%**

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

- حساب متوسط الاتفاق بين (د) و(و):

$$16-12=4 \text{ و } 14-12=2 \Rightarrow 12+(4+2)=18$$

$$0,66\% \text{ وباعتماد على العملية الثلاثية } \frac{12 \times 100}{18} = 66,66 \text{ أي ما يعادل}$$

- حساب متوسط الاتفاق بين (د) و(ط):

$$16-12=4 \text{ و } 16-12=4 \Rightarrow 12+(4+4)=20$$

$$0,60\% \text{ وباعتماد على العملية الثلاثية } \frac{12 \times 100}{20} = 60 \text{ أي ما يعادل}$$

- حساب متوسط الاتفاق بين (هـ) و(و):

$$17-12=5 \text{ و } 14-12=2 \Rightarrow 12+(5+2)=19$$

$$0,63\% \text{ وباعتماد على العملية الثلاثية } \frac{12 \times 100}{19} = 63,15 \text{ أي ما يعادل}$$

- حساب متوسط الاتفاق بين (هـ) و(ح):

$$17-12=5 \text{ و } 17-12=5 \Rightarrow 12+(5+5)=22$$

$$0,54\% \text{ وباعتماد على العملية الثلاثية } \frac{12 \times 100}{22} = 54,54 \text{ أي ما يعادل}$$

حساب متوسط الاتفاق الكلي

فيما يخص متوسط الاتفاق بين المحكمين التسعة، فيحسب عن طريق جمع المتوسطات التي تم الحصول عليها، ثم تقسيمها على عدد المتوسطات، كما يلي:

$$0,85+0,63+0,7+0,66+0,85+0,8+0,54+0,52+0,6+0,57+0,66+0,6 \\ +0,63+0,54 / 14 = 9,15 / 14 = 0,65\%$$

ومنه فإنّ 0,65% تمثّل نسبة الاتفاق بين المحكمين التسعة الذين أبدوا ملاحظاتهم حول الاستمارة الميدانية الخاصة بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية والمُنجزة على الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين، وبالرجوع إلى معادلة هولستي لحساب معامل الثبات:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{عدد المحكمين} \times \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}}{\text{عدد المحكمين} \times (1 - \text{متوسط الاتفاق بين المحكمين}) + 1}$$

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

وبالتعويض، فإن:

$$\frac{0,64 \times 9}{0,64 \times (1-9) + 1} = \frac{5,76}{6,12} = 0,94 \quad \text{معامل الثبات:}$$

ومنه فإن معامل الثبات 0,94 يمثل نسبة كافية تفوق النسبة المطلوبة والمعتمدة في إنجاز البحوث، والتي تُقدَّر بـ 0,80، وهذا دليل على صدق أداة الدراسة، وبالتالي فهي صالحة لقياس ما وضعت لقياسه.

ثانياً: اختبار الثبات

يقصد بثبات الاستبيان؛ أنه يعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى، أن ثبات الاستبيان؛ يعني الاستقرار في نتائج الاستبيان، وعدم تغييرها بشكل كبير، فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة، عدة مرات، خلال فترات زمنية معينة، وقد تم التحقق من ثبات استبيان الدراسة، من خلال معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's) كما هو مبين في الجدول الموالي:

الجدول رقم (5) يبيّن قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاور أداة الدراسة

معامل ألفا كرونباخ (Alpha Cronbach's)		محاور الاستبيان	
عدد العبارات	القيمة		
5	0,748	وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية	المحور الأول
5	0,832	الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية	المحور الثاني
4	0,791	الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية	المحور الثالث
2	0,875	تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر	المحور الرابع
16	0,811	جميع عبارات الاستبيان	

المصدر: من إعدادنا بالاعتماد على مخرجات حزمة برنامج Spss.v25

ويتّضح من خلال الجدول أعلاه أنّ قيمة معامل ألفا كرونباخ قد تجاوزت 60% لأنّ القيمة محدّدة بين (0) و(1)، والقاعدة تقول أنّه كلّما زادت قيمته كلّما زادت درجة الصدق والثبات بين أسئلة الاستبيان.

3- مجالات الدراسة

تُغنى دراستنا بالبحث في أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، حيث تركز على مدى احترام المضامين المنشورة إلكترونياً للأخلاقيات من جهة، ومدى إحاطة العاملين بالصحافة الإلكترونية لخصوصية الأخلاقيات المهنية بهذا النوع الجديد من الصحافة، والفروقات ما بين الصحافة التقليدية والإلكترونية، كما تسعى للوقوف على التصورات التي من شأنها الرقي بالصحافة الإلكترونية الجزائرية في هذا المجال، وهي بذلك تتخذ مجالات بحثية على النحو الآتي:

3-1- المجال الزمني

أ- مجال الدراسة التحليلية

تم اختيار الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" لإجراء الدراسة التحليلية على المواضيع التي تنشرها، وقد مرّت الدراسة التحليلية بعدة مراحل، تمّ رصدها على النحو الآتي:

- **جمع عينة التحليل:** وقد امتدّت عملية جمع المضامين التي تمّ إخضاعها للتحليل في الفترة الممتدّة من 1 جانفي 2018 إلى غاية 25 جانفي 2019 باستعمال عينة الأسبوع الصناعي، بالتالي حصلنا على 12 عدداً.

- **تحضير استمارة التحليل:** بدأ التفكير في الخطوط العريضة للاستمارة التحليلية أثناء فترة جمع العينة، وذلك من خلال الاطلاع المستمر على مكونات الصفحات الإلكترونية (الأركان، المواضيع، الطرق التفاعلية، الأساليب، اللغة، ...)، ثمّ تمّ الانطلاق في صياغتها بعد الانتهاء من جمع العينة، وقد دام العمل عليها 3 أشهر، مع العرض والتعديل الدائم من طرف المشرف.

- **ضبط الشكل النهائي:** ليتمّ، بعد تحكيم الاستمارة، عقد جلسة نهائية مع المشرفة لإعادة ضبط الاستمارة بشكلها النهائي بعد التعديلات المستقاة من عملية التحكيم.

- **التحليل:** انطلقت عملية التحليل مع نهاية شهر ماي 2019 واستمرّت إلى غاية أواخر شهر جويلية، إذ تمّ تحليل كافة الأعداد الموضوعية محلّ الدراسة استناداً إلى استمارة التحليل، ثمّ عرض ما تمّ التوصل إليه عن طريق جداول (تكرارات ونسب مئوية) وأشكال بيانية، ثمّ التعليق عليها وتحليلها، وأخيراً تمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

ب- مجال الدراسة الميدانية

- تحضير الاستمارة: بدأ التفكير في الخطوط العريضة للاستمارة الميدانية بعد الانتهاء من ضبط الشكل النهائي للاستمارة التحليلية، ثم تمّ الانطلاق في صياغتها بالتزامن مع عملية التحليل، وقد دام العمل عليها 15 يوماً، مع العرض والتعديل الدائم من طرف المشرف.
- ضبط الشكل النهائي: ليتمّ، بعد استقبال الردود من طرف المحكّمين، عقد جلسة نهائية مع المشرفة لإعادة ضبط الاستمارة بشكلها النهائي بعد التعديلات المستقاة من عملية التحكيم.
- توزيع الاستمارات: تمّ بتاريخ 27 جويلية 2019 التنقّل إلى مقرّ "الشروق أون لاين" الواقع بحي البدر-القبّة-الجزائر العاصمة، ثمّ توزيع الاستمارات على الصحفيين المتواجدين هناك، وكذا العاملين التقنيين، والبالغ عددهم إجمالاً 20.
- التحليل: انطلقت عملية التحليل مع مطلع شهر أوت 2019 واستمرّت إلى غاية منتصف شهر أكتوبر، وتمّ العمل على عرض النتائج على شكل جداول بسيطة (تكرارات ونسب مئوية)، وجداول مركّبة لعرض العلاقات الارتباطية بين المتغيرات، ثمّ تمّ التعليق على هذه الجداول وتحليل ما تحمله من أرقام ونسب، وأخيراً تمّ التوصل إلى مجموعة من النتائج.

3-2- المجال المكاني

إنّ مجتمع الدراسة هو المحدّد الأساسي للمجال المكاني، وقد اختارت الباحثة مجتمع دراستها التحليلية متمثلاً في جميع أعداد الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين"، أمّا عن الدراسة الميدانية فقد قامت بحصر شامل لجميع العاملين بالموقع الإلكتروني للصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين"، وبذلك فإنّ المجال المكاني سيكون محدّداً بالإطار الجغرافي للجزائر العاصمة، وبالضبط موقع مقرّ الصحيفة الإلكترونية الكائن بحي البدر-القبّة-الجزائر العاصمة.

4- مجتمع الدراسة وعينتها

4-1- مجتمع وعينة الدراسة التحليلية

يُعرف مجتمع البحث حسب "مادلين غرافيتس" و "grawitz" على أنه: "مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجري عليها البحث أو التقصي"¹ وعلى اعتبار أنّ دراستنا قد جاءت في شقّها التحليلي لتسليط الضوء على مدى احترام أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ونظراً لمقتضيات البحث وعدم إمكانية الحصر الشامل للتحديثات على مستوى المواقع الإلكترونية لهذه الصحف، كان لزاماً علينا العمل وفق مبدأ العينة، والتي تُعرف على أنّها "الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً سليماً"² و"إجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

فالعينة تمثل جزءاً من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات، ويتم اللجوء إليها عندما تغني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع"³ وعلى اعتبار أنّ الصحف الإلكترونية تنقسم بين ما لها أصل ورقي وصحف إلكترونية دون نسخة ورقية، ونوع ثالث يشمل أشكال النشر الإلكتروني كالتدوين مثلاً، ارتأت دراستنا التركيز على نوع واحد هو الصحف الإلكترونية التي تمتلك نسخة ورقية، وقد أخذنا منها نموذج هو الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين"، وقد اخترنا لدراستها أسلوب العينة العشوائية المنتظمة بطريقة الأسبوع الصناعي التي "تشابهه إلى حدّ ما بالعينة العشوائية البسيطة، إلا أنّ هذا النوع من العينات يعتمد على وجود نوع من النظام في اختيار العينات، حيث يكون مجتمع الدراسة محددًا ومعروفًا ومتجانسًا ومرتبًا في قوائم"⁴.

والجدول المرافق أدناه يوضّح كيفية اختيار مفردات عينة دراستنا التحليلية بالدورة الصناعية:

¹ مورييس أنجيس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة، ط1، الجزائر، 2004، ص 62.

² أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 170.

³ منال هلال المزهرة، مرجع سابق، ص 112.

⁴ المرجع نفسه، ص 122.

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

جدول رقم (6) يوضح اختيار العينة بالدورة الصناعية

الأسبوع الأول	الأسبوع الثاني	الأسبوع الثالث	الأسبوع الرابع	1/2 الأسبوع الخامس
اليوم 1				
	اليوم 2			
		اليوم 3		
			اليوم 4	
اليوم 1				
	اليوم 2			
		اليوم 3		
			اليوم 4	
				اليوم 5
	اليوم 6			
		اليوم 7		
			اليوم 1	

تمت عملية المعاينة للموقع الإلكتروني "الشروق أون لاين" خلال سنة كاملة، والتي بلغت 12 عدداً، في الفترة الممتدة بين 1 جانفي 2018 إلى غاية 25 جانفي 2019، وقد تمّ بلوغ هذا التاريخ نظير الاختلال الذي يقع مرة في السنة في عدد أسابيع الشهر الواحد، وكما يوضح الجدول فقد وقع الاختلال على مستوى شهر ماي، بالتالي لم تُسحب مفردة من هذا الشهر، ممّا جعل عملية السحب تمتد إلى غاية شهر جانفي من السنة الموالية، وهذا بهدف بلوغ النصاب الذي يساعد على أن تكون عملية التحليل أكثر شمولية ومصداقية.

والجدول أدناه يوضح التواريخ التي تمّ خلالها سحب مفردات العينة محل الدراسة:

الفصل الأول.....الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

جدول رقم (7) يوضح تواريخ الأعداد المختارة حسب أيام الأسبوع

الأحد	الاثنين	الثلاثاء	الأربعاء	الخميس	الجمعة	السبت
العدد 1	2018/1/1					
العدد 2		2018/2/6				
العدد 3			2018/3/14			
العدد 4				2018/4/19		
العدد 5					2018/6/1	
العدد 6						2018/7/7
العدد 7	2018/8/19					
العدد 8		2018/9/17				
العدد 9			2018/10/30			
العدد 10				2018/11/7		
العدد 11					2018/12/13	
العدد 12						2019/1/25

4-2- مجتمع وعينة الدراسة الميدانية

يُتَّسَم المجتمع البشري لعينة الدراسة بصغر العدد وسهولة البلوغ نظير تواجدهم في مكان واحد، وعلى اعتبار أنّ الدراسة في شقّها الميداني استهدفت الوقوف على مدى احترام الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني "الشروق أون لاين" لأخلاقيات مهنة الصحافة، والتعرّف على مختلف العوامل المحيطة بواقع ممارستهم المهنية؛ وفي الزيارة الميدانية الأولى التي قامت بها الباحثة لمقرّ الصحيفة الإلكترونية بتاريخ 6 جويلية 2017، والتي تحصّلت من خلالها على معلومات أولية حول عدد العاملين بالموقع (صحفيين وتقنيين)، بالتالي قرّرت الباحثة الاعتماد في هذا الشق من الدراسة على المسح الشامل.

والجدول أدناه يوضّح السمات العامة لمفردات الدراسة الميدانية:

جدول رقم (8) يوضّح السمات العامة لصحفيي الشروق أون لاين

المتغير	ك	%	المجموع
النوع	ذكر	12	60
	أنثى	8	40
السن	أقل من 25 سنة	0	0
	من 25 إلى أقل من 35	13	65
	من 35 إلى أقل من 45	7	35
	45 سنة فما فوق	0	0
الجزيرة بالعمل الإلكتروني	أقل من 3 سنوات	1	5
	من 3 إلى 6 سنوات	6	30
	أكثر من 6 سنوات	13	65
الدعم بالوسائل التكنولوجية	متوفر	6	30
	غير متوفر	14	70

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة وإجراءاته

يُتّضح من خلال الجدول أعلاه أن مفردات الدراسة الميدانية -المتمثلة في الصحفيين العاملين بالموقع

الإلكتروني الشروق أون لاين- تتميز بالسّمات الآتية:

- يوضّح الجدول أعلاه أنّ مفردات الدراسة ضمّت 60% من الذكور و 40% من الإناث، أي حوالي ثلث المفردات من النساء، والثلثان المتبقيان من الرجال. وترجع أسباب هذا التمثيل للتوعين في مجال العمل الإعلامي الإلكتروني إلى عدة أسباب، لعلّها تعود أساساً إلى طبيعة مهنة الصحافة التي تُعرف بـ "مهنة المتاعب" ما يجعلها أنسب للذكور أكثر من الإناث، زيادة على ذلك يُعتبر الرجال الأكثر إقبالاً وتعاطياً مع التكنولوجيات الحديثة أكثر من المرأة، وهو ما توصلت إليه العديد من الدراسات والتحقيقات الميدانية حول خصائص مُستخدمي الانترنت في الجزائر، كالدراسة التي أعدتها مؤسستا "إيدياتييك وميدكوم" والتي نُشرت نتائجها بتاريخ 13 أكتوبر 2010: حيث أظهرت أنّ 70% من مُستخدمي الانترنت في الجزائر من الذكور و 30% من الإناث (من كلّ الأعمار)¹.

- سجّلت نتائج الجدول حضوراً قوياً لفئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 25 وما يقل عن 35 سنة، إذ بلغت نسبتهم 65% من الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني "الشروق أون لاين"، مقابل 35% للعاملين الذين تتراوح أعمارهم بين 35 و 45 سنة، وهذا يؤكد دائماً أنّ الشباب هم الأكثر إقبالاً على التكنولوجيات الحديثة وما يرافقها من تطورات متسارعة مقارنة ببقية الفئات العمرية الأخرى.

- فيما يتعلّق بالخبرة بالعمل الإلكتروني، أظهرت مؤشرات الجدول أنّ 65% من العاملين بالموقع لديهم خبرة تزيد عن 6 سنوات، وهي فترة لا بأس بها، تجعلهم على دراية بالعديد من خبايا الفضاء الإلكتروني وتضمن التحسن والتطوّر الدائم لأدائهم ومستواهم، فيما بلغت نسبة العاملين الذين تتراوح خبرتهم بين 3 و6 سنوات 30%، فيم لم تتجاوز نسبة العاملين قليلي الخبرة (أقل من 3 سنوات) الـ 5%.

- أما فيما يخصّ الدعم بالوسائل التكنولوجية فهو غير متوفر حسب 70% من الصحفيين العاملين بالموقع، فيما أجابت الـ 30% المتبقية بتوفر الدعم الكافي بالوسائل التكنولوجية.

¹ محمد أمزيان برغل، اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني - دراسة تحليلية وصفية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2001، ص 100.

جامعة الأمير
عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الثاني: أخلاقيات الممارسة الإعلامية

أولاً: المداخل النظرية والاتجاهات المُفسِّرة لأخلاقيات مهنة الصحافة

- 1- نظريات الصحافة والأخلاقيات
- 2- الاتجاهات البحثية المعنية بتحليل أخلاقيات الممارسة الإعلامية

ثانياً: مصادر أخلاقيات الصحافة

- 1- ميثاق الشرف الإعلامي
- 2- القوانين الإعلامية

ثالثاً: أخلاقيات الممارسة الإعلامية بين البيئة الإعلامية التقليدية والرقمية

- 1- الرؤى المختلفة حول الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات العمل الإعلامي
- 2- قضايا أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي
- 3- تصور جديد لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الرقمية

رابعاً: نظرة تقييمية حول التجربة الجزائرية في أخلاقيات الممارسة الإعلامية

- 1- الدساتير الوطنية
- 2- قانون العقوبات
- 3- قوانين الإعلام الجزائرية
- 4- ميثاق أخلاقيات المهنة

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

أولاً: المداخل النظرية والاتجاهات المُفسِّرة لأخلاقيات مهنة الصحافة

يُطرح موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة قضية "الأخلاق"، باعتبارها قواعد ينبغي أن يسير المرء عليها، في ضوء مُثُلٍ عُليا يصبو إليها، وهي قضية تتراوح فيها الرؤيا ما بين النسبي والمطلق، فالبعض يعتبر الأخلاق مُطلقة وموضوعية وعالمية، والبعض الآخر يرى أنّ الأخلاق نسبيّة، تتغير من مكان لآخر، ومن زمان لآخر ومن فرد لآخر. الحقيقة أنّ كلا الطّرحين قد تعرّضا للانتقاد، كما ولّدا بدورها العديد من الرؤى بين مؤيد ومُعارض، لكن ما لا تختلف عليه هذه الأخيرة هو وجود قيم أخلاقية جوهرية أو مُطلقة يتشارك فيها الإعلاميون، وإن يكمنُ جوهر هذا الطرح في إمكانية السعي نحو التعرّف على ما قد تطرحه القوانين ومواثيق الشرف الصحفية من أخلاقيات والتزامات مهنية ذات طابع عالمي بين الصحفيين¹.

ومن هذا المنطلق سنتعرّض في هذا الجزء إلى النظريات الأخلاقية التي قامت عليها مهنة الصحافة منذ القدم، والتطوّرات التي عرفها هذا المفهوم على اختلاف العصور والحقب الزمنية، كما سنسلط الضوء في نفس السياق على الاتجاهات البحثية التي استندت على هذه النظريات بهدف تحليل أخلاقيات الممارسة الإعلامية.

1- نظريات الصحافة والأخلاقيات

يُعدّ التفكير الفلسفي المُجرّد مهد كلّ فكر جديد وعمود النظريات والقوانين التي عرفها العالم ولا زال يعرفها لحدّ الآن في جميع المجالات والاختصاصات، ونظريات الصحافة هي الأخرى جاءت نتاج ما توصل إليه الباحثون والدّارسون للإعلام بهدف تفسير ظاهرة الإعلام ومُحاولة التّحكّم فيها والتنبؤ بتطبيقاتها، وأثرها في المجتمع للوصول إلى علاقة السّلطة السياسية منذ الأزل ولإغاية الآن مع الإعلام، على اعتبار هذه الوسيلة (الإعلام) تمثّل ذراعاً من أذرع السّلطة في المجتمع، ووسيلة ربط وتبليغ، تنقل من خلالها رسائلها وبرامجها وأهدافها للمجتمع، كما وتعمل على تشكيل الرأي العام بما يتناسب وتوجّعاتها. وكما يشير تاريخ وسائل الإعلام، فالسّلطة لم تكن دائماً راضية على أداء هذه الوسيلة، التي تسعى دائماً إلى الاستقلال بذاتها وتقديم رسائلها ومضامينها بعيداً عن اختلاف التوجهات والإيديولوجيات. هذا ما سيُمدّدنا بالإضاءات التي ستقودنا للوقوف على مكانة أخلاقيات الممارسة الإعلامية في هذه النظريات.

¹ أنظر بحيث السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات، 2011، ص 14.

وتمثل كتاب (نظريات الصحافة الأربع) لإفريد سيرت وتيودو بيترسون وويلبر شرام أهم مصدر يُعالج نظريات الصحافة بدءاً من النظرية السلطوية التي ظهرت في القرنين 16 و17، مروراً بالنظرية الليبرالية التي شهدت تطوراً في القرن 17، ثم نظرية المسؤولية الاجتماعية التي يعتقد أصحابها أنّ للصحافة الحق في انتقاد الحكومة والمؤسسات، وعليها هي الأخرى مسؤوليات، وانتهاءً بالنظرية السوفييتية الشيوعية¹.

وقد رست دراستنا على استخدام تسمية "نظريات الصحافة" بدلاً من "نظريات الإعلام" على اعتبار أنّ الصحافة هي التي مهّدت الأرضية العلمية والبحثية لولادة هذه النظريات، كون الصحافة هي أقدم وسائل الإعلام، وأنّ الآراء والأفكار التي تبلورت فيها نشأت كلّها، أو معظمها، في الفترة التي كانت فيها الصحافة هي وسيلة الاتصال الوحيدة.

وفي العالم العربي، يُمثّل عبد الرحمان عزّي أحد القامات العلمية في مجال علوم الإعلام والاتصال، الذي ساهم هو الآخر في إضافة لبنة جديدة للبحوث والدراستات الغربية في مجال الأخلاقيات، تمثلت في نظرية 'الحمية القيمة'، التي تنطلق من القيمة، وكذا إسهامات الفلاسفة الأخلاقية العقلانية القائمة على المبادئ، وهي نظرية معيارية تُمثّل نقلة نوعية من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية، لتتخذ بذلك طابعاً إنسانياً يمتدّ في الزمان والمكان. وقد جند لشرح وتفسير هذه النظرية العديد من الكتب التي باتت مراجع اليوم يُستنار بها في سبيل فهم أكثر، وسعيّاً للتطوير من هذه النظرية، على غرار، "دعوة إلى فهم نظرية الحتمية القيمة في الإعلام"، "الجواب الكافي حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام"، "حوارات أكاديمية حول نظرية الحتمية القيمة في الإعلام"، "منهجية الحتمية القيمة في الإعلام"، وغيرها...

تمثّل هذه النظريات الخمس، حسب رأينا، القاعدة الأساسية التي يحتاج الباحث إلى الإحاطة بها من أجل فهم واستيعاب أخلاقيات الممارسة الإعلامية في شقّها الفلسفي المُجرّد، إذ أنّ هذه النظريات تنطلق من الفلسفات والقيم الإيديولوجية السائدة في المجتمع، وهي تؤسس لنشأة المؤسسات الإعلامية، وتُعطيها الشرعية المطلوبة، وتنعكس الملامح الخاصة بهذه النظريات في القوانين والسياسات الإعلامية ومواثيق الشرف وأخلاقيات المهنة²، ليكون بالإمكان إسقاطها على الجانب الميداني سواء ما تعلّق بالصحافة التقليدية، وكذا تكييفها مع مُتطلّبات البيئة الإعلامية الجديدة، وهذا ما سنتعرّض له في المحاور اللاحقة من دراستنا.

¹ إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 2004، ص 63.

² محمد حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر، ط1، مصر، 2010، ص 211.

1-1. النظرية السلطوية

منذ الأزل، أصرت أنظمة الحكم السياسية الشمولية والتسلطية في العصور القديمة والحديثة على تطبيق نظرية الحق الإلهي، الذي كان يعترف بالسيطرة المطلقة على قوى الطبيعة، فهو الذي يهب الحياة ويرسل الضوء للشمس، وهو الذي ينزل المطر من السماء، وهو الذي ينبت الزرع في الأرض، وهو إله وابن إله ومن سلالة الآلهة، وعلى سبيل المثال فهناك الفرعونية في مصر، وكذلك الحال مع ملوك آشور وابل وملوك فارس وملوك العرب ورؤساء الجمهوريات في العالم الثالث، ومما لا شك فيه أن القائمين على السلطة المطلقة ينظرون إلى الإعلام على أنه أمر من الأمور التي يجب أن تبقى من الأسرار العامة للدولة، وأن أتباع هذا المذهب يرون أن الفرد بلا حكومة وبلا مجتمع لا حول له ولا قوة، أي أن الفرد بلا حكومة وبلا مجتمع يبدو في صورة بدائية متخلفة¹.

وتعتبر هذه النظرية -التي تُعرف أيضاً بنظرية "الرقابة والضبط المسبق" - أقدم النظريات، إذ سادت في أوروبا في القرنين 15 و16، وقد تأثرت هذه النظرية ببعض المبادئ الفلسفية التي أوردها "أفلاطون" و"ميكافيلي" والتي مفادها أن الفرد "العادي" لا يمتلك المؤهلات التي تسمح له بفهم تعقيدات وشؤون الحكم، وعليه فإن دوره في المشاركة في الحياة السياسية غير مطلوب بل وغير مرغوب فيه².

وتقوم النظرية السلطوية على مبدأ الرقابة المسبقة (Prior restraint)، أي أن ما يكتب أو يصور لا بُد أن يحظى بموافقة السلطة الوصية قبل النشر أو البث، وهناك عدّة آليات تضمن تطبيق هذا المبدأ بفعالية: التحكم في تراخيص إصدار الصحف، اختيار الأشخاص الأكثر ولاءً للإشراف على هذه المؤسسات، الدعم المالي...، وتشمل هذه الآليات أيضاً عقوبات تجاوز هذا المبدأ كالغرامات وتوقيف الإصدار والسجن³.

وعند اكتشاف "غوتنبورغ" الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، لم تنشغل السلطة كثيراً في بداية الأمر بهذه التقنية الجديدة وتأثيراتها المحتملة على التغيير الاجتماعي، إذ كانت الوثائق المطبوعة مثل الإنجيل وبعض المخطوطات الدينية تنسجم مع مؤسسة الدولة والكنيسة. وحتى عندما ظهرت بعض النصوص المناوئة،

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، الرقابة الإعلامية -دراسة مقارنة-، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن (عمّان)، 2014، ص 109.

² عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، الدار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2014، ص 69.

³ المرجع نفسه، ص 72.

فقد كانت تصدُر باللغة اللاتينية التي لا يقرأها سوى أقلية محدودة. ولم يستمرّ الوضع طويلاً حتى أدركت السلطات في أوروبا "خطورة" الصحافة، فقامت بالاستحواذ على هذا المجال واعتبرته أداة في خدمة السلطة. فقد قام الملك "هنري الثامن" في إنجلترا سنة 1529 بمنع استيراد أي صحيفة، وأصدر قراراً بوجوب الحصول على ترخيص لإصدار أي مطبوعة، وأنّ أي نشر يُعارض الملك يُؤدي إلى سحب الترخيص، إضافة إلى إنشاء جمعية الناشرين (Company Stationers) لمراقبة عملية النشر باستمرار¹.

وكان من مُنظري هذه النزعة السلطوية الملك جيمس الأول (James I) الذي كتب نصاً سنة 1598 يقول فيه أنّ الملكيات شرعية بحكم الخيط الذي يربطها مع الإله، وأنّ الملك يحظى بحق إلهي في هذا الحكم². ويرى "سبيرت" -أحد مؤلفي "النظريات الأربع في الصحافة"- أنّ الوظيفة الأساسية للإعلام في النظام السلطوي هي مُساندة ودعم سياسات الحكومة كما تُسطرها الآلة السياسية³. وتأسيساً على ذلك، إذا ترجمنا هذه المبادئ أخلاقياً، نجد أنّ كلّ ما يخدم السلطة الحاكمة وسياستها وأهدافها يعدّ استجابة لأخلاقيات الصحافة حسب ما تراه هذه النظرية، ذلك أنّ الحاكم صاحب حق إلهي، فهو أكثر كفاءةً في التعبير عن الأصحّ والأحق، بالتالي تكون مخالفة الملك ضرباً من الخطأ والبِدعة، ومُخالفة للمبادئ والأخلاقيات، بل أكثر من ذلك، يُعدّ ذلك تحدياً للاستقرار الاجتماعي ممّا يستوجبُ المنع والقهر.

2-1. نظرية الحرية "الليبرالية"

إنّ تطوّر المشاركة السياسية و"حرية" المُعتقد وتوسّع التبادل التجاري والسّفر واعتماد اقتصاد السّوق القائم على مبدأ "دعه يعمل دعه يمرّ" وبروز الطبقة المتوسطة والجوّ الفلسفي التنويري السائد ابتداءً من القرن 17 وضع أسس الفلسفة السلطوية⁴، وتوّج بميلاد فلسفة الحرية والتحرّر الإنساني، وهذا ما كان ليتمّ لولا ثورة الطباعة وشلالات الدّم التي قدّمت قرباناً لضريبة الحرية في المُجتمعات الأوروبية⁵.

وقد تأثرت هذه النظريّة بأفكار فلاسفة عصر التنوير بأوروبا من أمثال "جون لوك" و"هيوم" و"جون ستيوارت ميل"، إذ أعاد هؤلاء النّظر في طبيعة الفرد ومكانته في المجتمع، واعتبروا أنّه بإمكان أي فرد الوصول

¹ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 70.

² John Vivian, **The Media of mass communication**, Allyn and Bacon, Boston, 1999, p 434.

³ Ibid, p 436.

⁴ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 55.

⁵ بسّام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمّان (الأردن)، 2012، ص 57.

إلى الحقيقة من تلقاء نفسه طالما أنّ العقل هو الوسيلة الأساسية في الوصول إلى هذه الحقائق، وبَيَّنَّ "ميل" أنّ الأفكار ينبغي أن تتنافس في سوق حرّ، وأنّه لا يتعيّن حجب أيّ فكرة مهما كانت خاطئة، فالفكرة الخاطئة تدحضها الفكرة الصحيحة، كما أنّها تُمثِّلُ دليلاً على صحّة الفكرة الصحيحة¹.

وينعكس هذا الواقع بدوره على علاقة الإعلام بالدولة، ذلك أنّه وفي المدلول النظري للفلسفة الليبرالية فإنّ الصحافة ليست جهاز الدولة، ولكنّها وسيلة لتقديم الأحداث والمعلومات بموضوعية ومهنية، ومساحة للنقاش "الحرّ" الذي يستطيع الجمهور من خلاله مراقبة الحكومة وتكوين الرأي حول سياستها وأدائها، بالتالي فبروز الحقيقة إنّما يتطلّب سماع كلّ الأفكار بعدل في "سوق حرّ للأفكار والمعلومات"².

ومن هذا المنطلق برز مبدأ السّلطة الرابعة، الذي حمل معه جانباً من المسؤولية الأخلاقية على عاتق الصحافة، فباتت - إلى جانب السّلطات الأخرى بوصفها سلطة مُستقلّة - تُدافع عن الديمقراطية بمفهومها الغربي وتُساهم في عملية السّعي إلى إظهار الحقيقة في مجالاتها السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، إلخ ...

ومن الأفكار التي دافعت عنها النظريّة الليبرالية هي "اعتبار الرّقابة مسألة غير أخلاقية بالأساس"، ويُحدِّد جاكيت "Dale Jacquette" ثلاث اعتبارات تجعل ممارسة الرّقابة على وسائل الإعلام مسألة غير أخلاقية ((في كلّ الحالات)) وتتعارض مع أسس حرية التعبير والصحافة على النحو الآتي:

- أنّ المُبرِّر الأخلاقي الذي يحكم حرية الصحافة هو ذلك الارتباط الوثيق بين المُجتمع الحرّ وحرية الصحافة؛ فالمساس بحرية الصحافة عن طريق التقييد يؤدي إلى تآكل المُجتمع الحرّ. فالمجتمع الحرّ وفق هذه النظرية، يعتمد في ممارساته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على التدفّق الحرّ للمعلومات. وكلّما ازدادت معرفة المُجتمع الحرّ بقضاياها، اتخذ أفضل القرارات في إدارة شؤونه. ويصعب على المُجتمع الحرّ الحفاظ على حرّيته دون صحافة تلعب دور المُراقب اليقظ على أداء الحكومة والمؤسسات الأخرى بوصفها سلطة رابعة؛ يستتبع ذلك أنّ مهمّة الصحفيين هي خدمة المُجتمع عن طريق إعلامه بالحقائق، ومُقاومة أيّ تقييد خارجي يحول دون ذلك يُعدّ مسألة أخلاقية أيضاً³.

¹ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي - قراءة معرفية في النظام الأخلاقي -، مرجع سابق، ص 71.

² F. Siebert, T. Patterson and W. Schramm, **Four Theories of the Press**, University of Illinois Press, Urbana, Chicago, 1979, p 3.

³ Dale Jacquette, **Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the Media**, Prentice Hall, New Hersey, 2007, pp 126-150.

- أن المسؤولية الأخلاقية للصحافة هي البحث عن الحقيقة، ويعني هذا المبدأ أن التقييد يحول بالضرورة دون الوصول إلى الحقائق، وإذا كانت هناك التزامات أخلاقية أخرى تحدّ من البحث عن الحقيقة بشكل مُطلق، فيتعيّن أن تُعدَّ استثناءً بما لا يؤثر على مسار البحث عن تلك الحقيقة بوصفه مبدأ أخلاقي ثابت في الممارسة الإعلامية¹.

- أن التحدي في مسألة الرقابة في حالات استثنائية يكمن في وقف المنحدر الزلق من تحويل الاستثناءات النادرة إلى تعميمات، ويُعدّ هذا التحدي "خطراً" على اعتبار أن الاستثناء يفتح الباب لمزيد من الاستثناء².

لكن تطوّر المجتمع الغربي في بنياته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والتقنية، أدّى إلى بروز قوى وظواهر أثرت سلباً على حرية التعبير والصحافة، وحادت عن بعض أسس النظرية الليبرالية في مجال "الموضوعية" و"النقاش المفتوح" وحضور أطراف المجتمع في المشهد الإعلامي، وتمثّل ذلك بالأساس في تمركز وسائل الإعلام في أيادي شركات احتكارية كبرى، خاصة منذ فترة ما بعد الحرب العالمية الثانية، وترتّب عن هذا الاحتكار انحصار التنوع الإعلامي والتمثيل الاجتماعي في تلك الوسائل³. وبذلك أصبحت هذه النظرية عُرضة للعديد من الانتقادات التي رأت أن مُنطلق الحرية المطلقة سيُنتج فوضى عارمة لا فوضى خلافة، وبالتالي وجب البحث عن نظرية أخرى تُعالج مكامن الضعف في هذه النظرية.

3-1. نظرية المسؤولية الاجتماعية

نتيجة لجنوح الصحف في ظل نظرية الحرية إلى الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، وإساءة استخدامها للحرية، بدأ البحث عن تقييد الحرية في ظلّ النظم القائمة على الاقتصاد الحر⁴، وأثار هذا الوضع ((المُستجد)) انشغال الكُتّاب والمنظّرين، ومن هؤلاء اللجنة التي عُرفت بلجنة "حرية الإعلام" أو لجنة "هيتشنز" (Hutchins Commision) التي تأسّست بعد الحرب العالمية الثانية بأمريكا، وقد أكّدت اللجنة على أن "الحماية ضد الحكومة ليست ضماناً كافياً في امكين الفرد من التعبير عن رأيه"⁵ فالملك ورؤساء المؤسسات الإعلامية يتحكّمون في الحقائق والطريقة التي تُنقل بها إلى الجمهور؛ واعتبرت اللجنة أن سلطة

¹ Dale Jacquette, op. cit, pp 138-139.

² IBID, p 148.

³ F. Siebert, T. Patterson and W. Schramm, op. cit, p 4.

⁴ عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 1965، ص 121.

⁵ Siebert, T. Patterson and W. Schramm, Op. cit, p 4.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

هذه الوسائل الإعلامية وموقعها الاحتكاري يفرض عليها التزامات تجعلها مسؤولة اجتماعياً، ومن ثمّ سمّيت هذه النظرية الجديدة بنظرية "المسؤولية الاجتماعية" (Social Responsibility).

إنّ الأساس الفكري الذي انطلقت منه فلسفة المسؤولية الاجتماعية هو أنّ الحرية حق وواجب ونظام ومسؤولية في وقت واحد، بعبارة أخرى أنّ الحرية حقّ وراءه واجب، ولا بد أن يشعر به المُستمتع بهذه الحرية¹، معنى ذلك أنّ الحرية تُلزم هذه الوسائل الإعلامية بمسؤولية السّهر على تقديم آراء ومواقف كل الجهات بإنصاف وتمكين الرّأي العام من الحصول على المعلومات الكافية لاتخاذ القرار، وتعني هذه المسؤولية أيضاً أنّها في حالة عدم قيام هذه الوسائل بمهامها يتمّ تكليف هيئة عمومية لإجبار هذه الأخيرة على الامتثال². وتتجلى هذه الهيئات العمومية فيما أصبح يُعرف حالياً بـ "مجالس الإعلام" أو "مجالس أخلاقيات المهنة" أو "سلطات ضبط الصحافة".

وقد ندّد مُلاك وسائل الإعلام آنذاك بالتقرير الصادر عن هذه اللجنة - لجنة هيتشنز - وتجاهلته وسائل الإعلام التي مالت إلى منطق "دعه يعمل دعه يُمرّ" والبحث عن الرّبح في البرامج التي تستقطب المُعَلن. وبالمُقابل أخذت معاهد الإعلام في الجامعات الأمريكية التقرير بجدية، وقام الباحثون الإعلاميون الثلاث "سبيرت" و "بترسون" و "شرام" بإدراج تقرير اللجنة المذكورة عن المسؤولية الاجتماعية في الإعلام ضمن النظريات الكبرى إلى جانب السلطوية والليبرالية والاشتراكية في كتاب (النظريات الأربع في الصحافة) "Four Theories of the Press" سنة 1956 رغم أنّ هذه النظرية، أي المسؤولية الاجتماعية، قامت على أساس تقرير لجنة³.

وقد حدّدت هذه النظرية خمس مبادئ أخلاقية للممارسة الإعلامية "الحرّة والمسؤولة"، وتخصّص⁴:

- المصداقية في تقديم الأخبار،
- اعتبار الإعلام منبراً للتعبير الاجتماعي،
- التغطية الاحتوائية (غير الإقصائية) البعيدة عن الصّور التّمطية،

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، الرقابة الإعلامية -دراسة مقارنة-، مرجع سابق، ص 117.

² عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 56.

³ عبد الرحمان عزّي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطة للنشر، ط1، تونس، 2016، ص 21.

⁴ John P. Ferré, *A Short History of Media Ethics in the United States*, edited by Lee Wilkins and Clifford G. Christians, *The Handbooks of Mass Media Ethics*, Routledge, New York, 2009, pp 21-26.

- معالجة المسائل التي تُنمّي الحياة الديمقراطية،

- قدرة الجمهور على الحصول والوصول (access) إلى وسائل الإعلام.

وقد أثّرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام بوصفها نظرية معيارية على مجالات ثلاث¹:

- ظهور المجالس الإعلامية (News Councils) بهدف إشراك مُمثلي قطاعات المُجتمع المختلفة في إبراز صوت "المواطن" في المؤسسة الإعلامية. وقد أحدثت هذه التجربة في بدايتها (الثمانينيات) نقاشاً ثرياً حول مفهوم "صحافة المواطن" غير أنّ التجربة لم تصمد كثيراً بفعل عوامل منها مُعارضة المؤسسة الإعلامية "الكلاسيكية" مثل (نيويورك تايمز) و(واشنطن بوست) لهذا التوجه، غير المهني، في نظرهم.

- تعيين ناقدين إعلاميين من داخل المؤسسة الإعلامية لمُتابعة الشّأن الاجتماعي، وإخفاقات الإعلام في هذا المجال، فيما يُسمّى بوظيفة (ombudsman).

- ظهور المجالات الإعلامية الأكاديمية المُتخصّصة في نقد الأداء الإعلامي في المجتمع، مثل (Nieman Report) و(Columbia Journalism Review) و(American Journalism Review).

تعرّضت نظرية المسؤولية الاجتماعية، كمثل بقية النظريات والفلسفات، للعديد من الانتقادات، منها تلك التي رأت فيها انتقاصاً لحرية الصحافة، وتمثّل ذلك في كتابات البروفسور "جون ميرل" عام 1965، وذكر أنّ المسؤولية الاجتماعية هي "بداية التدخّل الحكومي في الصحافة تحت شعار له رنين جميل أخاذ مثل الأمومة والحبّ اسمه المسؤولية الاجتماعية، ولكنّه مفهوم غامض ونسبي للغاية" وأنّ حرية الصحافة هي الحرية النسبية والواقعية، وليست حرية المثاليين ومُحبيّ المُطلق، فالحرية والمسؤولية هما القُطبان اللذان يقف بينهما الصحفي في البلاد الغربية².

كما اعتُبرت هذه النظرية عاجزة عن إصلاح أداء الإعلام الغربي، فرغم موثيق الأداء الصحفي ومجالس الصحافة، إلا أنّ الصحافة في الولايات المتحدة الأمريكية شهدت تراجعاً في مصداقيتها، وزادت الشكوى من أنّ وسائل الإعلام تنتهك حياة الأفراد الخاصة بلا مُسوّغ، وأنّ الصحافة قد أفسدت مصادرها والمُتعاملين معها بالهدايا والرشاوي، إضافة إلى تركيز الصّحف الشعبيّة على الحوادث والجرائم، ما أدّى إلى التضحية

¹ John P. Ferré, op. cit, pp 22-24.

² إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (مصر)، 2015، ص 42-44.

بالمعايير المهنية وظهور صحافة الشيكات؛ أي الدفع مُقابل الحصول على الأحداث والقصص ذات الطابع الجنسي، كما ووجه النقد أيضاً إلى آليات التنظيم الذاتي لمهنة الصحافة، وعلى رأسها موثيق الشرف المهنية، إذ وصفها "ميرل" بأنها من بين الآليات الخطرة الموضوعة للسيطرة على الصحافة، وأنها تتضمن داخلها رغبة في الإذعان لصوت واحد، وأن صياغتها عبارة عن "كليشيات محفوظة" وعبارات مطاطة صعبة التحديد، كما وطعن في نزاهة مجالس الصحافة، على اعتبار أن أعضاءها ليسوا فوق مستوى الشبهات، بل بإمكانهم استغلال مناصبهم ضدّ الإعلاميين أو لتحقيق مصالح شخصية¹.

تأسيساً على ذلك، نرى أن الانتقاد الأساس كان مُوجهاً لطبيعة الأخلاق، كونها مُصطلحاً واسعاً، غير مُقنن، كما أنها تختلف حسب المكان والزمان والعادات والفلسفات، فما هو أخلاقي بالنسبة لأحدٍهم، ليس أخلاقياً بالضرورة بالنسبة للآخر، وعلى اعتبار أن الأخلاق أمر معنوي مُجرد لا يمكن الإمساك به أو وضعه في قالب مُحدّد، يصعب التحكّم فيه، الأمر الذي يجعل كلّ الموثيق والقوانين والمجالس والسلطات عاجزة عن ضبطه بالشكل الذي تراه هي مُناسباً لها، بالتالي وحسب اعتقادنا، تبقى هذه النظريات قاصرة أمام الإنسان كونه هو المسؤول الأول عن التزامه بهذه الأخلاقيات من عدمه، والعمل الأفضل يكون بتحسين الفرد وغرس الأخلاق داخله وجعلها جزءاً لا يتجزأ من شخصيته، فيحترمها طوعاً دون الحاجة إلى مئات القوانين والمناشير والموثيق التي تُسنّ في كلّ مرة لتفرض عليه هذا الالتزام.

1-4. النظرية الشيوعية

تمت خلال الربع الأول من القرن العشرين، وبالضبط أثناء الثورة الروسية سنة 1917 إلى بداية الثمانينات من القرن العشرين النظرية الماركسية الشيوعية، والتي يُعدّ "كارل ماركس" الأبّ الروحي لها مُتأثراً بفلسفة زميله الألماني "جورج هيغل". تركزت هذه النظرية على أن وظائف وسائل الإعلام، في المُجتمع الشيوعي، هي نفسها وظائف الجهاز الحاكم، أي دعم بقاء وتوسّع النظام الشيوعي، وأنّ هذه الوسائل يجب أن توجد لنشر السياسة الاشتراكية، وليس لها أن تبحث عن الحقيقة²؛ أي أنّ الصحافة تُقدّم الحقيقة كما يراها الحزب

¹ Dennis Mcquail, **Communication Theory: an introduction**, London: sage publication, 2000, p 368.

² عبير سعد الدين، أخلاقيات الإعلام، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص 61-62.

الحاكم، على اعتبار أنّ الدولة (الحزب الحاكم) تُمثّل المجتمع. ومُكِّن اعتبار هذه النظرية امتداداً للفلسفة السلطوية التي ميّزت بداية استخدام الصحافة كأداة في خدمة نظام الحكم بأوروبا ابتداءً من القرن 15.¹

تفترض النظرية الشيوعية أنّ الجماهير أضعف وأجهل من أنّ تُحاطَ علماً بكلّ ما تقوم به الحكومة، ووسائل الإعلام يجب أن تعمل دائماً من أجل الأفضل، والأفضل، عادةً، هو ما تقوله القيادة ويتفق، بطبيعة الحال، مع خطّ النظرية الماركسية²، ومن ثمّ فإنّ كلّ ما تفعله وسائل الإعلام كي تدعم، وتُساهم في إنجاح الشيوعية، يُعدّ أخلاقياً، في حين أنّ كلّ ما تفعله لِعرقلة الإنجاز الشيوعي، يُعدّ غير أخلاقي.

5-1. نظرية الحتمية القيمية

ظهرت المعالم الأولى للنظرية في بداية ثمانينيات القرن الماضي في كتابات عبد الرحمان عزي، وبرزت بعض معالمها في المحاضرة التي ألقاها في الملتقى العالمي الثالث والعشرين للفكر الإسلامي بتبسة، الجزائر سنة 1989، بعنوان "الإعلام الإسلامي: تعثر الرسالة في عصر الوسيلة"، ثم أخذ الباحث توجّهاً فكرياً وسعى إلى طرح تلك النظرية بشكل متكامل في دراسته "الثقافة وحتمية الاتصال: نظرة قيمية" سنة 1993³، وإلى هذا الحدّ لم تأخذ النظرية تسميتها بهذا التعبير "نظرية الحتمية القيمية في الإعلام" إلا بعد إسهامات نصير بوعلي الذي ذكر في مؤلّفه "الإعلام والقيم"⁴ إذ قال (ويبدو أنّ هذه النظرية، الحتمية القيمية في الإعلام، أو كما يُسمّيها د. عبد الرحمان عزي مجازياً بالحتمية النظرية القيمية، لم تأت إلى الوجود إلا بعد أن استكملت الشروط)، وتقوم هذه النظرية على الأسس الواردة في تعبير "الحتمية القيمية في الإعلام"، أي عناصر الحتمية والقيمة والإعلام، على النحو الآتي:

- الحتمية: يُقصد بالحتمية اعتبار مُتغيّر واحد المُحرّك الأساس في تفسير أو فهم أيّ ظاهرة، والمُتغيّر الرئيس في هذه النظرية "القيمة"، أمّا الظاهرة فتحصّ الإعلام والاتصال. ويعني ذلك أنّ أيّ عنصراً أو ظاهرة إعلامية يُفسّر أو يُفهم من حيث قُربه أو بُعده من القيمة. وتعتبر هذه النظرية أنّ المُتغيّرات الأخرى، مثل الفعل الاجتماعي والاقتصادي والتاريخي، مُكمّلة أيّ تابعة. وهذا النهج يُميّز الحتمية القيمية عن الحتميات الأخرى، مثل الحتمية التقنية الإعلامية التي تعتبر أنّ الوسيلة هي الرسالة (ماكلوهان)، والحتمية الاقتصادية

¹ عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي - قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 56.

² عبير سعد الدين، مرجع سابق، ص 62.

³ أنظر: عبد الرحمان عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2011، ص 11-16.

⁴ نصير بوعلي، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المُفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، دار الهدى، ط1، الجزائر، 2005، ص 8.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

التي تَعْتَبِرُ أَنَّ الاقتصاد هو المُحَرِّكُ الأساس في التاريخ (مدرسة الاقتصاد السياسي النقدية)، والاحتمية الاجتماعية التي تَعْتَبِرُ أَنَّ الحقائق يتمُّ بناؤها اجتماعياً (مثل نظرية "برجر" و"لوكمان")، والاحتمية الجغرافية التي تَعْتَبِرُ أَنَّ البيئة الفيزيائية المؤثِّرُ الأساس في سلوك الفرد أو المجتمع، إلخ ...

- القيمة: يُقصدُ بالقيمة "الارتقاء"، أي ما يسمو في المعنى، والقيمة معنوية، وقد يسعى الإنسان إلى تجسيدها عملياً كلما ارتفع بفعله وعقله إلى منزلة أعلى. وتعني القيمة في اللغة اسمَ النوعِ مِنَ الفعلِ قامَ يقومُ قياماً، بمعنى وقفَ واستوى، وفي منظورنا، فإنَّ القيمةَ ما يعلو عن الشيءِ ويرتبطُ بالمعاني الكامنة في الدين، ومنها قوله تعالى ﴿ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ﴾ (سورة يوسف، 40)، وقوله ﴿فِيهَا كُتِبَ قِيَمَةٌ﴾ (سورة البينة، 3).

- الإعلام: يُقصدُ بذلك رسالة الإعلام بوسائله التقليدية (الصحف، المجلات، الإذاعة، التلفزيون) والجديدة (الانترنت، الإعلام الاجتماعي...) ويتضحُ أَنَّ أدبيات الاتصال الحديثة تُركِّزُ على الوسيلة، وأنَّ وسائل الاتصال أساس الثقافة "المُعاصرة"، وبتردُّ القولِ أننا في "عصر الوسيلة"، إلاَّ أنَّ هذه المقاربة تقوم على أولوية الثقافة على وسائل الإعلام، فالثقافة تستوعبُ وسائل الإعلام، بينما تشمل وسائل الإعلام جزءاً مُحدداً ومحدوداً من الثقافة، أي ذلك الجزء الذي ينتقل إلى وسائل الإعلام. وفي منظورنا، الأولى التساؤلُ ماذا تفعلُ الثقافة بوسائل الإعلام، وليس ماذا تفعل وسائل الإعلام بالثقافة، وإن كان الأخير يحمل بعض المشروعية الظرفية. إنَّ الرسالة أساس عملية الاتصال، رغم أنَّ الوسيلة تؤثر في طبيعة الرسالة شكلاً ومضموناً. فالرسالة تُمثِّلُ المرجع في ضبط العلاقة بين الثقافة ووسائل الإعلام، فالثقافة مرجعية ثابتة في التاريخ، وتتجددُ بالفعل والممارسة، أما الوسيلة فقد تولدت في فضاء الثقافة وسعت إلى التعبير عن بعض مظاهر هذه الأخيرة. وإذا كانت وسائل الاتصال قد أنتجت ما يُسمَّى بالثقافة الجماهيرية، فإنَّها لم تُصِحِّح الثقافة في حدِّ ذاتها، كما أنَّ الثقافة الجماهيرية وليدة المجتمع الجماهيري وليس العكس.

وأهمُّ ما حَقَّقته هذه النظرية يتمثِّلُ في جعل القيمة محور الانشغال في دراسة الإعلام، وذلك تماشياً مع القاعدة العلمية المعروفة بقاعدة التركيز "The Law of Focus"¹ أي لفت الانتباه إلى شيء ما والتركيز عليه بشكل كبير، وعلى الرغم من أنَّ نظرية الاحتمية القيمة تنطلق من البُعد الحضاري الخاص بالمنطقة العربية الإسلامية، إلاَّ أنها ليست حكراً على المنطقة، إذ تحمل أبعاداً إنسانية تتجاوز حدود الجغرافيا.²

¹ عبد الرحمان عزي، الجواب الكافي حول نظرية الاحتمية القيمة في الإعلام، الدار المتوسّطية للنشر، ط1، تونس، 2016، ص 14.

² المرجع نفسه، ص 32.

أما إذا أردنا مقارنة أخلاقيات الإعلام من خلال هذه النظرية، فنجد أنّ الحتمية القيمة تفتح الباب أمام أكثر من اجتهاد، ومن ذلك النظرية التي استنبطها عبد الرحمان عزّي ممّا سمّاه بنظرية النورسي¹ الخاصة بأسماء الله الحُسنَى. إذ أشار إلى أنّ "الإنسان ليس مصدرًا للقيمة وإنما تجسيد لها"²، يُضاف إلى ذلك تعدُّر فهم مغزى الأخلاقيات فهماً دقيقاً موسوعياً دون الدلالة اللغوية الأصلية الخاصة بـ "مُكوّنات" تلك الأخلاقيات. ويتّضح هذا الطّرح مثلاً في تعبير "الأخلاقيات" ذاته، إذ أنّه في اللغة العربية ثلاثة اشتقاقات مُتماسكة:

(أ) الخالق سبحانه وتعالى (في ذاته أو صفاته "الأسماء الحُسنَى").

(ب) الخلق، أي المخلوقات، ومنها الإنسان المكرّم المُفضّل ﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا﴾ (سورة الإسراء، 70).

(ت) الخلق، أي القيم التي تحكّم الخلق بوصفها، بلغة النورسي، تجلّيات أسماء الله الحُسنَى.

ويدخل في نظرية "الانضباط القيمي" ارتباط الأخلاقيات بتجلّيات أسماء الله الحُسنَى، فيما يُمكن تسميته بـ "نظرية النورسي الخاصة بأسماء الله الحُسنَى"؛ إذ تتجلّى أسماء الله في الإنسان بوصفه خليفة الله في الأرض، أو بتعبير النورسي "فهرس الكون". يقول النورسي "إنّ الإنسان يمثّل أعظم مقصدٍ من المقاصد الإلهية في الكون، وهو المؤهّل لإدراك الخطاب الربّاني الذي خصّه به سبحانه وتعالى من بين مخلوقاته، واصطفى من بين الإنسان المُكرّم من هو أكمل وأفضل وأعظم إنسانٍ بأعماله وآثاره الكاملة، ليُكون موضع خطابهِ الجليل باسم النوع الإنسانيّ كافة، بل باسم الكائنات جميعاً"³. فالإنسان في نظره "فهرس مُصعّر للكون بما يملك من صفات جامعة، فتجلّيات الأسماء الإلهية في الكون نراها في الإنسان بمقياس مُصعّر"⁴.

وفي مجال الممارسة الإعلامية بالذات، فإنّ حظّ المرسل من تجلّيات أسماء الله الحُسنَى مُتعدّدة، وقد أُدرجت على هذا الأساس ستّ أخلاقيات "موصولة" بالخالق سبحانه على النحو الآتي:

¹ عبد الرحمان عزّي، حفرات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الورثياني، النورسي، صن تسو، الدار المُتوسّطية للنشر، ط1، تونس، 2011، ص 82.

² عبد الرحمان عزّي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي حضاري مُتميّز، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، لبنان، 2003، ص 65.

³ بديع الزمان النورسي، سيرة ذاتية: كُليات رسائل النور، إعداد وترجمة إحسان قاسم الصالح، دار النيل للطباعة والنشر، ط1، إستانبول (تركيا)، 2008، ص 498.

⁴ المرجع نفسه، ص 502.

- **الإيمان:** إنّ من صفات المرسل الإيمان (من اسم الله عزّ وجلّ المؤمن)، وقد أبرز النورسي "أنّ أسمى غايةٍ للحلّق وأعظم نتيجة للفطرة: الإيمان بالله سبحانه، وأعلى مرتبة للإنسانية وأفضل مقام للبشرية هو معرفة الله تعالى، وأزهى سعادة للإنس والجنّ وأحلى نعمة هي محبة الله تعالى، وأصفى سرور لروح الإنسان، وأنقى بهجة لقلبه هي اللذة الروحية"¹ واسم (المؤمن) يتجلّى في الإيمان بالله الذي يُعدُّ منبع القيمة، وانطلاقاً من هذا يسعى المرسل إلى التمسك بالقيم الحميدة لتنعكس في أعماله وإنتاجاته.

- **البحث عن الحقيقة:** إنّ من مهام المرسل البحث عن الحقيقة (من اسم الله تعالى الحقّ)، وهذه المهنة لا شكّ أنّها نبيلة وشاقّة (إذ يُعرف أنّ الصحافة مهنة المتاعب)، وقد ورد عن النورسي "إنّ الإنسان بسبب جوهره العالی، وماهيته المكرّمة إنّما يدور خلف الحقّ والحقيقة"².

- **الاتزان:** وذلك تجلي من اسم الله تعالى (العدل) على النحو الذي أورده النورسي. وحظّ المرسل في ذلك استخدام ميزان الحقّ في موازنة الظواهر حتى عندما تكون متناقضة متناقضة، ويدخل في ذلك معاني فرعية متعدّدة، كأن يكون وسطاً بين طرفي الإفراط والتفريط³، قال الله تعالى ﴿وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا لِتَكُونُوا شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ﴾ (سورة البقرة، 143)، فيحتزّز عن التهور الذي هو الإفراط، والجبن الذي هو التفريط، ويبقى على الوسط الذي هو الشجاعة.

- **الصّدق:** إنّ من الأخلاقيات التي يتعيّن أن تُثير الممارس الإعلامي "الصّدق في القول والإخلاص في العمل"، وقد ورد، نقلاً عن البيهقي، أنّ اسم (الصادق) من أسماء الله الحسنى ويعني من "تتطابق أفعاله وأقواله، فقد خاطب الله تعالى عباده وأخبرهم بما يُرضيه ويُغضبهم منهم، فصَدَقَهُمْ في ذلك ولم يُعَرِّهم أو يَلْسَن عليهم"⁴، وقيمة الصّدق هنا أساسية في الفعل الإعلامي، وعلى المرء الإدراك أنّ غاية هذه القيمة ليست أمراً دنيوياً يحدّف إرضاء المؤسسة الإعلامية أو المُتلقي فحسب، ولكنها غايةٌ أبعد، أي مرضاة الله سبحانه وتعالى.

¹ زياد الدماغي، 'مظاهر تكريم الإنسان في البيان القرآني: قراءة في فكر النورسي'، مجلّة دراسات، العدد 29، 2002، ص 29.

² أبو حامد الغزالي، بعناية بسام عبد الوهاب الجابي، المقصد الألسني في شرح معاني أسماء الله الحسنى، دار ابن حزم، ط1، بيروت (لبنان)، 2003، ص 28.

³ عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي - قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 79.

⁴ أبو حامد الغزالي، مرجع سابق، ص 32.

- الاستقلالية: ويدخلُ ذلك في معاني من اسم الله تعالى (الحكم) وفق رؤية التورسي. وحظَّ المرسل في ذلك عدم الميل إلى سبيلٍ مُتفرقة، مثل الإيديولوجية أو الطائفية أو العشائرية... ولا تعني الاستقلالية غياب الرؤية، وإنما انعدام الانسياق إلى "شيء" دون وعي ذاتي مُستقل عن تلك المؤثرات الظرفية والمؤقتة¹.

- المُحاسبة: وقد ورد من معنى اسم الله تعالى (الحسيب) الذي يُحاسبُ عباده على أفعالهم. وحظَّ المرسل في ذلك مُراقبته النفس في القول والعمل، والإحساس بالمسؤولية تجاه الآخر، قال الله تعالى ﴿مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾ (سورة ق، 18)، فمُراقبته المرسل لِمَا يَكْتُبه أو يُذيعه إذعاناً، بتعبير التورسي، لمُراقبته الله تعالى، وذلك ما يَحْتَلِفُ عن الصفة "المقطوعة" التي تَرُدُّ في الأدبيات الأكاديمية الخاصة بأخلاقيات الإعلام، أي المُحاسبية (accountability) حيث يدور النقاش حول "من يُحاسب"².

6-1. نظرية الواجب الأخلاقي

تعدّ "نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية" نظرية جزئية ضمن نظرية "الاحتمية القيمية في الإعلام"، وتدخل في إطار مبدأ "ما ينبغي أن يكون" انطلاقاً من القيمة وكذلك إسهامات الفلاسفة الأخلاقية العقلانية القائمة على المبادئ، وهي نظرية معيارية تتمثل نقلة من المسؤولية الاجتماعية إلى المسؤولية الأخلاقية في الممارسة الإعلامية في الحالة المعاصرة.

وبعني الواجب في صورته الأولى "الوعي الفردي القائم على القناعة الذاتية" انطلاقاً من منظومة قيمية مُلازمة في التفاعل مع الواقع. ويشير -الواجب- إلى إحساس الفرد الداخلي بالدافع الأخلاقي الذي يجعله يتخذ القرارات الأخلاقية اليومية في الكتابة والتغطية الإعلامية مشدوداً في ذلك إلى نظام من التفكير القيمي الثابت والمتجدد. أمّا الأخلاق، فعلم وإيمان يُمكنُ القائم بالاتصال من معرفة الحق من الباطل، أو الخير من الشرّ، أو الأخلاقي من غير الأخلاقي...

وتمسّ هذه النظرية كلاً من الجانبين، الأكاديمي إذ تُعدّ فرعاً من التنظير الأخلاقي الفلسفي والديني، والجانب المهني المتمثل في المرجعية الأخلاقية التي يُمكنُ أن تُنير وتوجّه الممارس والمؤسسة الإعلامية في عملية اتخاذ القرارات الخاصة بالتغطية الإعلامية في المضمون والأداء³.

¹ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 80.

² Andrew Belsey & Rut Chadwick, **Ethical Issues in Journalism and the Media**, Routledge, New York, 1998, p 13.

³ عبد الرحمان عزّي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطية للنشر والتوزيع، ط1، 2016، تونس، ص 5.

وبشكل خاص تعني نظرية الواجب الأخلاقي في الإعلام¹:

- أن المرجعية في أخلاق الإعلام حضارية، مستمدة من المصادر التراثية ذات الأساس الديني بشكل متجدد ذو الصبغة العالمية.

- تتنوع نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عن غيرها في أنها تعتبر أن مصدر القيمة ديني في الأصل، غير أن تناؤلها يكون بالتأويل العقلائي الواعي المتجدد، أي أن مرجعية التأويل المذكور سبيل حتمي في الممارسة الأخلاقية.

- تختلف الأخلاق القيمية عن النظريات الأخرى في النظرة إلى طبيعة الفرد، إذ تنظر تلك النظريات إلى الفرد بوصفه كياناً عقلاً نياً مُصغراً ومستقلاً عن محيطه دون الجانب الروحي الذي يُعدّ الأنا العلوي في توجيه الممارسة الأخلاقية.

- أن الواجب الأخلاقي يعني أن يكون الدافع الأساس في فعل الإنسان ارتباط ذلك الفعل بالقيمة. وإعلامياً، يتعين على الصحفي (والمؤسسة الإعلامية) أن يسأل نفسه دائماً، هل ما أكتبه أو أصوره أو أغطيه أو أذيعه أو أنشره أخلاقي؟ هل ما أنتجه يضّرّ أحداً من المعنيين بالحدث أو الجمهور المتلقّي؟ هل ما أنتجه يضع الآخرين في موقف سلبي من دون حق؟ هل ما أنتجه دقيق وموثوق فيه؟ هل ما أنتجه لا يُشوّه الحقائق؟ هل ما أنشره يُنمّ عن حُسن نية؟ هل هناك مصلحة شخصية أنانية فيما أنتجه مثل البحث عن الضوء والشهرة والإثارة؟ هل ما أنتجه يفيد الآخرين؟ هل ما أنتجه يُخفّف الضرر عن الآخرين؟ إن الكثير من القرارات في الممارسة الإعلامية عادةً ما تكون نتيجة ردّ فعل سريع أو متسرّع، وليس نتيجة تأمل وتفكير في تقديم إجابة أخلاقية متأنية، الأمر الذي يعيدنا إلى الأسئلة الجوهرية المذكورة.

- أن الواجب الأخلاقي في أسمى مراتبه تجاه الخالق سبحانه، ويعدّ هذا الواجب الأساس الذي تتفرّع منه الواجبات الأخرى (الواجب تجاه المؤسسة والجمهور والمجتمع والوطن...)، ويعدّ هذا الواجب أمراً ذاتياً يتغي في الفرد مرضاة الله سبحانه، ويأتي من قناعة داخلية ولا يحتاج إلى مراقبة أو توقّر التشريعات (وإن كانت ضرورية في المجتمع المعاصر). وإعلامياً، يعني ذلك أن يرتقي الصحفي بأدائه ويلمس الحقائق، ومن ذلك مخاطبة الناس بالحسنى، والتأكد من المعلومة، وتجنّب ما يدخل في باب الافتراء والقذف والإشاعة وإثارة النعرات... وعندما يجد الصحفي (والمؤسسة) نفسه في مواجهة مسألة جدلية أو شائكة، فإنّه يكون مع

¹ عبد الرحمان عزّي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، مرجع سابق، ص 54-59.

خالقه وحيداً في هذه الحالة، وعليه أن يتقي الله فيما يقوم به، خاصة وأنه في مجال عام يمسّ الآخرين، إمّا بالتّفع أو الضّرر.

- أن الواجب الأخلاقي يتوزّع بمستويات مختلفة وفق موقع كلّ طرف من المسألة الأخلاقية، وفي الإعلام، تقع هذه المسؤولية على الفرد الصحفي بوصف ذلك "واجباً أخلاقياً". ولما كان الفرد (الصحفي) حلقة "أولية" في سياق العمل بمؤسسات إعلامية كبرى، خاصة أو حكومية، فإن الواجب الأخلاقي لتلك المؤسسات يكون بنفس القدر من القوّة والتأثير بحكم قدرة تلك المؤسسات على اتخاذ القرارات الأخلاقية "القيمية" بسياساتها في الممارسة الإعلامية. وإذا ما حدث هناك تعارض بين الموقف الأخلاقي للصحفي وموقف مؤسسه "المنقض"، فقد دلّت التجربة التاريخية في الإعلام أن الصحافي عادةً ما يقوم بالحدّ الأدنى لممكن الذي تملّيه عليه مبادئه أو يتخلّى عن تلك المؤسسة بالمرّة.

- أن الواجب الأخلاقي أمر قائم في شتى الظروف والحالات وقابل للتعميم في الزّمان والمكان. ويندرج ذلك في سياق نظرية الحتمية القيمية في الإعلام من جانب أولوية القيمي على "الوضعي" والذي كثيراً ما يكون مشوّهاً بفعل ابتعاده عن القيمة. ويدخل في ذلك إضفاء صبغة الإنسانية على الآخر، أي التعامل مع إنسانية الآخر بوصف تلك الإنسانية صفة مشتركة بين الجميع. ويترتب عن ذلك فيما يخصنا احترام جمهور الوسائل الإعلامية بتقديم المادة الإعلامية التي تُقدّر من قيمته وترفع من شأنه، إذ أنّ من وظائف الإعلام التي تقترحها نظرية الحتمية القيمية في الإعلام قدرة الإعلام على إضافة القيم للآخرين بحيث يُصبح هؤلاء أكثر قسمة لأنفسهم وللآخرين.

وتقوم نظرية الواجب الأخلاقي على أربعة (04) مبادئ أساسية تتفرّع بدورها إلى مجالات فرعية، وهي¹:

- **المبدأ الأول:** منع الضرر عن الآخرين، ويعني ذلك أن يمتنع الممارس والمؤسسة الإعلامية عن إحداث الضرر بالآخر (أو بالآخرين) بحكم أنّ هذا المبدأ يُمثّل أعلى مستويات القيمة الأخلاقية. ويشمل ذلك على سبيل المثال لا الحصر، عدم القذف والسبّ والشتم والتعدّي على الخصوصية الفردية والسرقة الأدبية ووضع الآخر في موقف سلبي والإهانة والإساءة إلى كرامة الإنسان ...

- **المبدأ الثاني:** إضفاء قيم إضافية على الآخر، ويدخل هذا المبدأ في مهام الإعلام من حيث الإسهام في ترقية المجتمع إعلامياً وحضارياً. ويعني ذلك أن تكون الرسالة أخلاقية بأبعادها المعلوماتية والمعرفية والثقافية

¹ عبد الرحمان عزّي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، مرجع سابق، ص 59-64.

والاقتصادية والسياسية والرياضية والجمالية... فتكون القيمة مُحَرِّكاً أساسياً، وفروع الحياة المختلفة والمتنوعة تجسداً لها، بحيث يخرج المُتلقّي من التجربة الإعلامية أرقى وأكثر قدرة على التأثير إيجابياً على محيطه.

- المبدأ الثالث: تقديم العون للمتضرر والمحتاج، ويعني ذلك الإنصات إلى أصوات "المتضرر والمحتاج والمظلوم والمستغيث" في أوقات السلم والحروب بوصف ذلك مسؤولية إعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى. ويمكن أن يتجسّد هذا المبدأ في العديد من القوالب الإعلامية، من تغطية وتحقيق واستقصاء وتقرير ورأي...
- المبدأ الرابع: مُمارسة التّقْد البناء بالتي هي أحسن، إنّ النقد عندما يكون بناءً ولا يتضمّن هدماً للآخر يعدّ مسؤولية أخلاقية في الممارسة الإعلامية، ذلك أنّه يسهم في التّعرف على أوجه القصور والإغفال والتجاوز في مجالات الحياة المتعدّدة، وتكون طريقة التّقْد في هذا الطرح أهمّ من التّقْد ذاته، على اعتبار أنّ الهدف هو الإصلاح دون التضحية بالآخر، أي أن يخرج الجميع "كاسباً" من هذه العملية الإعلامية الأخلاقية الهادفة كلّما كان ذلك مُمكناً.

2- الاتجاهات البحثية المعنية بتحليل أخلاقيات الممارسة الإعلامية

تنوّعت الاتجاهات التي عُنيّت بتحليل أخلاقيات الممارسة الإعلامية استناداً إلى النظريات المذكورة أعلاه، فكوّن الباحثون تيارات بحثية اهتمّت كلّ منها بجانب من جوانب هذه الممارسة، وهذا ما سنسلط عليه الضوء بالدراسة والتحليل في هذا العنصر:

1-2. الاتجاه القائم على تحليل طبيعة القيم الأخلاقية

ظهر خلال سنوات التسعينات، للتعبير عن أهمية الأخلاقيات الإعلامية كحلٍّ لأزمة وسائل الإعلام، ولزيادة ثقة الجماهير فيها ولزيادة مصداقيتها، وهو اتجاه يقوم على تصوّر بأنّ أخلاقيات الإعلام ستحلّ أزمة وسائل الإعلام، وأنّ تطوير هذه المنظومة ضروري قبل التساؤل عن صلاحية القيم الأخلاقية للتطبيق في البيئة الإلكترونية. ومن بين الحلول التي يسعى إليها وضع معايير أخلاقية عالمية قابلة للتطبيق عبر الثقافات، وعبر المدارس الأخلاقية المختلفة¹ باعتبار أنّ التحدّيات الأخلاقية التي تواجه الصحفيين أصبحت عالمية، ومن ثمّ فثمة حاجة لوضع ميثاق عام عالمي لمواثيق الشرف الصحفيّة².

¹ Herb Strentz, **Universal Ethical Standards**, *Journal of Mass Media Ethics*, Volume: 17 Number: 4, Lawrence Erlbaum Association, Inc, 2001, pp 263-276.

² Roberto Herrscher, **A Universal Code of Journalism Ethics**, Presented at The Association for Education in journalism and mass communication in Toronto, Canada, August 2004.

2-2. الاتجاه القائم على تحليل ميثاق الشرف الإعلامية كمدخل لدراسة أخلاقيات الإعلام

يؤكد هذا الاتجاه على أنّ الإعلاميين في الصحافة المطبوعة يحتاجون لتطوير منظومتهم الأخلاقية وبناء منظومة قيم وأخلاقيات ومعايير إعلامية جديدة مع الجماهير والمجتمع. ويتفرّع هذا الاتجاه إلى عدّة محاور، بعضها يُعنى بتحليل دور وأهمية ووظيفة ميثاق الشرف كضابط للمعايير الأخلاقية، والبعض الآخر يُركّز على تحليل قضايا وموضوعات معينة ضمن ميثاق الشرف الإعلامية، والبعض الآخر يهتم بتحليل تأثير ميثاق الشرف في تشكيل سلوك الصحفيين، وغيرها يركّز على مدى التزام الصحفيين بميثاق الشرف الصحفية، والآخر يهتم بتحديد الإطار المفاهيمي لدراسة الأخلاقيات المهنية¹ ومناقشة حالات وقضايا أخلاقية محدّدة، ويعرض تصوّر الصحفيين لها، بيد أنّ هذه المحاولات غالباً ما تتناول بعض أجزاء من هذه الميثاق، ولا تقارن بين حقوق وواجبات الصحفيين، ولا تتعرّض للقضايا والظواهر الجديدة التي تطرحها ثورة المعلومات وتكنولوجيا الاتصال إلّا فيما ندر².

2-3. الاتجاه القائم على تحليل دور أكاديميات ومعاهد الإعلام في تدريس أخلاقيات

الإعلام وتأثير ثورة المعلومات

يعمل وفقاً لتصوّر أنّه بالرغم من التغيّر الذي أحدثه العصر الرقمي، إلّا أنّ مؤسسات أكاديمية قليلة هي التي تقوم بتدريس مقرّرات تركز على تناول القضايا الأخلاقية والقانونية المرتبطة بالبيئة الإلكترونية³ وأنّ الدراسات الأكاديمية التي حاولت تحليل الكتب الدراسية التي تناولت أخلاقيات وسائل الإعلام⁴ تتناول المبادئ الأخلاقية للمهنة وفقاً لرؤيتها الخاصة، ولكن لم تقدّم نماذج معيّنة لكيفية صناعة القرار الأخلاقي، وخاصة في البيئة الرقمية، كما لم توقّر توجيهات محدّدة لكيفية تصرّف المحرّر في المواقف الأخلاقية المختلفة، وركّزت معظمها على عرض حالات وأمثلة، وقليل منها يتعلّق بقضايا مثارة في البيئة الإلكترونية، كما أُجريت دراسات عديدة ركّزت على كيفية الاستفادة من شبكة الانترنت في تدريس مواد إعلامية وخاصة مقرّرات وسائل الإعلام.

¹ Shaver, D, Op cit .

² بحيث السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 110.

³ Smethers, S. **Cyberspace in the curricula: New legal and Ethical issues**, Journalism and mass communication educators, winter, 53, 1998, pp 15-23.

⁴ Keith, S. **Ethics for editors: What 11 editing textbooks teach AEJMC**, Conference papers association for education in journalism and mass communication, Phoenix, Arizona, 2000.

ويُطالب هذا الاتجاه بإدخال برنامج دراسي يتناول أخلاقيات الإعلام وكيفية تطبيقها في الصحافة الإلكترونية، وتغطية القضايا والمشكلات التي يفرزها العمل فيها. ويؤكد على أنّ ثورة الاتصال أدت إلى زيادة الحاجة إلى تعليم أخلاقيات الإعلام في الجامعات¹، وعلى ضرورة تطوير علم أخلاقيات الإعلام لكي يتمكن من مواجهة المشكلات التي فرضتها تلك الثورة، والبحث عن أساليب جديدة لتعليم الصحفيين كيفية اتخاذ القرارات الأخلاقية في المشكلات التي تواجههم، وخاصة في مجال الصحافة الإلكترونية، وذلك لمواجهة قلة وضعف التأهيل الإعلامي والأخلاقي للعاملين بالمواقع الإلكترونية، والحاجة لأسباب جديدة لتعليم أخلاقيات الإعلام، خاصة وأنّ المواثيق الأخلاقية لا يمكن أن تغطّي كل القضايا التي تواجه الصحافة الإلكترونية.

4-2. الاتجاه القائم على تحليل قيم وأخلاقيات الإعلام في البيئة الإعلامية الجديدة

يُعبّرُ هذا الاتجاه عن مخاوفه من أنّ الصحافة سوف تتعرّض للخطر نتيجة تحليلها عن المعايير المهنية والمبادئ الأخلاقية، وهي تنتقل إلى البيئة الإلكترونية خاصة فيما يتعلّق منها بمعايير الدقة والصدق، ويرى أنّ التزام الصحافة الإلكترونية بهذه المعايير المهنية يشكّل مصلحة عامة لكلّ وسائل الإعلام، وللإعلاميين بشكل خاص، والذين يجب أن يُطوّروا مبادئهم ومناهجهم الأخلاقية بشكل مستمر بفعل تأثير البيئة الإلكترونية²، كما يدعو للاتفاق على سلسلة من القضايا العامة التي تشكّل عملية صنع القرار الأخلاقي في البيئة الإلكترونية، ويحددها في: ضرورة التوصل إلى بروتوكولات أخلاقية في مجال النشر الإلكتروني، وصناعة وطرق جمع الأخبار، وتبني نظام محدد للتحرير، ولطرق تقصي صحّة الحقائق والمعلومات في بيئة تعتمد على الأخبار الفورية، وتحديد سياسات حجرات النقاش والدردشة بشكل واضح، وطرق وضع التصحيحات في مكان ظاهر وثابت في المواقع الإعلامية، وتحديد سبل التمييز بين العمل التحريري والمنتج التجاري، وأن تُعالج هذه البروتوكولات القضايا والمشكلات الجديدة، وكذلك التوصل إلى صيغة محدّدة لبيع المعلومات والمواد الأرشيفية والتوصل إلى معايير مهنية لطرق معالجة الصور الرقمية، وتحديد عدد العاملين المطلوبين لكلّ موقع، وطبيعة الأعمال المُكلّفين بها³.

¹ Pavlik, J. V. Journalism and New media, available at:

<http://new.media.drm.columbia.edu/1998/exploring/cnm-ethics.html>

² Arant, M. D. and Anderson, J. K, **Online media ethics: A survey of US Daily Newspapers Editors**, A paper presented at the association of education in journalism and mass communication convention, Phoenix, August 2000.

³ Arant, M. D. and Anderson, J. K, IBID.

ويطرح هذا الاتجاه تساؤلات حول طبيعة مواثيق الشرف الملائمة للصحافة في العصر الجديد، ونوعية المعايير الأخلاقية الملائمة لعملية جمع ونشر الأخبار في العصر الرقمي، وطبيعة الحدود الأخلاقية للمحتوى الإخباري¹، كما يدعو إلى إعادة النظر في المعايير الأخلاقية والمهنية للصحفيين في البيئة الجديدة²، ويرى هذا الاتجاه أنّ ثمة عوامل سوف تساعد في التأطير لمعايير أخلاقية جديدة خاصة بالبيئة الإلكترونية وهي: قيام بعض المؤسسات الإعلامية العريقة في البيئة التقليدية بتولّي مهام إدارة بعض المواقع الإعلامية والإخبارية الشهيرة في البيئة الجديدة، وهو ما سينعكس أثره على التزام هذه المواقع بالقيم المهنية والأخلاقية، كما أنّ ضغوط المصالح التجارية والاقتصادية التي تسعى لتنشيط مكانتها الاقتصادية والتسويقية والإعلامية الجديدة وسعيهم لتأسيس معايير جديدة، توجه الإعلاميين العاملين فيها، كما أنّ التفاعلية التي توفرها هذه البيئة ستساعد على الارتقاء بالمستوى المهني والأخلاقي من خلال الحوار والمشاركة التفاعلية التي تتم بين الأطراف المعنية³.

ومن بين الجهود المبذولة في هذا المجال، جهود معهد بوينتر (Poynter) والتي بدأت منذ عام 1997م، وتمثلت في عقد مؤتمر عن القيم الأخلاقية في وسائل الإعلام الجديدة، هدف لمساعدة الصحف الإلكترونية في صياغة مواثيق أخلاقية، وصياغة أدلة عمل توجّه الصحفيين في البيئة الإلكترونية بالاستفادة من القيم التقليدية للإعلام، حيث قام 39 خبيراً بوضع محددات أساسية لهذه القيم الأخلاقية، وحددوا ستة قيم إخبارية أساسية يُمكن أن تتركز جهود الوسائل الإعلامية الجديدة حولها، وهي: القيادة، تقييم الأخبار والمصدقية، وفُرص الوصول، والشمولية والعدالة والتوازن، والدقة والأصالة، ورأوا أنّ ثمة خمس مناطق تحتاج لمزيد من النقاش وهي: مصداقية المضمون، استخدام معايير الروابط التشعبية، التعامل مع قواعد المعلومات، احتمال نشر مضمون ضار أو مُسيء، وتأثير الضغوط التجارية على النزاهة الصحفية. ومن بين أبرز ما ينص عليه البروتوكول المُقترح: ضرورة التأكد من صدقية وموثوقية المحتوى الإلكتروني، وخاصة عند عملية تحريره، أو حتى في حالة نشره بشكل حرفي، وكذا التأكد ممّا إذا كانت المادة المنتجة من قبل الطاقم الإلكتروني تحمل نفس المعايير التي يؤمن بها رعاة الموقع وطاقم العمل الإلكتروني نفسه. وإن أقرّ القائمون على المشروع بأنّه مُجرّد نموذج ولا يحتو بالضرورة على إجابات لكلّ الأسئلة المطروحة في هذه البيئة.

¹ Pavlik, J. V. Op cit.

² Yeshua, D & Deuze, M. **Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from the Netherlands.** Amsterdam: ASCoR, 2000.

³ بجيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 112.

كما ظهرت بعض الموثائق الأخلاقية المتعلقة بالإنترنت والصحافة الإلكترونية، من أهمها: ميثاق جمعية مُحَرَّرِي المجلات الأمريكية (The American Society of magazine) ومشروع اتحاد الأخبار الإلكترونية (Online News Association) والذي سعى لصياغة دليل عمل موجه لكل العاملين في الثقافة الجديدة، يدعوهم للتمييز بين الأخبار والمواد الإعلانية والتجارية¹.

2-5. الاتجاه القائم على تحليل الممارسات والقواعد الأخلاقية المتبعة في المواقع الإعلامية الإلكترونية

تستند أفكار هذا الاتجاه على بعض الدراسات التحليلية والميدانية للصحف الإلكترونية وللعاملين في البيئة الإلكترونية، وإن لم يُركَّز مُعظمها على استكشاف واقع أخلاقيات الإعلام في البيئة الجديدة، ومن بين ما توصل إليه هذا الاتجاه، تأكيد عدد كبير من المحترفين على عدم التزام الطباعات الإلكترونية من الصحف اليومية بالمعايير التقليدية المتبعة في الصحافة المطبوعة²، وإلى أنَّ مؤسسات إعلامية عديدة لم تُقم بصياغة موثيقها وبروتوكولات عملها، وإلى أنَّها تعمل وفق رؤية تقوم على أنه "طالما تمَّ تعلُّم الأخلاقيات في كُليات الصحافة والإعلام، فلا حاجة لهذه الموثيق والموجهات"³، وهو ما أكَّده دراسة Arant⁴ من أنَّ 32% من هذه الصحف لا تستعين بموثيق أخلاقية، وأنَّ 42% منهم فقط يستعينون بالموثيق المستخدمة في الصحافة المطبوعة.

ويؤكِّد أنصار هذا الاتجاه على أنَّ قلة عدد العاملين في هذه المواقع⁵ والحاجة المُلِحَّة لتحقيق السُرعة والسبِّق، يؤدي إلى تآكل المعايير الأخلاقية، وافتقار المُنتج الإعلامي الإلكتروني للدقة والاعتمادية، مقارنة بما يتَّصف به في البيئة التقليدية، كما تُشير إلى عدم تبني ما يزيد عن نصف مُحَرَّرِي البيئة الإلكترونية لمعايير الصحافة التقليدية المطبوعة، وقيم أغلبهم بإجراء تعديلات على المواد المطبوعة التي ينشرونها إلكترونياً، وأنَّ 67% منهم ينشرون أخباراً عاجلة قبل نشرها بشكل مطبوع، وأنَّ نصف مديري المواقع الإخبارية من غير

¹ نجيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 113.

² Arant, M. D. and Anderson, J. K, **Online media ethics: A survey of US Daily Newspapers Editors**, op cit.

³ Arant, M. D. & Anderson, Janna Quintey, **Newspaper Online Editors Support Traditional Standards**, *Newspaper Research Journal*, Vol. 22, Iss. 4, Fall 2001, pp 57-69.

⁴ Arant, M. D. and Anderson, J. K, **Online media ethics: A survey of US Daily Newspapers Editors**, op cit.

⁵ Singer, J. B, Thrap, M. P. & Haruta, A. **Online staffers: Superstars Or Second-Class Citizens?** *Newspaper Research Journal*, Summer 1999, pp 29-48.

خريجي كليات الإعلام، وهو ما يعني عدم دراستهم لأي مقررات متعلّقة بأخلاقيات الإعلام، وإمكانية تعاضم المشكلات الأخلاقية، فمعظم العاملين في المواقع الإلكترونية لم يحصلوا على تدريب فيما يتعلّق بأخلاقيات الكتابة والتحرير الصحفي وكيفية تقصي الحقائق ومواصفات الكتابة الإعلامية التي تتوافق مع القيم الأخلاقية.

كما تشير هذه الدراسات إلى عدم اتفاق الصحفيين العاملين في البيئة الجديدة على طبيعة القيم والمعايير الأخلاقية التي يجب أن تنظّم العمل الإعلامي فيها، وإلى عدم وضوح الاتجاه الذي يجب أن يختاره، إذ بينما يرى البعض منهم أنّ البيئة الجديدة تمثّل تحديداً جديداً للمهنة، وتضعهم في مأزق الاختيار ما بين القيم والتقاليد التقليدية وبين الحفاظ عليها في البيئة الجديدة، ولو بشكل محدود، وخاصة فيما يتعلق بتوجهاتهم المهنية وتصوّراتهم عن أدوارهم، وهو ما أكدته دراسة¹ Arant & Quitney والتي خلصت إلى أنّ المحررين الإلكترونيين يرون أنّ المعايير الأخلاقية للنشر لا يجب أن تختلف في البيئة الإلكترونية عنها في الصحافة المطبوعة، وإن قال عدد كبير منهم أنّ المعايير الأخلاقية تأثرت سلباً بسرعة النشر وبِقِلّة طاقم العمل.

بصفة عامة يدعو هذا الاتجاه إلى تنبيه الجمهور التي قد تُرتكب في البيئة الإعلامية الإلكترونية²، وإلى تطوير مهارات الصحفيين الخاصة بكيفية اتخاذ القرارات ذات الطابع الأخلاقي، وإلى إعادة صياغة تصوّر الصحفيين لأدوارهم، بحيث لا تقتصر على تقديم المعلومات، ولكن القيام بدور الوسيط والمنقّي والمراقب والحكم، وإلى صياغة معايير واضحة متجدّدة لضمان نجاح العمل الإعلامي في هذه البيئة الجديدة، والعمل على إنشاء منظمات خاصة بالصحافة الإلكترونية مثل Online News Association بغرض دعم المعايير الصحفية الأخلاقية في البيئة الإلكترونية الجديدة.

¹ Arant, M. D. & Anderson, Janna Quintey, **Newspaper Online Editors Support Traditional Standards**, Op cit.

² Arant, M. D. and Anderson, J. K, **Online media ethics: A survey of US Daily Newspapers Editors**, Op cit.

ثانياً: مصادر أخلاقيات الصحافة

تشكّل أخلاقيات المهنة - كما تمت الإشارة إليه سابقاً- مجموعة الشروط والآداب المُتعارف عليها شفاهة أو كتابة بين أصحاب المهنة، والتي يستندون إليها لبناء الأنظمة والقوانين التي يعملون تحت ظلّها، وتُستقى هذه الآداب من مجموعة من المصادر، تتعدّد وتنوّع، لكنّها في النهاية تتحدّ لتقدّم مصفوفة من الأخلاقيات، يتمّ العمل بها والرجوع إليها في كل ما هو أخلاقي، والمصادر التي ارتأينا الإشارة إليها في دراستنا هي المصادر المكتوبة، والتي تجلّت أساساً في موثيق الشرف الإعلامي، وقوانين الإعلام.

1- موثيق الشرف الإعلامي

1-1. المفهوم

يرتكز مفهوم أخلاقيات الإعلام وموثيق الشرف على مُعادلة طرفها الحرّيّة والمسؤولية الإعلامية، والأساس في هذا المفهوم هو تحقيق التوازن بين طرفي المُعادلة، فكلاهما عنصراً أساسيّان في مهنة الإعلام لا غنى عنهما. إذ أنّ الإعلام بشكل عام يُعدّ سلاحاً ذا حدّين، وهذا ما يتطلّب وجود تشريعات ناظمة تُقنن العملية الإعلامية، وقبل ذلك لا بُدّ من وضع الأسس لولادة الدّستور الأخلاقي للإعلام والصحافة، والذي يشتمل على مبادئ وأخلاقيات تعمل في إطارها المؤسسة الإعلامية¹.

وتقوم فلسفة موثيق الشرف الصحفية على العمل على حماية الجمهور من الاستخدام غير المسؤول للصحافة، ودفع الصحفيين للعمل على ترسيخ القواعد الأخلاقية الأساسية للصحافة، والوفاء بحق الجماهير في المعرفة، وفي التعبير عن آرائهم، كما تهدف إلى حمايتهم من التعرّض للإذلال أو الإهانة أو العمل ضدّ ما تُمليه عليهم ضمائرهم، والمُحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة بين السّلطة والرأي العام، وذلك بالتأكيد على حقّ الصحفيين في الحصول على كلّ المعلومات، وحقّ الشّعوب في معرفة الطريقة التي تُحكّم بها من جهة، وحقّهم في التعبير عن آرائهم (المؤيدة أو المُعارضة) من خلال الصحافة من جهة أخرى².

¹ أخلاقيات الإعلام والفضائيات الإلكترونية، أعمال المؤتمر العلمي الأول، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار اللبنانية-المصرية، 2005، ص 621.

² بحيث السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 13-14.

ومن هنا، تكمن أهمية ميثاق الشرف الإعلامي في كونه من أهم أذرع العمل الإعلامي الناجح، وخاصة فيما تعلق بحقوق وواجبات العاملين بالمؤسسة من خلال هيكل تنظيمي واضح يشمل المسؤوليات والقيم الأخلاقية، وعلى رأسها الموضوعية والنزاهة والدقة والمصداقية وحب العمل والتفاني من أجله، وتجاوز المصالح الخاصة والتفعية، وتقديس العمل العام والابتعاد عن الزيف والانحراف والمُتاجرة بمهنة الصحافة والإعلام¹.

1-2. مواثيق الشرف عبر العالم

بدأ تدوين قواعد السلوك المهني أو مواثيق الشرف الصحفي والإعلامي للمرة الأولى في بداية القرن الماضي، وهناك الآن العديد من الدول التي لديها مواثيق شرف صحفية وإعلامية متطورة، بل وقد توجد عدة مواثيق صحفية في دولة واحدة، صادرة عن جهات متعدّدة (صحف واتحادات ونقابات وجمعيات وغيرهم)، ومن هذه الشّرعَات على سبيل المثال "إعلان تحديّد واجبات الصحفيّ في بولونيا" عام 1867، و"إعلان جمعية الصحفيين الأمريكيين" في كنساس عام 1910، وشرعة الصحافة الفرنسية التي وضعتها نقابة الصحافة عام 1918 تنصّ على واجبات الصحفي، وكذا الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف التي أقرّت شرعتها عام 1923. كما ظهرت في الدول الاسكندنافية شرعات في هذه الفترة نذكر منها: السويد (1923)، فنلندا (1924)، النرويج (1936)، وفي عام 1939 وضعت الفدرالية العالمية للصحفيين الشرعة الخاصة بها².

وعلى المستوى الدولي، تبنّت بعض الصحف الأمريكية مواثيق شرف مع بداية القرن العشرين، وقد أعطى تقرير هتشينز، الصّادر عام 1947 في أمريكا بعنوان "صحافة حرّة ومسؤولة"، دفعة قوية للاهتمام بإيجاد آليات مُراقبة ومُتابعة وتقييم للممارسات الصحفية، كما نوقشَ هذا الموضوع للمرة الأولى في الأمم المتّحدة منذ خمسين عاماً، في الفترة ما بين 1950-1952، حيث أعدّت اللجنة الفرعية لحرية الإعلام والصحافة مشروع قواعد دولية للسلوك المهني للعاملين في الإعلام، كما زعت اليونسكو إعلاناً للمبادئ الأخلاقية لمهنة الصحافة، وكذلك صدر العديد من المواثيق عن اتحادات صحفية دولية وإقليمية مثل الاتحاد الدولي للصحفيين، وميثاق الشرف الإعلامي العربي، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، واتحاد الصحفيين الآسيويين³.

¹ عطا الله شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة، ط1، عمان (الأردن)، 2011، ص 98.

² Bertrand, Claud-Jean, *La Déontologie des Media*, Ed. PUF. Paris 1999, Coll « Que sais-je », N3255 (2eme édition), p 43.

³ بحيث السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 12-13.

3-1. موثيق الشرف العربية

يُتَّضَحُ بالرَّصْدِ والتمحيص أنَّ تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية "هزيل" نسبياً، ولم يكن تاريخياً مُستقِلاً، بِقَدْرِ ما كان يُحاكي المصنّفات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون، الذي ظلَّ باهتاً إن في الدلالة أو الممارسة.

إنَّ مُراجعة موثيق الشرف الإعلامية في المنطقة العربية بدءاً بميثاق "فيدرالية الصحفيين العرب" سنة 1972 مروراً بميثاق قناة الجزيرة الإخبارية سنة 2004، تُبَيِّنُ ما يلي:

- تباين مستوى تطوُّر هذه الموثيق من بلدٍ لآخر.
- أنَّ الجهة التي تُصدِر الوثيقة (على الرِّغم من شكليتها) تكون رسمية (وزارة) أو جمعية تتبع هيئة رسمية أو جمعية شبه مُستقلة وناذراً ما تكون مُستقلة. وتأتي بعض الموثيق المُشتركة من هيئات رسمية ذات طابع سياسي تقييدي (مجلس وزراء الإعلام العرب) ممَّا يُؤثِّر على طبيعة المضمون الوارد في هذه الموثيق.
- تدبذب المرجعية الثقافية والإيديولوجية، واستثناء المرجعية القيمية في مثل هذه الموثيق، ومُمكن إيجاد ملامح سُلطوية وأخرى ليبرالية وقوميّة وغيرها في تلك الأخلاقيات. ويكون هذا "الاهتزاز" العنصر الأساس في "الخلل المعرفي" وليس الشكلي في مضامين تلك الموثيق.
- ولو توقّفنا على الاعتبار المهنية "البَحْثة" دون طرح مسألة المرجعية، فإننا نجد في هذا الباب مجالات تحرّكت في مجال الممارسة الإعلامية بأشكال مُختلفة على المُستوى النظري لا الواقعي:

(أ) مجال تميّز ببعض التطور في اتجاه تتمين النزعة المهنية "البَحْثة"، ومن ذلك¹:

- حق الصحفي في الوصول إلى مصادر الخبر (إلا ما كان استثناءً بقانون صريح)
- حق الصحفي في الحفاظ على سرية المصادر
- فصل الخبر عن الرأي
- حق الردّ والتصحيح (في الزّمن والمساحة المُحدّدة)
- عدم استخدام الوسائل غير المشروعة في الحصول على الخبر والصّورة

¹ جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات للنشر، ط1، بيروت (لبنان)، 2008، ص 132.

(ب) مجال مازال "مُعلّقاً" وليس واضحاً إلى حدّ كبير في أذهان المُمارِس الإعلامي و"المخيال الاجتماعي" على وجه العموم¹:

- مسؤولية المُمارِس الإعلامي: ويعني ذلك، هل أنّ هذا الأخير مسؤول تجاه "الجمهور" أو الجهة الرسمية أو سياسة المؤسسة الإعلامية أو بعض "المفاهيم المُجرّدة" مثل الوطن والمصالح العُليا وما شابه ذلك.
- مدى انخراط المُمارِس الإعلامي في الحدث، وذلك فيما إذا كان هذا الأخير ينظر إلى أدائه بوصفه عملية حيادية، وفي الحياد درجات، ومن ذلك الحياد النسبي والحياد الإيجابي وحياد غير المعني... أو أنّه يقع "داخِل" الحدث ومُلتزم، وإلى أيّ درجة يكون هذا الالتزام.
- موقع الاعتبارات التجارية والسياسية في التغطية الإعلامية، والقصد من ذلك أنّ عدّة أطراف قد تتجاذب في ساحة الإعلام دون تقاليد ضابطة، ومن السّهولة يمكن تحوّل العملية الإعلامية إلى خطاب سياسي، حين يُعدّ الإعلام امتداد الحقل السياسي أو قوالب غريزية عند تدخّل الرأسمال المادي سعياً وراء الاستحواذ على الرأسمال الرّمزي.

- مكانة القضاء والقانون في التّعامل مع القضايا الإعلامية الجدلية.
- عدم التمييز الدقيق بين "التقذير المُباح" والقذف؛ وقد أدّت هشاشة الخطّ الرّفيع الذي يفصل بين العمليتين إلى الوقوع في الكثير من التّجاوزات التي يصعبُ "إصلاحها" على اعتبار أنّ الضرر قد وقع.
- (ت) مجال تراجعت فيه عدد من الممارسات التراكمية "المُوجبة" في مجال المساحة المُتاحة في تناوُل قضايا المُجتمع والأمة، وبالأخصّ تلك المُتّصّفة بالجدليّة وفي مجال "المسؤولية" ولو بمفهوم المصلحة العامة النظرية، أي ما يُمكن تسميته "المسؤولية الاجتماعية"، ويدخل في إطار ذلك²:
- تقييد إمكانية نقد المؤسسات الرسمية، ومن ذلك "الشّخص المسؤول".

- الإحالة في عدد من القوانين إلى قوانين النّشر أو القانون الجنائي قصد تضييق مجال الممارسة الإعلامية إلى أبعد الحدود، الشيء الذي جعل هذه القوانين تبدو ردعيّة وعقابية بشكل مُسبق.
- الإبقاء على الفقرة "المُبهمّة والمطّاطية" المشهورة المُقيّدة، والتي تتكرّر في القوانين بل في الدساتير بالمنطقة، ومفادها أنّ الإعلام حُرٌّ في تناوُل القضايا باستثناء ما يمسّ "المصلحة العامّة" أو "الأمن الوطني" أو

¹ جورج صدقة، مرجع سابق، ص 134.

² المرجع نفسه، ص 138.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

"السيادة الوطنية"؛ ودون تقنين هذه التعبيرات بشكل دقيق، يبقى كل شيء تقريباً تحت طائلة هذه المفردات المُجرّدة.

- ضُعب الصِّلة بين الإعلام والمسؤولية الاجتماعية 'البحثة'، وخاصة ما تعلق بالجانب القيمي؛ إذ هناك تسيُّب ساطع في هذا المجال، وأضحت العديد من وسائل الإعلام "التفاهية" و"المتاهية" منفذ المضامين التي تعمل بأشكال ماثوثة أو مباشرة على تكسير البنية القيمية والتّقاوية في المجتمع.

ث) مجال لم يُعالج ولم يدخل بعد في أدب هذه الأخلاقيات، ونخصّ بالدِّكر "الضوابط الأخلاقية التي يتعيّن أن تضبط الإعلان (التّجاري)"، "درجة" العنف التي يُمكن أن تعرّضها القنوات الإعلامية في أزمنة الحروب والصّراعات، كميّة التّعامل مع الأحداث التي يُعتقّد أنّها عرض تمثيلي (Staging) خاصة في مجال الدّعاية السياسية، واحترام خصوصية الفرد مثل تسجيل المُكالمات الهاتفية أو عرض شرائط مسموعة مرئية خصوصية على شبكة الانترنت، وحقوق الملكية الفكرية الإعلامية¹ ...

وتعدّدت العوامل التي تجعل الموائيق الأخلاقية (أو موائيق الشّرف الإعلامية) غير فاعلة، ومن ذلك²:

- الرّقابة الذاتية التي يُمارسها الإعلامي، وعدم استغلال بعض المساحة من الفُسحة "السياسية" المُتاحة
- الضغوط الإدارية التي تُمارس على المُمارس الإعلامي،
- غياب ثقافة النّقد والذي ينعكس في غياب أهمّ الفنون الصحفية المُساهمة في إثارة وإثراء قضايا المجتمع ونخصّ بالدِّكر هنا "التحقيق الصحفي"،
- الدّور "الهامشي" الذي تلعبه الجمعيات الصحفية المحدودة والشّكلية،
- تراجع مستوى التكوين الجامعي الإعلامي إلى حدّ كبير.

وقد تعرّضت موائيق الشّرف بكلّ أنواعها لعدّة انتقادات ورؤى مُتباينة، فبالرّغم من إقرار بعض خصوم هذه الموائيق بأنّ الموائيق المكتوبة يُمكن أن تُساعد في تعريف الجيل الجديد من الإعلاميين ببعض أخلاقيات ومبادئ المهنة، من خلال تحديدها للقضايا الأخلاقية التي يجب أن يلتزم بها كلّ العاملين في وسائل الإعلام باستمرار، فإنّهم يتنقّدون افتقاد هذه الموائيق لآليات التنفيذ، وتبنيها فقط للمعايير المثالية للأخلاق، وافتقادها للطابع العملي، فمثلاً يرى "هاريس Harris" أنّ معظم الموائيق الموجودة تعرض قائمة بكلّ أنواع المُمارسات

¹ جورج صدقة، مرجع سابق، ص 145.

² إبراهيم عبد الله المسلمي، مرجع سابق، ص 75.

التي يجب تحببها، ولكنها نادراً ما تؤلف لممارسة جيدة أو توضّح كيفية تحقيقها. ويُطالب كل من " Seib & Fitzpatrick " بأن تُفسّر هذه المواثيق الفلسفة الأخلاقية وراء قيام الصحفيين بممارسة سلوك معين، وتحفيزهم للتفكير ليس فقط حول ما هو صحيح وما هو خطأ.. وبالرغم من الخلاف حول مواثيق الشرف، فإنّها تعدّ الوسيلة الوحيدة لفهم المعايير والأخلاقيات الصحفية¹، كما تُمثّل أكثر الأشكال تحديداً في إقرار مهنة الصحافة بالتزاماتها الاجتماعية².

تأسيساً على ما سبق، يمكننا طرح تساؤل مفاده: هل مواثيق الشرف هي العامل الوحيد في تحديد سلوكيات وأخلاق الصحفيين، أم أنّ هناك عوامل أخرى تُشكّل هذه السلوكيات؟ والإجابة عن هذا التساؤل تقودنا إلى العنصر الموالي والمتمحور حول القوانين الإعلامية لتسليط الضوء على مدى مساهمتها في تشكيل سلوكيات وأخلاق الصحفيين.

2- القوانين الإعلامية

لقد أثبتت الدراسات أنّ سحر الكلمة والطباعة والتكنولوجيات الإلكترونية لا قيمة له دون عقول حرة، فمنذ خمسة قرون مضت بدأت الصحافة المطبوعة تثير قدرة الناس على تناقل الأفكار والمعلومات، ولكن منذ المرحلة الأولى التي قدّم فيها غوتنبورغ حُرُوفاً مُتحرّكة إلى العالم الغربي في عام 1440 في ألمانيا، بدأت الحكومات والسلطات تضع القيود على الطباعة للتأثير على الرأي العام عن طريق الحدّ من التدفق الإعلامي الحر للأخبار والمعلومات³.

بالتالي نجد أنّ أوروبا كانت هي السّابقة في مجال التشريعات الإعلامية بمختلف أشكالها، إذ مثّلت التجربة الأمّ التي استمدّت منها بقية الشعوب والدول أسسها في التشريع للإعلام بكلّ القضايا المتعلّقة به، وقد قامت القوانين الإعلامية في هذه الدول الأوروبية مُتسبّعة بالفلسفة السّلطوية في بداياتها، من جهة أخرى لا يجدر تجاهل التجربة الأمريكية هي الأخرى، ذلك أنّها قامت بقفزة نوعية، إذ طوّرت هذه القوانين وأعطتها صبغة جديدة نظير قيامها على الفلسفة الليبرالية المُتسبّعة بالأفكار والمبادئ التحررية، لتأتي فيما بعد الدول العربية التي تُمثّل الغالبية العظمى لقوانينها الإعلامية نقلاً دون تكييف أو تعديل لما جاء في القوانين الأوروبية

¹ David E. Boeynik, "How effective are codes of Ethics? A Look at three Newsrooms", *Journalism Quarterly* 71, 1994, p 893.

² Andrew Abbott, «Professional Ethics», *American journal of Sociology*, 1983, p 856.

³ وارن آجي وآخرون، وسائل الإعلام: صحافة، إذاعة، تلفزيون، تر: ميشيل تكلا، مكتبة الوعي العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 1985، ص 46.

بشكل عام والفرنسية بشكل خاص، لُتنتج بذلك نسخة مُشوّهة بعيدة كلّ البُعد عن خصائص وقيم دولها. هذه التجارب الثلاثة هي ما سنركّز عليه خلال الأسطر الموالية.

2-1. القوانين في الولايات المتحدة الأمريكية

منذ ثورة الاستقلال الأمريكية سنة 1776 تمّ إعلان استقلال المُستعمرات الأمريكية عن الحكم الإنجليزي، بعد خمس سنوات من الحروب، نجم عنها تأسيس الولايات المُتّحدة ولاحقاً الحكومة الأمريكية في عام 1789. وقد انطلقت أفكار الدستور الأمريكي على أفكار "جون لوك" و"ميلتون" من حيث تشكيل المؤسسات الحكومية والسلطة التنفيذية التي يتزأسها الكونجرس ورئيس الدولة، والكونجرس الذي بدوره يُصدر التشريعات والقوانين، والسلطة القضائية التي تقودها المحكمة الدستورية العليا للولايات المُتّحدة الأمريكية.

وفي بداية سنّ الدستور الأمريكي لم يكن لمنظومة حقوق الإنسان أي ذكر، وخاصة مصفوفة حريات التعبير، ذلك ما دفع بعض الولايات الأمريكية للموافقة على الدستور شريطة أن يتمّ التعديل الدستوري لاحقاً لحماية حرية الأفراد.

وخلال عام 1789 تمكّن الكونجرس من وضع تعديلات على الدستور عُرفت بـ "وثيقة الحقوق" التي تستهدف منع الحكومة المركزية من التدخّل في الحقوق الشخصية والطبيعية للشعب، ومن بينها التعديل الأول الذي يحوّل دون مُمارسة الكونجرس لسلطات أو إصدار قوانين من شأنها الحدّ من حرية التعبير أو حرية الصحافة¹.

ومن أبرز المُفكرين الأمريكيين الذين أسهموا في دعم حرية الصحافة والتعبير نجد "جيفرسون"، الذي كاد يُعدّ من أشدّ المُتحمّسين للتشريعات المُتحرّرة في حقل الصحافة والإعلام، فهو يعتبر أنّ الأشخاص الذين يخافون من الحقّ سيعملون على منعه من الدخول في أسواق الأفكار الحرّة، لكنّ الذين يؤمنون بحرية الجماهير يجب أن يعرفوا أنّ وجوده يعتمد على حرية الصحافة²؛ إذ وبعد نجاحه في انتخابات سنة 1800 بأن أصبح رئيساً للحكومة، ساهم في إرساء قواعد إعلامية أساسية تمثّلت في: عدم تدخّل الحكومة في أداء الصحافة، تحوّل الصحافة إلى منبر للنقاش وتبادل الرأي في قضايا المجتمع الأساسية مثل بنود الدستور، دور

¹ حسن عماد مكاوي، أخلاقيات العمل الإعلامي -دراسة مُقارنة-، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة (مصر)، 2004، ص 5.

² وارن آجي وآخرون، مرجع سابق، ص 48.

الصحافة في التعليق بقوة على قضايا الرأي العام، أنّ تجاوزات الحكومة تجاه الصحافة يُصاحِبُها رفض الجمهور لذلك¹.

وفي هذا السياق تجدر الإشارة بالأساس إلى أنّ قوانين الإعلام الأمريكية مُستمدّة في مجملها من فلسفة التنوير وبالأخصّ من نظريات الفلاسفة الإنجليز مثل "لوك" و"هوبز" والفيلسوف الفرنسي "روسو"، ومن أتباع تلك الفلسفة من الكُتّاب الأمريكيين أمثال "جون آدمز" و"توماس جيفرسون" و"بنجامين فرانكلين"... وقد تجلّت هذه الفلسفة أساساً في المادة القانونية الإعلامية الأولى في الدستور الأمريكي (المادة الأولى المُعدّلة) سنة 1971، وينطبق الأمر نفسه على مسألة الخصوصية (الضمنية) في المادتين الرابعة والخامسة المُعدّلتين من الدستور نفسه².

أما فيما يتعلّق بصياغة قوانين الإعلام الأمريكية، فتكون في مُعظمها بالعلاقة مع المادة الأولى المُعدّلة من الدستور الأمريكي، وإلاّ يُثار الجدل القانوني حول دستورية تلك القوانين، هذا ما يُحيلنا للحديث عن الجانب الأخلاقي للممارسة الإعلامية في هذه القوانين؛ إذ نجد أنّ المضمون المُخِلّ بالآداب في الوسائل المسموعة المرئية لا تحميه المادة الأولى المُعدّلة من الدستور، فلكلّ ولاية الحقّ في سنّ قوانين تحدّ من نشر هذا المضمون بناءً على المعايير الأخلاقية للمجتمع المحلي المعني، وفق قانون The communication Decency act الصادر سنة 1996، أما المضمون الإباحي على الانترنت فمحمي من المادة المذكورة وفق تفسير المحكمة العليا، على اعتبار أنّ المُتلقي على الشبكة يُمارس حقّ الاختيار وليس مُعرّضاً تلقائياً لتلك المضامين³.

بالتالي نجد أنّ قوانين الإعلام الأمريكية تتضمّن الكثير من المُفارقات خاصة ما تعلّق منها بالجانب الأخلاقي، ما يستدعي فهم السياق والجدل المُصاحِب للحالات المُتعدّدة التي تُعرض على المحاكم الأمريكية.

¹ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 104.

² John Vivian, op. cit, p 484.

³ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 100.

2-2. القوانين الأوروبية

كانت الصحافة مُدرِكةً منذ نشأتها لل صعوبات التي تُعيِّقها عن القيام بدورها كما يجب، كما كانت مُتنبِّهةً إلى المُعَوِّقات التي قد تؤثر على مهمة الصحفي في نقل الوقائع بأمانة، غير أنّ الموضوع لم يُطرح من الزاوية الأخلاقية ولم يتبلور كإشكالية بسبب الأنظمة السياسية (السلطوية) التي كانت قائمة في أوروبا في حينها والتي عانت منها الصحافة كثيراً، فضلاً عن غياب مفاهيم أخلاقية واضحة للمهنة، لذلك عرفت الصحافة في أوروبا ظروفاً صعبة سواء من ناحية خضوعها للسلطة السياسية، أو من ناحية شراء أقلام وضمائر صحفييها¹.

ومع بداية تنظيم المهنة في منتصف القرن التاسع عشر، بدأ موضوع الأخلاقيات يطرح نفسه بقوة في فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية كضرورة للحفاظ على موقع المهنة ودورها، ومن أجل توضيح سيورة أخلاقيات مهنة الصحافة من خلال قوانين الإعلام، ارتأينا الحديث عن كلٍّ من هذه التجارب الثلاث على حدى.

انطلقت فكرة أخلاقيات الصحافة ولوائح القيم ومجالس الصحافة ومواثيق الشرف على يد "كليمنت جونز" الذي كان يشغل منصب نائب رئيس نقابة مُحرّري الصحف في بريطانيا، حيث وضع عدة تصوّرات يُمكن إجمالها في فكرة مفادها أنّ وسائل الإعلام والاتصالات الجماهيرية في جميع أنحاء العالم تواجه عقبتين لكلٍّ منهما تأثير مباشر على الصّعيد المهني، وتنبع هاتان العقبتان ممّا يلي:

- **المُعيق الاقتصادي:** حيث أنّ عوائد أجهزة الإعلام هي أقل بكثير من تكلفة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وبذلك دخلنا على خط اقتصاديات الإعلام من مُنطلق أنّ وسائل الإعلام والصحافة لا تستطيع أن تدعم نفسها ذاتياً، وهذا بالطبع يعني أنّ مشاكل الإعلانات يجب أن تراعي الدقة، إذا لم تتأثر بذلك مستويات أداء أجهزة الإعلام بدرجة كبيرة.

¹ جورج صدقة، مرجع سابق، ص 38.

- مصداقية الصحافة والصحفيين: لا يُشكّل هذا المبدأ أهمية كبيرة في منظومة القيم الإعلامية والصحفية فحسب، بل يُشكّل قلقاً رهيباً فيما يتعلق بصناعة الاتصال الجماهيري، حيث لا يكفي تحقيق تدفق حرّ للمعلومات، فالمعلومات يجب تجميعها ونشرها بمسؤولية ولهدفٍ ما، وعلاوة على ذلك بصدق¹.

بالتالي بات لزاماً على الصحافة مواجهة التحدي الاقتصادي من أجل المحافظة على موضوعيتها ومصداقيتها لدى الجمهور، وذلك من خلال التحلي بمجموعة من المبادئ والالتزامات الأخلاقية الموضوعة مسبقاً، وقد تمكنت الصحافة البريطانية من ممارسة هذا الدور بفعل الاستقلالية التي يحظى بها. ولا تعني الاستقلالية هنا وجود قوانين ديمقراطية تنظم العمل الصحفي، ذلك لأن البريطانيين ارتضوا ألا تكون هناك قوانين - حتى لو كانت ديمقراطية - تنظم عملهم الصحفي. وعوضاً عن القانون، توصل الصحفيون البريطانيون إلى أسلوب "التنظيم الذاتي" لتحديد المعايير التي تنظم عملهم²، وهذا ما تجلّى في "مكتب مراقبة توزيع الصحف" (Audit Bureau of Circulations) وهو جهاز مستقل غير حكومي مهمته تصنيف وتسجيل توزيع الصحف بصورة يومية في البلاد من أجل خدمة استراتيجيات الإعلان ومن ثم مد الرأي العام بمعلومات كاملة عن اتجاهات توزيع الإعلانات في كل الصحف البريطانية. وكذا في المبادرة الطوعية للصحف البريطانية بإنشاء "مفوضية الشكاوى الصحافية" (Press Complaints Commission) منذ عام 1990، لتكون منبرا لحل الخلافات بين الجمهور العام والصحف وفقا لأحكام "مدونة الممارسة الصحفية" (The Editors' Code of Practice). ويرجع تاريخ مدونة السلوك هذه إلى عام 1936 بجهود بذلها "اتحاد الصحفيين البريطانيين"، الذي يماثل نقابة الصحفيين في مصر وبعض الدول العربية. والذي تأسس عام 1907 وتبلغ عضويته الآن نحو 40 ألف صحفي. وبلور الاتحاد مدونة للأخلاق الصحفية سرعان ما تطورت لتشكل العمود الفقري لأسلوب التنظيم الذاتي منذ عام 1953³.

أما فيما يتعلق بالتجربة الفرنسية، كانت الصحافة في العهد القديم قبل الثورة الفرنسية خاضعة لسلطة البوليس، فهو يمارس سلطته في الرقابة وذلك تحت مُسمى "السيطرة الكاملة لوزير البوليس"، فهناك بوليس لرقابة المطابع والمكتبات، وبوليس لمراقبة النشر الأدبي والصحف والدوريات والأغاني، ومع الثورة الفرنسية التي

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 76-77.

² أحمد زكي عثمان، تنظيم الصحافة ومساءلتها: بعض ملامح الخبرة البريطانية، الصوت الحزّ الشبكة العربية لدعم الإعلام، متوفر على الرابط:

<http://asahnetwork.org> تاريخ النشر: 18-01-2015 تاريخ الزيارة: 25-07-2018 14:20.

³ المرجع نفسه.

اندلعت سنة 1789 كان كلّ الحرص مُنصبّاً على تأكيد حرية الصحافة، فقد نصّت المادة 11 من إعلان حقوق الإنسان الفرنسي على أنّ حرية الاتصال للأفكار والآراء تُعدّ من أقدس حقوق الإنسان، وكلّ مواطن يستطيع أن يتكلّم ويكتب ويطلع بحرية، وعندما صدر قانون حرية الصحافة لعام 1881 أكّد على حرية الصحافة، بل وخلصها من كافة القيود السياسية والإدارية التي كانت تُكبّلها، فنصّ على أنّ الطّباعة والصّحافة حرّتان، وأنّ لكلّ فرد الحقّ في إصدار الصّحف دون ترخيص سابق أو إيداع تأمين نقدي، وأوكل أمر إصدار الصّحف إلى القضاء، ولم يتطلب من صاحب الصّحيفة إلّا الإخطار يتقدّم به إلى النيابة العامة المُختصة يُحدّد فيه بيانات الصّحيفة¹.

3-2. قوانين الدول العربية

تنطلق معظم قوانين الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية من النزعة السلطوية رغم بعض التفاوت بين هذا البلد وذاك لاعتبارات محلية وليست إيديولوجية أو معرفية بالضرورة، ويعود ذلك جزئياً إلى غياب "مرجعية فكرية" واضحة (أيّاً كانت) تجاه موقع وسائل الإعلام في المجتمع وكيفية التعامل مع تلك الوسائل. وعمامة، فانعدام الأسس الحضارية الفاعلة يؤدي إلى السقوط في 'فخ' التفكير السلطوي الذي ينطلق من مبدأ الرقابة المُسبقة والشكّ في الإعلام والمواطن الذي قد يُعدّ جزءاً من الرعية التي "لا تستطيع ولا ينبغي" أن تُفكّر بنفسها ولنفسها. ويكون الاهتمام بالإعلام والمواطنين من زاوية الاستخدام أو التوظيف للأغراض التي تحدّث عنها أحد فلاسفة الفكر السلطوي: ميكافيلي. وما زال مفهوم "حرية التعبير وحرية الصحافة" بوصفه "قيمة حضارية إنسانية راقية" غير متجذّر أو "أجنبياً" في الأدبيات الرسمية وأدبيات قوانين الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية. وتعبير آخر، فإن هذه المنطقة وباستثناءات محدودة "صحراء قاحلة" فيما يتعلق بالقوانين التي تحمي تلك الحرية. أمّا كلمة الحرية بوصفها "كلمة مجرّدة" فحاضرة في تلك القوانين، وتأتي مُقيّدةً باعتبارات يصعب تحديدها بمنطق القانون؛ فالعديد من الدساتير وقوانين الإعلام المحليّة بالمنطقة تُقرّ لغوياً بحرية التعبير والصحافة، ثمّ تُقيّد ذلك بشروط تشمل مثلاً عدم المساس بالأمن الوطني أو المصلحة العامة، فيترك هذا الباب (الأمن والمصلحة العامة) مفتوحاً بحيث يُمكن أن يشمل نظرياً أي شيء. ويشير مؤشر حرية الصحافة (Press Freedom Index) الذي تُصدّره منظمة "مرايسلون بلا حدود" (Reports without Borders) من سنة

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، الرقابة الإعلامية -دراسة مقارنة-، مرجع سابق، ص 182-183.

2002 إلى غاية سنة 2018¹ إلى أنّ معظم الدول العربية والإسلامية تقع في المنزلة الأدنى في السلم، مع بعض التفاوت النسبي بين هذا البلد أو ذاك (موريتانيا 72، الكويت 105، لبنان 100، قطر 125، الجزائر 136، المغرب 135، مصر 161، السعودية 169) ...

بعد التعرّض لكلّ من مواثيق الشرف الصحفية والقوانين الإعلامية، ومدى تنظيمها لمجال أخلاقيات الممارسة، لا يُمكننا المرور دون طرح تساؤل لابد وأنّه قد تبادر إلى أذهان الكثيرين، يتمحور حول قضية "الألوية" هل هي للمواثيق أم للقوانين الصحفية؟

بينما جرى العرف على أن تكون القوانين الصحفية بمثابة مُنظّم لمهنة الصحافة ولممارساتها، فإنّ البعض الآخر يرى أنّه بمقدور المواثيق التطوّعية أن تحلّ محلّ هذه القوانين، ويرون أنّ التنظيم الذاتي للمهنة يعدّ مدخلاً أنسب لإفراز ممارسات صحفية تلتزم بالأخلاقيات المهنية، كما يمنع أية محاولات تستهدف تقييد الصحافة بقوانين وقرارات سلطوية أو تحدّد من حريتها، أو تقيّد من قدراتها على التعبير الحرّ والمسؤول عن مجتمعاتها، وفي هذا الصّدّد يُمكن الاستشهاد بفكرة الباحث "كلود جون بيرتراند"² والتي تبدو الأنسب لواقع الممارسات الإعلامية الراهنة، وهي فكرة الجمع بين التنظيم القانوني والتنظيم الذاتي (مواثيق الشرف الإعلامية) ما اصطلح على تسميته بالتنظيم المشترك، حيث يتحوّل القانون إلى أداة لحماية الحقوق الاتصالية ولحماية الجمهور من السيطرة الخارجية على النظم الإعلامية الوطنية، بينما يتحوّل التنظيم الذاتي لضمان جودة الوسائل الاتصالية، وضمان قيام وسائل الإعلام بوظائفها المجتمعية، بالإضافة إلى حماية حقوق الجمهور...

¹ مؤشر حرية الصحافة.. اعرف ترتيب بلدك، الحرّة، متوفر عبر الرابط: <https://www.alhurra.com/a/reporters-without-borders/433639.html> تاريخ النشر: 25 أبريل 2018، تاريخ الزيارة: 2018/07/22 20:10.

² Bertrand Claude-Jean, **The State and Professional Ethics**, A paper Presented at "The Media and Democratic Society" Conference, Luxemburg, 30th Sep-1st Oct 2002.

ثالثاً: أخلاقيات الممارسة الإعلامية بين البيئة الإعلامية التقليدية والرقمية

1- الرؤى المختلفة حول الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات العمل الإعلامي

تثير قضية أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل المتغيرات التي أفرزتها البيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة، عدّة رؤى متعارضة حول مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الإعلامي، ويمكن وضع هذه الرؤى مع تباينها في إطار تصور لفريقيين:

الفريق الأول: البيئة الإعلامية الجديدة بحاجة لمنظومة أخلاقيات جديدة

يرى مؤيدو هذا الفريق أنّ البيئة الإعلامية الإلكترونية بحاجة لصياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحدّيات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات، فالمشكلة من وجهة نظرهم لا تكمن في صلاحية المعايير والأخلاقيات الإعلامية التي تطوّرت خلال القرن العشرين غير صالحة، إذ تُشكّل تلك الثورة مُناخاً إعلامياً واتصالياً جديداً يحتاج إلى معايير وأخلاقيات جديدة، ويبرزون هذا الطرح بناءً على عدّة تصوّرات من بينها¹:

- أنّ أخلاقيات العمل الإعلامي جدّ متباينة في البيئة الإعلامية الإلكترونية عنها في البيئة الإعلامية التقليدية²، فهذه البيئة تطرح منظومة جديدة من العمل الإعلامي، لم يتمّ التأطير لها من قبل، في وقت يجتهد فيه الإعلاميون لاستكشاف سُبُل مواجهة المواقف والحالات الأخلاقية التي يتعرّضون لها، ومن ثمّ فثمة حاجة لمُرشد وموجّه أخلاقي يُساعد هؤلاء الإعلاميين على الالتزام بالضوابط والواجبات الأخلاقية المُتعارف عليها، وتلك التي تطرحها هذه البيئة، وكذلك لاستكشاف طبيعة الاختلاف بين البيئة التقليدية والإلكترونية، فعلى سبيل المثال، فإنّ كثيراً من الواجبات والالتزامات الأخلاقية السائدة في البيئة الإعلامية التقليدية تأخذ منحى آخر في البيئة الإعلامية الإلكترونية، كضرورة الفصل بين الإعلان والمادة التحريرية، ومن ثمّ فإنّ مُطالبة الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإلكترونية بتحرّي ذات الضوابط المُتبعة من قبل الإعلاميين في البيئة التقليدية يُعدّ تزايداً من جهة، ومُغالاة في المُطالبة بالالتزام بالواجبات الإعلامية الأخلاقية من جهة أخرى، وعدم فهم

¹ بحيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 115.

² سليمان صالح، ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، مؤتمر صحافة الانترنت، جامعة الشارقة، نوفمبر 2005.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

لِمناح وطبيعة العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية من جهة ثالثة، حيث تُطرح مثل هذه العلاقة في سياق جديد وبأبعاد مُختلفة¹.

- أنَّ البيئة الإعلامية الإلكترونية تشهد هجرة غير مسبوقه من قِبل الوسائط الإعلامية التقليدية، والتي أصبحت تجد في هذه البيئة الجديدة مجالاً أرحب وأوسع لتواصلها مع جمهورها، بيد أنَّها بيئة خاصة لها متطلباتها، التي قد تتفق أولاً تتفق مع الضوابط الأخلاقية التقليدية، ممَّا يحتم ضرورة التفكير في طبيعة الظواهر الأخلاقية الجديدة التي تُفرزها هذه البيئة، وكيفية التعامل معها، وكيفية مساعدة الإعلاميين على الالتزام المهني بالقيم الأخلاقية في كُلِّ منهما.

- أنَّ البيئة الإعلامية الإلكترونية تشهد ميلاد إعلاميين جُدد، بعضهم ينتمي لمؤسسات إعلامية تقليدية لها تقاليد وأخلاقياتها، وبعضها تمَّ تأهيله في أكاديميات إعلامية، إلاَّ أنَّ عدداً كبيراً من هؤلاء الإعلاميين يُمارس عمله الإعلامي؛ إمَّا لأول مرة أو دون خبرة إعلامية، وفي كلِّ الحالات فهُم بحاجة لمرشد وموجه أخلاقي، لما ينبغي ولا ينبغي من واجبات، وكذا لمعرفة حقوقه الإعلامية، فضلاً عن أنَّ عدداً كبيراً من جمهور الوسائط الإعلامية التقليدية أصبح يتعاطى مع هذه البيئة الإعلامية الجديدة، وهو في حاجة لحماية حقوقه، وتوعيته بطبيعة ضوابطها الأخلاقية، وبطبيعة المسؤوليات الاجتماعية والأخلاقية للإعلاميين تجاهها².

- بينما يتوافر للمؤسسات الإعلامية التقليدية موائيق وضوابط مهنية وأخلاقية سواء مكتوبة أو غير مكتوبة، إلاَّ أنه لا تتوافر ذات الموائيق أو الضوابط للعاملين في البيئة الجديدة³. وهو ما يدعو، وبالبحاح، لصياغة موجّهات أخلاقية تتناسب معها، وخاصة في ظل تكدُّس الإشكاليات الأخلاقية التي أفرزتها، وتلك التي ورثتها من البيئة التقليدية.

- أنَّ الطبيعة الكونية أو الشَّمولية للوسائط الجديدة العاملة في البيئة الإعلامية الإلكترونية، تدعو للتفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات عامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلّبات، نظراً لتغيّر طبيعة هذه البيئة من فترة إلى أخرى، وإمكانية تطبيقها على جميع الإعلاميين العاملين في هذه البيئة الجديدة، ولطبيعة الوسيلة نفسها، كما أنَّ اندماج الوسائط الإعلامية معاً يخلق حافزاً جديداً للتفكير في

¹ بحيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة -الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتّحدة، 2012، ص 497.

² بحيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 116.

³ Arant, M. D. and Anderson, J. K, **Online media ethics: A survey of US Daily Newspapers Editors**, op cit.

أخلاقيات عمل ناجمة عن طبيعة هذا الاندماج، وإمعان النظر في تأثيراته المهنية والأخلاقية، سواء على البيئة الإعلامية التقليدية ذاتها، أو على البيئة الإلكترونية¹.

وبالرغم من دعوة هذا الفريق لصياغة مبادئ وأعراف ومواثيق أخلاقية جديدة خاصة بالبيئة الإعلامية الإلكترونية، فإنَّ ثمة صعوبات تعترض طريقه، من بينها، تقلُّب وتعير هذه البيئة من وقت لآخر، وتداخل وكثرة عدد الوسائل العاملة فيها، وقلة عدد الكيانات المهنية الإعلامية المعترف بها، وغياب الجهات الرقابية المهتمة بمتابعة مدى الالتزام المهني الأخلاقي للإعلاميين العاملين فيها، وللتباين بين عملية الوسيلة وبين خصوصية القيم الأخلاقية.

الفريق الثاني: البيئة الإعلامية الإلكترونية ليست بحاجة لمنظومة أخلاقيات جديدة

يرى عدم وجود حاجة لسنِّ مواثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية بل ويُعارضُ فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الإلكترونية، باعتبار أنَّ ثراء البيئة يُضاهي قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية. ويَطرحون في ضوء هذه الرؤية عدَّة مُبررات، من بينها:

- صُعوبة وضع ضوابط مُحددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة مُتقلِّبة ومُتجدِّدة ومُتغيِّرة بسرعة كبيرة، تجعلُ وضع أيِّ معيارٍ أو ضابطٍ أخلاقي عملاً صعباً، بفعل أنَّ ما هو قابلٌ للتطبيق في هذه اللحظة، قد لا يكون مقبولاً بعد فترة قصيرة من الزمن، نظراً للتطورات المُتسارعة في البيئة الإعلامية الإلكترونية. كما أنَّها لا تزال غير مُحددة المعالم، والكثير من التساؤلات المتعلقة بما يجوز وما لا يجوز، وما هو حقٌّ خاص وما هو حقٌّ عام، لم يتم الاتفاق عليها بعد، فهي لا تزال في طور التشكيل، ومن ثمَّ فإنَّ محاولة صياغة آية مواثيق شرف إعلامية لهذه البيئة الجديدة، سيُعدُّ أمراً قاصراً وغير مُكتملٍ أو صعباً بفعل عدم إمكانية حسم الكثير من الموضوعات التي يُمكنُ أن تتضمنها هذه المواثيق².

- أنَّ أخلاقيات الإعلام عامة ولا تختلف من وسيلة إلى أخرى³، كما أنَّ القيم والضوابط الأخلاقية هي واحدة، بعرض النظر عن طبيعة البيئة الإعلامية التي يتم تطبيقها فيها، وبعرض النظر عن قدم أو جدِّة الوسيلة الإعلامية، فما ينبغي أن يلتزم به الإعلامي في البيئة التقليدية، يجب أن يلتزم به أيضاً في البيئة

1 نجيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة -الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، مرجع سابق، ص 498.

2 نجيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 117.

3 سليمان صالح، ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، مرجع سابق.

الإلكترونية، فذات الشخص لم يتغير ، بعض النظر عن البيئة التي يعمل بها، كما أن غالبية الصحفيين العاملين في البيئة الإعلامية الإلكترونية، انتقلوا إليها أو مازالوا يجمعون بين العمل في البيئتين، وهذا ما يعني أنهم لازالوا يحملون ذات الهوية الإعلامية، ومُطالبين بذات الضوابط والمعايير الأخلاقية، في الوقت الذي يُمكنهم فيه الرجوع إلى القيم والضوابط والمواثيق الأخلاقية التي تسود البيئة التقليدية، والاحتكام إليها عند الضرورة، وهي قيم وتقاليد لاتزال صالحةً للتطبيق في البيئة الإلكترونية¹.

- جرى العرف على أن تصيغ كل مؤسسة إعلامية ميثاق شرف إعلامي يلتزم به العاملون فيها، وهو أمر كان مقبولاً في المؤسسات الإعلامية التي تضم المئات بل والآلاف من الإعلاميين، بما يسمح بصياغة إطار عام، يضبط حركة العمل الإعلامي المؤسسي فيها، وبما يُشكل مقياساً لمدى الالتزام المهني والأخلاقي، ولكن وبالرغم من أن البيئة الإعلامية الإلكترونية، تضم آلاف المنابر والوسائط الإعلامية، ومن مشارب متنوعة، وبخلفيات متعددة، ومُعظمها لا يضم إلا عدداً قليلاً من الأفراد، وبعضها يُصدرها فرد واحد، وهو ما يطرح تساؤلاً حول عدد موثيق الشرف الإعلامية التي تحتاجها البيئة الجديدة، وهل يجوز صياغة ميثاق شرف لصحفي أو إعلامي واحد؟ وإذا جاز، فهل سيمارس الإعلامي ذاته دورين في آن واحد؟ دور الإعلامي ودور الجهة التي تُقيم التزامه الأخلاقي والمهني معاً².

- بينما تُطبّق معظم المؤسسات الإعلامية في البيئة التقليدية ضوابطها الأخلاقية على العاملين، بعد إعدادهم وتهيئتهم لمناخ العمل فيها، كما يُشكل المناخ المؤسسي عامل توجيه وإرشاد وضبط لمعايير الالتزام المهني لديهم، وهو أمر ييسر إمكانية المساءلة الأخلاقية للإعلاميين، وخاصة مع خربجي كليات الإعلام، الذين تمّ تهيئتهم مسبقاً وتعريفهم بمتطلبات وواجبات مهنة الإعلام، لكنّ الحال جدُّ مختلف في البيئة الإعلامية الإلكترونية، التي تنخرط فيها أشكال مختلفة من الإعلاميين الجدد، بعضهم يعمل وفق ضوابط مؤسسية مهنية، والبعض الآخر لا يلتزم بذلك، وبعضهم تمّ تأهيلهم إعلامياً وأخلاقياً من قبل، والبعض الآخر لم يحظ بهذه الفرصة، ومن ثمّ يصعبُ مُطالبَةُ الإعلاميين جميعهم في البيئة الإعلامية الإلكترونية بالالتزام بالضوابط الأخلاقية: إمّا لأنه لم يتمّ تأهيلهم من قبل، وإمّا لأنه لا توجدُ ضوابط مؤسسية تُجرّمهم أو تُحفّزهم على الالتزام بها. ومن ناحية ثانية فإنّ مناخ العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية يخلق فاصلاً وحاجباً إضافياً بين الإعلامي والجهات التي يلتزم إزاءها أخلاقياً، فتمّة مسافة بين الإعلامي وبين القراء، وبينه وبين الواقع الذي يعمل فيه،

¹ بحيث السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 118.

² بحيث السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة -الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، مرجع سابق، ص 500.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

فضلاً عما تُضيفه عليه الوسيلة الجديدة من إمكانية تجهيل وتخفي بَعْدَ مُسمّيات ووجوه، وما تتمتع به من آفاق لا نهائية من الحرية وكسر القيود التقليدية، ومن ثمّ، فإنّه يصعبُ مُطالبه الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإلكترونية بالالتزام بمسؤوليات أخلاقية مُعيّنة، خاصة في ظل غياب أو عدم وضوح طبيعة الجهات التي يجب أن يلتزموا أمامهم. ومن ناحية ثالثة، فإنّ طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة وما توقّره من إمكانية تزويد المادة الإعلامية بوصلات وروابط ومواقع أُخرى، تجعل من الصعوبة مُساءلة الإعلاميين في البيئة الجديدة عن أعمال الآخرين، فالإعلامي مُطالبٌ بمراقبة ومراجعة عمله وما يقع في دائرة اختصاصه فقط، لكن لا يُمكن مُساءلته أخلاقياً عن أعمال وإنتاج الآخرين، وتنتج هذه الحيرة من كون الإعلامي يريد أن يُثري مادته الإعلامية الإلكترونية من خلال ربط جمهوره بمواقع الآخرين، وهو أمرٌ يُحمّدُ عليه، لكن من ناحية أُخرى فإنّه قد لا يضمنُ دِقّة وسلامة وصِحّة ما ينشره الآخرون على مواقعهم، وحتى في حال تحرّيه للمواقع التي يقوم بِربط جمهوره بها، فإنّه لا يضمن ما سيحدثُ بها بعد فترة قصيرة، وهل لا تزال هذه المواقع تتحرى الدقة والسلامة والأمانة والصِحّة الإعلامية أم لا، ومن ثمّ فإنّ مُساءلة الإعلامي في هذا الصدد قد يدخُلُ في باب المغالاة وتحميله فوق طاقته¹.

وإذا سلّمنا جدلاً بإمكانية التزام الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة ببعض الواجبات المهنية والأخلاقية، فإنّه يصعبُ مطالبتهم بكلّ البنود التي تنصّ عليها موثائق الشرف الإعلامية وأخلاقيات مهنة الإعلام، فمثلاً يُمكنُ مُطالبه الصحفيين بتحرّي الدقة والصدق والتوازن وغيرها من المعايير والقيم المهنية في التغطية الإعلامية، لكن كيف يُمكنُ مُطالبه الإعلاميين بالالتزام بحقّ الجمهور، في ظلّ تنوع جمهور هذه الوسائل واختلاف احتياجاته وثقافته، وإذا كان الردّ بضرورة التزام هذه الوسائل بجمهورها المحلي، فإنّ ذبك يحجب عن الوسائل العاملة في البيئة الإلكترونية أحد أهمّ السمات التي تُميّزها، وهي العالمية والقدرة على الوصول إلى جمهور متنوع. ومن جهة أُخرى فإنّ طبيعة البيئة الإعلامية الإلكترونية تزيد من الأعباء الأخلاقية الواقعة على عاتق الإعلاميين، فبينما تيسر على الإعلاميين إمكانية الوصول إلى العديد من المصادر الإعلامية والصحفية، وإمكانية الاقتباس منها ونسخها وإعادة مُعالجتها وغيرها من الأمور، بيد أنّها وجدت أعباء أخلاقية جديدة ناجمة عن الوسيلة ذاتها، وعن طبيعة عملها، أكثر مما هي ناجمة عن ضعف وقصور مهني لدى الإعلاميين².

¹ بحيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 119.

² بحيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة -الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، مرجع سابق، ص 501.

وبالرغم من وجهة نظر الفريق الثاني، إلا أنّ كلّ المبررات التي يسوقها لا تنفِ أهمية الحاجة إلى وجود ضوابط وقيم أخلاقية للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الجديدة، فعلى الرغم من التغيّر السريع في البيئة الإلكترونية، فبالإمكان ملاحقة ومتابعة هذه التطورات وإدراجها ضمن منظومة القيم الأخلاقية التي يجب النصّ عليها في البيئة الإعلامية الجديدة، فالمواثيق الأخلاقية مرنة وقادرة على استيعاب ما يستجدّ من ظواهر وقضايا، كما أنّ عدم صياغة مثل هذه المواثيق يُمثّل ضرراً فادحاً، كما أنّ اختلاف طبيعة القيم الأخلاقية التي تسود في البيئة الإعلامية الإلكترونية عن سواها في البيئة التقليدية، لا يرقّ كمُبرّرٍ لعدم الاجتهاد في صياغة ضوابط أخلاقية جديدة، فضلتّ عن أنّ عدد العاملين في البيئة الإعلامية الجديدة في تزايدٍ مُستمرّ، وهو ما يدعو لمزيد من الحاجة إلى لتأسيس ضوابط أخلاقية تُساعدُهم في عملهم وفي تحديد كيفية مُساءلتهم أخلاقياً أمام رؤسائهم، وزملائهم وجمهورهم والمؤسسات والمنظمات المهنية المعنية بالعمل الإعلامي في البيئة لإعلامية الجديدة، وإن كان الأمرُ بحاجة إلى المزيد من الجُهد لتدريب الإعلاميين الجُدد على الالتزام بالواجبات الإعلامية التي تُفرزها البيئة الإعلامية الجديدة.

2- قضايا أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي

حملت التكنولوجيات الحديثة الجديد للبيئة الإعلامية، إذ فتحت الباب أمام العديد من التقنيات التي جاءت بإيجابياتها وسلبياتها لتدخل ممارسات مختلفة وعادات لم تكن موجودة من قبل على مختلف مراحل السيرة الإعلامية، وهذا ما نعكس على العديد من جوانبها، بما في ذلك الجانب الأخلاقي، ما طرح قضايا أخلاقية جديدة على العمل الإعلامي، وقد خصّصنا هذا العنصر للحديث عن بعض هذه القضايا.

1-2. الوصلات والروابط التشعبية

تُعَدّ الوصلات والروابط التشعبية من السّمات المميّزة للعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية، حيث تُضفي عليها الكثير من الحيوية والتفاعلية، باعتبارها طريقة سريعة ومتجدّدة ومتطوّرة ومتنوعة للوصول للمعلومات¹، إذ بينما كانت الوسائل الإعلامية التقليدية مقيدة بعوامل المساحة والوقت، وهو ما حدّ من إمكانياتها في نشر تفاصيل وخلفيات الأخبار والمعلومات، فإنّ الوصلات والروابط التشعبية وقّرت للوسائل

¹ Joann Byrd, **Online journalism Ethics: A New Frontier**, The American Society of Newspaper Editors, Last Updated: March 23, 1997.

الإعلامية الجديدة أداة مُميّزة لتوفير مثل هذه المعلومات والخلفيات، ووضعها في سياق مناسب وأكثر عمقاً، عن طريق الاستفادة بما تُوفّره المواقع والمصادر الأخرى من معلومات¹.

ويعتمد استخدام الروابط التشعبية على لغة النصّ الفائق HyperText والتي تُستخدم في نشر النصوص، وفي البحث في المواقع والوثائق المتعلقة بالموضوع، بصرف النظر عن أماكن تخزين هذه النصوص، وفي المساعدة في تتبّع الأخبار والموضوعات من صفحة إلى صفحة أخرى، وفي السماح للمستخدمين بالقفز بسرعة من مصدر معلومات إلى آخر بمجرد الضغط على زر الفأرة²، ودون الحاجة إلى كتابة عناوين المواقع التي تتم الانتقال إليها، كما تُحيط المستخدم بكلّ الروابط ذات الصلة بموضوعه، وتُساعدُه على تفصّي أبعاده عن طريق تصنيفه إلى قوائم وفئات وفروع ...

وللروابط التشعبية ميزات وسليبات من الناحية الأخلاقية، فكما يُمكن ربط المستخدم بمواقع مفيدة وثريّة بالمعلومات، يُمكنها أن تربطه بمواقع مثيرة للجدل والخلاف، أو لا ترقّ للمستوى الأخلاقي والمهني المتوقع من العمل الإعلامي، أو تتضمن معلومات مُضلّلة للجمهور³، أو قد تُعرّض الموقع لمساءلة قانونية في حالة تضمّن المواقع الأخرى لمواد غير قانونية أو غير أخلاقية، كما يصعب على الإعلاميين في البيئة الإلكترونية التحكّم فيما تتضمنه المواقع الأخرى من مواد، أو تتبّع مدى وفائها بالمتطلبات الأخلاقية للعمل الإعلامي⁴. ومن ناحية أخرى، كلّما زاد عدد المواد المنشورة وزاد عدد المواقع التي يتمّ الربط بها، كلّما تضخّم العمل وصعب التحكّم فيه، كما قد تُشجّع مثل هذه الروابط على القرصنة الجماعية على مواقع الآخرين، من خلال توفير رابط يُساهم في النسخ غير المرخص لأعمال الآخرين، كما قد تُسيء للآخرين في حال تضمّنهم معلومات ووقائع غير صحيحة.

وبينما لا تريد بعض المواقع الإعلامية أن تربط نفسها بمواقع منافسة أو بمواقع تحتوي على مضامين غير لائقة، فإنّ البعض الآخر منهم يُرحّب باستخدامها، باعتبار أنها تزيد من شهرة مواقعهم. ويبدو ظاهرياً أنّه لا

¹ Mark Deuze, **Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from the Netherlands**, <http://users.fmg.uva.nl/mdeuze/publ15.htm>

² بجيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 155.

³ Mann, F. **New Media Brings a New Set of Problems**. Poynter Institute Resource File. Retrieved October 12, 2005 from the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/nm/nm_mann98.htm .

⁴ Yashua, D. & Deuze, M. **Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from the Netherlands**. Amsterdam: ASCoR, 2000.

مُشكلة قانونية أو أخلاقية في تضمين روابط لمواقع أخرى، بيد أنّ هذا الأمر يحتاج إلى بيان طبيعة هذه الروابط، أو مدى احترامها وتجاهلها لحقوق الآخرين، ومدى وفائها أو التزامها بالمعايير الأخلاقية والقانونية.

ومع ذلك يثير استخدام هذه الروابط الكثير من التساؤلات حول حدود المسؤولية الأخلاقية للإعلامي فيما يتعلّق بالروابط والوصلات التشعبية، وهل تتوقف عند حدود موقعه؟ وعند اختياره للروابط، أم تتعدى ذلك لمستوى آخر من المتابعة والتقييم المستمرّ لمواقع الآخرين، أو قد تصل لمستوى ثالث من المسؤولية، وهو مسؤوليته عمّا تتضمنه المواقع الأخرى من تضليل أو خداع أو كذب، بينما ينبغي وضع مستويات لمسؤوليات الإعلامي وتكليفه بضرورة مراجعة الروابط المستخدمة، لكن يصعب تحميل الإعلامي مسؤولية المواقع الأخرى، وهو ما يطرح تساؤلاً: إلى أيّ حد يُعتبر ربط المواقع الإخبارية والإعلامية بمواقع ومصادر أخرى تعدّ على حقوق الآخرين الفكرية؟¹

بصفة عامة، يمكننا القول "لا يمكن تجريم استخدام الروابط، وإلا تمّ القضاء على الانترنت ككيان"² فاستخدام الروابط يشبه استخدام قاعدة بيانات مثل ديوي* للتعرف على ما يوجد بموقع آخر في مكتبة مثلاً، فهو مجرد عنوان لموقع آخر، والعنوان في حد ذاته مجرد معلومات ولا يتمتع بالحماية كحق المؤلف، وهو ما يعني أنه لا يوجد عائق قانوني يمنع استخدام الروابط، ولكن المشكلة تتمثل في كيفية استخدام هذه الروابط، فإ إنشاء صفحة من صور وأعمال الآخرين دون تصريح يُعدّ انتهاكاً لحق المؤلف، ولكن مجرد استخدام رابط لصفحة أخرى لا يُعدّ انتهاكاً، ولكن يُمكن الادّعاء بانتهاك هذه الروابط لحقوق الآخرين الفكرية في حالة ما إذا كان الارتباط مائلاً deep link فالارتباط بمقال أو موضوع مباشر داخل الموقع، وتجاوز صفحة البداية الرئيسية، وهو ما قد يُحدثُ تعمية وتشويش حول طبيعة المالك الحقيقي للموقع في ذهن المُستخدم، وهذا النوع من الارتباط الماكر يسمح للزوار بالمرور العابر على المعلومات والإعلانات الموجودة بالصفحة الرئيسية لموقع ما، والذهاب مباشرة إلى صفحة داخلية، وهو ما قد يؤدي إلى فقدان هذه المواقع لعائدات إعلانية قد تجنيها من المرور على صفحاتها الرئيسية.³

¹ نجيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، مرجع سابق، ص 537.

² نجيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 157.

* أول نظام تصنيف من نظم تصنيف المكتبات بالمعنى الحديث وأكثرها شهرة في نفس الوقت. اخترعه ملغل ديوي، صدرت الطبعة الأولى منه عام 1876 م، يقوم هذا النظام على تقسيم المعرفة البشرية إلى عشرة أقسام رئيسية، يتفرع كل واحد من الأقسام الرئيسية إلى عشرة شعب تمثل التفرعات الرئيسية للموضوع، وهكذا ينقسم كل فرع إلى عشرة وبذلك يمكن أن يستمر التقسيم العشري إلى ما لا نهاية.

³ نجيت السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة - الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، مرجع سابق، ص 538.

وتكشف أدبيات أخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية الجديدة عن اهتمام بعض المؤسسات التعليمية والأكاديمية بوضع ضوابط للتعامل مع الروابط والوصلات التشعبية، من بينها ما أشار إليه معهد بوينتر، من أنه لكي تُحافظ الصحيفة الإلكترونية على مصداقيتها لابد أن تكون الروابط التي تستخدمها واضحة، وأن يتم تحديدها بشكل واضح، هل هي مواقع تحريرية أم تجارية؟ وهل حصل الموقع على أموال مقابل وضعها والربط بها؟ كما ينبغي أن تكون الروابط المستخدمة مُلائمة للموضوع وحديثة ودقيقة، مع ضرورة التأكد من احترام هذه الروابط لحقوق الآخرين وللقيم الإعلامية والمهنية المُتعارف عليها، وأن يتم مراجعة كل الروابط التي يتم الإشارة إليها من حيث مُلاءمتها وحدائتها ودقتها، واحترامها لحق الآخرين في الخصوصية، مع العمل على استكشاف البدائل المتوفرة من هذه الروابط قبل توفير روابط تشعبية مُسيئة، وفي حالة الضرورة لاستخدامها يجب تحذير المُستخدمين منها قبل ربطهم بها¹.

وبصفة عامة، يجب أن ينصّ أي ميثاق شرف أخلاقي للبيئة الإعلامية على ضرورة أن تقوم هذه المواقع الإعلامية بإجراء عمليات مراجعة تحريرية للروابط التي تستخدمها، والإفصاح عن طبيعة شراكتها مع الآخرين، وما إذا كانت تُدرّ عائدات على الموقع، وأن يتم استخدام رموز نصية ومرئية لتوضيح طبيعة هذه الشراكة، مع توضيح طبيعة العلاقة بين الطاقم الإخباري وبين الرعاة وأصحاب الإعلانات التحريرية، وعدم تحكّم الرعاة في الروابط المُلحقة بما تنشره المواقع الإخبارية من مضامين، ومراجعة ما يتم استخدامه من جرافيكس ورسوم متحركة، وصلتها بالمحتوى، مع وضع مؤشرات مرئية تكشف عن المحتويات التي لا يتم إنتاجها من قبل طاقم الموقع، ومعرفة محتوى الموقع المُرتبط به تجنّباً لأي خطأ في توجيه المُستخدم، وأن يتم الارتباط بالطريقة التي يرغب فيها الموقع²، وتجنّب أي انطباع أو إشارة توحي بأن الارتباط بهذا الموقع تعني المصادقة بأي طريقة على خدماته ومنتجاته، وتجنّب الربط بمواقع تمنع أو لا توافق صراحةً على مثل هذا الربط، وأن لا تكون هناك إحالات عمياء لموضوعات غير متاحة أو غير موجودة من الأصل، مع الحرص على الحصول على تصريح قبل استخدام روابط الآخرين، والعمل على تحجيم مسؤولية الموقع القانونية باستخدام ما يُعرف بالتنصّل أو الإنكار Disclaimer لتقليل احتمالية المشكلات القانونية والأخلاقية التي قد تقع من جرّاء استخدامه لهذا الرابط. ومن نماذجه القول: (بتقديم روابط للمواقع الأخرى فإن (اسم موقعنا) لا يضمن أن

¹ Poynter Institute; **Journalism Values & Ethics in New Media Conference**. Poynter Institute Resource File. Received from the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/ne/nme/me_conv2.htm

² بحيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 158.

يوافق أو يُصادق على المعلومات المتوافرة على هذه المواقع، ولا يعين الارتباط التشعبي بها أي علاقة أو ارتباط أو مُصادقة مع اسم موقعنا¹.

2-2. حقوق الملكية الفكرية

تُعدّ قضية الأخلاقيات الخاصة بحماية حقوق الملكية الفكرية للآخرين من القضايا المهمة في البيئة الإعلامية التقليدية، وخاصة ما يتعلق منها بالاستفادة من أعمال الآخرين الإخبارية، وتحديد هوية مصدر العمل الإعلامي، وغالباً ما يأتي النصّ عليها ضمن الواجبات والالتزامات المتعلقة بجمع ونشر الأخبار والآراء، ومنها ضرورة نسبة المادة الإعلامية لأصحابها وعدم انتحال حقوق الآخرين، والحِرص على ذكر مصادر المادة الصحفية.

أمّا في البيئة الإلكترونية فقد ظهرت أشكال جديدة ومتنوعة من التعدي على حقوق الملكية الفكرية للآخرين، ومنها: نسخ المواد المنشورة إلكترونياً (سواء كانت نصاً مكتوباً أو صورة أو فيلماً أو فيديو أو برامج أو موسيقى أو رسم أو جرافيكس أو قالب تصميم أو غير ذلك) واستغلالها بشكل أو بآخر دون الحصول على تصريح مسبق من صاحب الحق الأدبي والمادي لهذه المواد، أو بثّ أو عرض أو نشر أو إذاعة أو نقل أو إتاحة هذه المواد، دون ترخيص، أو حذف أجزاء منها، أو تغييرها دون إذن، أو تشويه معالمها، أو تحريف مضامينها بصورة تضرّ بها، وأيضاً السّماح بربط بعض المواقع كوكالات الأنباء والصحف والمجلات بمواقع أخرى دون الحصول على موافقتها، أو إدراج أجزاء منها ضمن مادة الموقع الإعلامي وكأنها جزء منه..

وقد تزايدت حالات التعدي على حقوق الآخرين في البيئة الإلكترونية بفعل المعالجة الرقمية للمعلومات، وسهولة تبادلها وإعادة إنتاجها في أشكال مُتعدّدة بسرعة، وإنتاج نُسخ عديدة منه، مع عدم التقليل من جودتها، وإمكانية تخزينها واسترجاعها وتوزيعها رقمياً، وللتكلفة الهامشية لإعادة الإنتاج والتوزيع، وكذا سهولة توظيف المعلومات الرقمية وتعديلها بدرجة مغايرة لأشكالها التقليدية، ممّا يُصعّب كشف أو جُبه تغييرها أو تحويلها، كما أنّ التضخّم المُطرّد في حجم المعلومات والبيانات التي تُنشر عبر الانترنت، يؤدي لصعوبة تمييز الأعمال الأصلية عن غيرها. وقد زادت مثل هذه الحالات بفعل صعوبة اقتفاء المُعتدين، وعدم كفاية القوانين المُنظمة لحقوق الملكية الفكرية، واعتقاد بعض المُستخدمين بعدم وجود قانون يحمي حقوق المؤلف على الانترنت، وصعوبة تحديد كمّ ونوع المُعتدين على هذه الحقوق، بفعل عدم مواكبة التشريعات القانونية

¹ بحيث السيد، الانترنت كوسيلة اتصال جديدة -الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-، مرجع سابق، ص 540.

لمختلف المستجّدات المتعلّقة بالقرصنة الإلكترونيّة من جهة، وصعوبة تطبيق القوانين الخاصة بحقّ المؤلّف والخاصة بكلّ دولة على الانترنت نظراً للشخصية العالمية للإنترنت.

ومن ثمّ ينبغي أن تستوعب المواثيق الأخلاقية التي تُنظّم العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونيّة التغيّرات الجديدة في هذه البيئة، وأن تحتلّ مساحة اهتمام أكبر، باعتبار أنّ معظم الأعمال التي تتمّ فيها تُعدّ ذات صلة وثيقة بحقوق الملكية الفكرية للآخرين، حيث يجب النصّ على الاستخدام المشروع لمصادر الأخبار والمعلومات، وعلى نسبة المادة الإعلامية لأصحابها، وإلى عدم انتحال حقوق الآخرين، وإلى ضرورة الحصول على إذن مسبق من أصحاب المواقع الأخرى والمصادر قبل تضمينها ضمن الموقع، وإلى تجنّب كل الممارسات التي تهدر من حقوق الآخرين أو تُشوّه أعمالهم، وكذلك النصّ على عدم التعديّ على حقوق الآخرين في كلّ ما يتعلّق بالمادة والخبر والمصدر والرّسم والصّور والجغرافيكس والصّوتيات والمرئيات والقوالب التصميمية وبقية مفردات إنتاج المواقع الإعلامية الإلكترونيّة¹.

2-3. أخلاقيات حماية الخصوصية الإلكترونيّة

تشير بعض المواثيق الأخلاقية التي تتبعها بعض وسائل الإعلام في البيئة التقليدية إلى ضرورة احترام الحياة الخاصة للآخرين وعدم التطفّل عليها، وعدم الكشف عن أسمائهم وأسرارهم أو التعرّض لهم أو اقتحام الأماكن التي يتواجدون فيها دون إذن... وضرورة احترام وتقدير مشاعر الأفراد الذين يمرّون بحالات مأساوية أو حزن أو مُعاناة أو صدمة أو حالات علاجية، وضرورة التماس أليق الطّرق للتعامل معهم، وعدم السّعي للحصول على المعلومات والصّور من خلال المُضايقة والإلحاح المُستمر، وعدم تصوير الناس في أماكنهم الخاصة دون موافقتهم، وعدم الإلحاح في الاتصال التلفوني والمُلاحقة، وعدم البقاء ضمن حدود ملكيّة الآخرين في حالة ما إذا طُلب منهم الرّحيل، وعدم استخدام التكنولوجيا الحديثة في التطفّل على حياة الآخرين، ومنها استخدام الكاميرات الخفيّة وغيرها²...

ويكشفُ تحليل واقع الممارسات الإعلامية ومواثيق الشرف الإلكترونيّة عن مجموعة ملاحظات من

بينها:

¹ بحيث السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 160.

² المرجع نفسه، ص 161.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

- توفر البيئة الإلكترونية ميزة كبيرة أمام المواقع الإخبارية والإعلامية التي تعمل على ساحتها، إذ أنه بمقدورها معرفة التفضيلات واهتمامات مستخدميها ورصد تحركاتهم على الموقع، وهو ما قد يُساعد في تلبية احتياجات هؤلاء المستخدمين والعمل على إشباعها، بيد أن ذلك يُثير تساؤلاً حول مدى أخلاقية مثل هذا العمل، وهل يجوز للوسيلة الإعلامية تتبع تحركات مستخدميها بعلمهم أو دون علمهم؟ وما هي الحدود التي يجب أن تلتزم بها إزاء الكشف عما يُحسُّ الآخرون؟ وما هي المعلومات التي يُمكن أن يجلبها الناس لأنفسهم دون الكشف عنها؟ كما تُثار تساؤلات حول مدى إمكانية استغلال هذه المواقع للبيانات الشخصية لمستخدميها لخدمة أغراضهم الخاصة أو بيعها لطرفٍ ثالث¹.

ونسوق على سبيل المثال الفضيحة التي شهدتها موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك مؤخراً إثر اعتراف الرئيس التنفيذي لـ "فيسبوك" مارك زوكربيرغ، أن الشركة راقبت الرسائل الشخصية التي يتبادلها المستخدمون على تطبيق "ماسنجر" الشهير، وتدخلت أحيانا لمنع وصول بعضها، كما كشف عن حصول شركة استشارات سياسية على بيانات عشرات الملايين من الأميركيين على "فيسبوك" بشكل غير مناسب، لاستخدامها في توجيه الرأي العام أثناء الانتخابات الأخيرة. وقال زوكربيرغ في مقابلة على الإنترنت، نقلتها وسائل إعلام عدة حول العالم، إن "فيسبوك" لديها أنظمة لمراقبة رسائل المستخدمين، وبإمكانها عرقلتها إذا كانت "تعارض مع مبادئها"، واستشهد بحالة منعت فيها هذه الأنظمة وصول رسائل "حساسة" عن التطهير العرقي في ميانمار².

ورغم أن الغرض من رصد الرسائل يبدو نبيلاً، فإن اعتراف مؤسس "فيسبوك" يزيد من المخاوف بشأن حماية الخصوصية وأمن المعلومات عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والإنترنت بشكل عام.

- تتيح البيئة الإلكترونية أمام الصحفيين إمكانية الدخول لقواعد معلومات وبيانات متعددة ومتنوعة، تتضمن أدق التفاصيل عن الحياة الخاصة للآخرين، بعضها يعمل بشكل رسمي والآخر بشكل تجاري، وإذا جاز للصحفي الاستعانة بالمصادر الموثوقة، فهل يجوز له استقاء معلوماته من مصادر تحوم حولها الشبهات؟ وهل يجوز له استخدام مثل هذه المعلومات والقواعد للتفتيش في حياة الآخرين الخاصة؟

¹ Singer, J. B. **Still Guarding the Gate?** The Newspaper Journalist's Role in an On-line World. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, Spring, 3, 1997, pp 72-89

² تجسس فيسبوك وصل إلى «ملا يمكن تصوّره» ، سكاى نيوز عربية، نُشر بتاريخ 5 أبريل 2018 ، 44: 11 بتوقيت أبو ظبي، متوفر على الرابط <https://www.skynewsarabia.com/technology/1036644/> تاريخ الاطلاع 12 : 44-06-2018-29.

- تقوم بعض المواقع الإخبارية والإعلامية في البيئة الإلكترونية بتوفير ميزة خصخصة customization المضمون وتوليفه وفقاً لاهتمامات مستخدميها، ومن ثمّ بثّ رسائل إعلانية لهم متوافقة مع هذه الاهتمامات، ولكن هل يجوز استغلال المعرفة باهتمامات المستخدم كوسيلة لتحقيق الربح التجاري؟

- تحرص معظم المواقع الإخبارية والإعلامية في البيئة الإلكترونية على نشر ما يُعرف ببيان الخصوصية والمتعلّق بكيفية حمايتها وصيانتها للمعلومات الخاصة بمستخدميها، وهو أمر غير شائع وغير مألوف في البيئة التقليدية، باعتبار صعوبة تحقيقه، وبالرغم من ذلك لا توجد ضمانات حقيقية لحماية خصوصية مستخدمي هذه المواقع.

- يقوم بعض الصحفيين باستقاء أخبارهم من حجرات النقاش والقوائم البريدية وغيرها من الوسائل الشائعة في البيئة الجديدة، بيد أنّ بعضهم قد لا يكشف عن هويته كصحفيّ أثناء مشاركته في هذه الأماكن، وقد لا يستأذن المشاركين في نشر نصّ ما يدور بداخلها وهو ما يُعدّ عملاً غير أخلاقي. ومن ناحية أخرى، تحتوي بعض المواقع على قوائم وحجرات ونقاش ودردشة، ولكن دون أن توضح سياستها المتعلقة بحماية خصوصية المشاركين.

- وقد نصّ إعلان معهد بوينتر على¹ ضرورة احترام الصحفيين للحياة الخاصة للآخرين وعلى ضرورة التعامل بحساسية مع ما يتعلّق بحقوق الآخرين في حماية حياتهم الخاصة عند إنتاج قواعد البيانات، وألاّ يتمّ بثّ معلومات عن حياة الأفراد الخاصة، إلاّ في حالة وجود مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حقّ الحياة الخاصة، والحرص على عدم انتهاك حقّ القراء في الخصوصية من خلال جمع المعلومات الديموغرافية عن طريق الاستطلاعات الإلكترونية، وكذا ضرورة الحرص على عدم استخدام نتائج هذه الاستطلاعات بواسطة طرف ثالث، وعدم التجسس على البريد الإلكتروني للقراء، وتحذير القراء من أيّ بيانات يُمكن أن تكون غير محميّة، مع الإشارة إلى أنّ الموقع يضمن توفير آليات تطوير وتحديث بيانات هذه القواعد، وفي حالة عدم قدرته على ذلك، فسيتمّ حذف المواد القديمة، وأنّ مادة هذه القواعد لن يتمّ نشرها إلاّ بعد التأكد من مصداقيتها وصحّتها، مع الكشف عن مالك هذه البيانات وتحديد كيفية استخدامها وحدودها، مع تنبيه المستخدم لإمكانية اطلاع أطراف أخرى على محتوياتها في حال حدوث ذلك.

- وبالرغم من تناول موثيق محدودة للقيم الأخلاقية المتعلّقة بحماية الخصوصية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، إلاّ أنّها لم تتناول تأثير ثورة المعلومات على الحياة الخاصة للمواطنين وواجبات الإعلاميين في هذا

¹ Poynter Institute; Journalism Values & Ethics in New Media Conference. Op, cit.

الصدد، كما لم تُوضَّح بِدِقَّةِ أخلاقيات التعامل الإعلامي مع قواعد البيانات، كما لم تُحاول هذه المواثيق مُعالجة مُشكلات مُهمّة مثل سرقة المِلَفّات عبر أجهزة الكمبيوتر والحصول على بيانات الشّخص ووثائقه المسجّلة لدى السُّلطات العامّة عن طريق أجهزة الكمبيوتر، واكتفت بالنصّ على ضرورة التزام مُحرّري الصّحف الإلكترونيّة باحترام حرمة حياة الإنسان الخاصّة، وهو نفس المنهج الذي سارت عليه المواثيق الأخلاقية للصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى¹.

وهكذا فإنّ المُشكلة تُحتاج إلى مُعالجة شاملة في المواثيق الأخلاقية تتناسب مع أهميتها، وأن يتمّ إقناع الصّحفيين بأنّ حرية الإعلام والصحافة ترتبط بحقّ الخصوصية، وأنّ حماية حقّ الحياة الخاصّة يُشجّع الإنسان على المُشاركة السياسية والإبداع وطرح آرائه في وسائل الاتصال. ومن ثمّ يجب أن ينصّ أي ميثاق أخلاقي على حقّ الإنسان في الخصوصية، وعلى عدم انتهاك حرمة مُمتلكات الإنسان الخاصّة للحصول على المعلومات دون موافقته، وفي حالة الموافقة فإنه لا يجوز النشر إلا إذا كان يُحقّق مصلحة عامة مشروعة، واحترام حرمة الأماكن الخاصّة، وعدم التقاط الصّور دون إذن الشّخص، وعدم استخدام الكاميرات المخفية لاقتحام حرمة المساكن، مع عدم استخدام أجهزة التنصّت والتصوير الدقيقة، إلّا إذا كانت هناك مصلحة عامة مشروعة تفوق في أهميتها حقّ الخصوصية، وعدم التجسس على وثائق الإنسان المُسجّلة على أجهزة الكمبيوتر أو على بريده الإلكتروني، أو نشر المعلومات المُسجّلة عنه في أجهزة الكمبيوتر لدى السُّلطات العامّة دون إذنه، وعدم استخدام أية معلومات يتمّ الحصول عليها عن حياة الإنسان الخاصّة للإساءة إلى شرفه وسُمعته أو تدمير علاقاته الأسريّة، أو إشاعة الفاحشة في المُجتمع.

كما يجب نشر ميثاق الشرف، وتوضيح مبادئه العامّة للقراء والعاملين بالمواقع، وأن يوضّح الموقع طريقة استخدامه للمعلومات التي يُقدّمها القراء له عندما يُسجّلون فيه، وأن تفترض الصّفحات الخاصّة بالتسجيل أنّ المُستخدم لا يُريد خدمات إعلانية أو خدمات من الرّعاية إلّا في حالة طلبها بشكل واضح، وفي حالة ارتكاب المُستخدم لخطأ ما، فيجب أن تسمح صفحات التسجيل للمُستخدم بأن يقوم بتحرير وتعديل ما كتبه من معلومات عن نفسه من قبل، كما يجب توضيح ما إذا كان الموقع يتتبع خطوات مُستخدميه أم لا.

¹ سليمان صالح، ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، مرجع سابق، ص 324.

4-2. وجود عدة أطراف ذات صلة بالعمل الإعلامي

- من الظواهر الجديدة في البيئة الإلكترونية وجود عدة أطراف ذات صلة بالعمل الإعلامي، وتلعب دوراً مهماً في تحديد وتنظيم الضوابط الأخلاقية في البيئة الإلكترونية، إذ بينما تقع مسؤولية الالتزام بأخلاقيات الإعلام في وسائل الإعلام التقليدية على عاتق العاملين بها وإدارتها، فإنَّ عدَّة أطراف تتشارك في مسؤولية الالتزام في البيئة الإلكترونية، منهم أصحاب الموقع الإعلامي، ومُورِدِي خدمة الانترنت، ومُستخدِمِي الموقع، وإنَّ كانت صورة هذه المسؤولية لم تتحدّد بشكل قاطع، فما هي مسؤولية كُلِّ من أصحاب المواقع الإعلامية والمُستخدِم الفرد وشركة تزويد خدمات الانترنت عن أخلاقيات الإعلام وعن حماية الحقوق الفكرية للآخرين؟

فالتأقِل أو مُورِد الخدمة يُوفّر عادة الوصول إلى هذه البيئة، إلاَّ أنَّه في بعض الأحيان لا يقتصر دوره على توفير النفاذ لهذه البيئة دون التداخل في محتويات الاتصالات التي تنقلها إلى الجمهور، أو التأثير على وجهتها أو موضوعها، بل نجدُ أنَّ هناك بعض مؤسسات التوزيع بالكابل تُقدِّم خدمات إضافية تفاعلية وتوزيع المعلومات، ممَّا جعل وضعها ذا صبغة مزدوجة¹، فهل هي مؤسسات للبث الإذاعي والتلفزيوني مع ما يترتّب على ذلك من مسؤوليات بخصوص المحتويات التي تختار إيصالها للجمهور، أم هي مُجرّد مؤسسات للتوزيع بالكابل؟ وهل هم مُجرّد موزعين وناقِلين للمعلومات أم ناشرين لها؟ وإلى أيّ مدى تقع عليهم مسؤولية إساءة استخدام الانترنت من قِبَل مُشتركيهم؟

والطَّرَف الثاني هو أصحاب المواقع الإعلامية، ووظيفتهم تختلف عن وظيفة الناقل، فهم الذين يُحدّدون سياسة مواقعهم ووسائلهم الإعلامية في إيصال المعلومات، ويقومون بإبلاغها لجمهورهم، إمَّا رسمياً أو بنشرها على الموقع، أو بتحديد شروط معينة لاستخدام المواد الإخبارية والمعلوماتية المتوقّرة على الموقع.

أما الطَّرَف الثالث فهو الجمهور، الذي قد يكون مُستقبلاً ومُستخدِماً للموقع، وقد يكون كذلك مُزوِّداً بالمعلومات، ويمكن تقسيم هذا الجمهور إلى فئات مُتعدّدة، فكلٌّ من لديه حاسوب وبرامج معلوماتية مُلائمة يُمكنُ له أن يكون مُنتجاً لمادّة إعلامية²، والأطراف الثلاثة يُمكن أن يضطلعوا في ظروف مُعيّنة للدور الذي يضطلعون به عادةً في البيئة التقليدية، ومن ثمَّ يلعب كلٌّ طرفٍ منهم دوراً مهماً في تشكيل الضوابط الأخلاقية في البيئة الإلكترونية، وعلى كلِّ منهم تَبعاتٌ بهذا الخصوص.

¹ سليمان صالح، ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، مرجع سابق، ص 412.

² المرجع نفسه، ص 423.

5-2. وصفات الميتا تاجز meta tags

- تستخدم المواقع الإلكترونية ما يُعرف بوصفات الميتا تاجز meta tags، وهي عبارة عن أكواد مخفية تُستخدم في بناء المواقع وتمثّل ملخصاً قصيراً لمحتوياتها، وهي تُساعد أصحاب المواقع الإعلامية على التحكم في فهرسة صفحاتهم على مُحركات البحث، بتمكنهم من وصف محتويات هذه الصفحات، ووضع قائمة بالكلمات المُلائمة لها، ومن ثمّ مُساعدة المُتصفح على الوصول الدقيق والسريع لهذه المواقع، كما تفيد في توجيه جمهور المواقع الإعلامية وكوسيلة لجذب المُتصفحين للمواقع¹.

هذا التوجيه قد يكون صحيحاً وقد يكون خاطئاً، وهنا تبدأ المُشكلة، فقد يستخدم الموقع الإعلامي العلامة التجارية أو التوصيف الخاص بموقع مُنافس، ويضعها ضمن أكواد موقعه، وعندما يقوم المُتصفح بالبحث، فإنّه يذهب أيضاً إلى الموقع الذي استولى على هذه الحقوق، وضمّنها بين أكواده، وهو ما يُعدّ عملاً غير أخلاقي، كما قد تُساعد هذه الوصفات أصحاب بعض المواقع على جذب زوّار وهميين لمواقعهم، والادّعاء بأنّ ترتيبهم يأتي في مرتبة مُتقدّمة من حيث الزيارات، بينما قد لا تحتو مواقعهم على المعلومات التي تتفق مع احتياجات مُتصفحهم، فهي بذلك تُمثّل سلاحاً ذا حدين، فقد تُستخدم في تعزيز مكانة وشهرة موقع إعلامي ما، وقد تُستغلّ بشكل سيء ومجاني للوصول إلى مواقع أخرى، وإذا ثبت أنها استُخدمت بفعل التضليل والخداع، فقد يُعتبر هذه العمل مُنافياً للأخلاق، إذ لا يجب استخدامها لإغواء المُستخدم للذهاب لموقع ما دون غيره بشكل غير مشروع، ومثل هذه الحالات لا تقع في البيئة الإعلامية التقليدية، باعتبار أنّ لكلّ صحيفة سمّتها الخاصة بها ولافتتها المُميّزة.

6-2. المدونات الصحفية

- من بين الظواهر الجديدة أيضاً في البيئة الإلكترونية ما يُعرف بالمدونات الصحفية، وهي عبارة عن مواقع شخصية يُدرج فيها الصحفيون وغيرهم أخبارهم وآراءهم، وهي ظاهرة تُثير الكثير من النقاش في الصحافة الغربية حول دور صحافة ال Blog وأثرها في ظلّ تزايد أدوارهم كلاعبين أساسيين في تشكيل الرّأي العام ومحاور اهتمام وسائل الإعلام، فالانتشار الكبير الذي تُلاقيه صحافة المدونات نابع من كونها تُعدّ بمثابة تحدّي للأخبار التقليدية في المؤسسات الصحفية، وقد جذبت هذه الصيغة صحفيين محترفين ينشرون

¹ بحيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 169.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

مقالاتهم على هذه المواقع بصفتهما مُتَنَفِّساً خَلِاقاً لِعَرْضِ رُؤْيَتِهِم التي قد لا يَتِمَكَّنُون من عرضها عبر المؤسسات التقليدية التي تتمسك بالموضوعية والحياد، وتتنقّد بأسلوب تعبير مُحدّد، ولكن كيف يُمكن لأصحاب هذه المُدوّنات العمل كصحفيين مُحايدين، في وقت يعتمد فيه نجاحهم في استقطاب القراء على آرائهم الذاتية وانطباعاتهم وتجاربهم الشخصية.

وحثي الآن يُقاوم العديد من الممارسين لِفَنِّ المُدوّنات الشخصية الإلكترونية مبدأ معايير الحياد؛ في المُقابل تُقام المؤسسات الإخبارية الكبرى نُزوع بعض صحافييها لهذا النوع من التعبير، فمثلاً ضغطت مؤسسة "CNN" على مراسلها "كيفن سايتس" لعلق مدونته في العراق وكذلك فعلت صحف أميركية كبرى خشيت أن تضر آراء صحافييها بصورة المؤسسات هذه وحيادها. في الولايات المتحدة فإن 27% من البالغين الذين يتصفحون شبكة الإنترنت يقرأون صحافة المدوّنات بصفتهما مصدراً جديلاً في الحياة العامة والسياسية¹.

ويدفع التأثير المُتنامي لصحافة المُدوّنات للتساؤل عمّا إذا كان هذا صُعوداً لنوع جديد من الصحافة، ومن ثمّ التساؤل عن حاجته لصياغة موع من الدليل المهني والأخلاقي لتنظيمه، خاصة وأنّ صراعات وآراء ودوافع هؤلاء لها انعكاس كبير على أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية، وخصوصاً إذا أُسيء استعمال الأخبار التي تنشرها أو تمّ تقديم معلومات خاطئة على صفحاتها.

¹ ديانا مقلد، "الـ Boog.. صحافة موازية"، جريدة الشرق الأوسط، العدد 9608، نُشر بتاريخ: 19 مارس 2005، متوفر على الرابط:

http://archive.aawsat.com/details.asp?issueno=9532&article=288881#.Wzd--ZMo_IU

تاريخ الاطلاع: 14:06 / 18-06-30.

3- تصوّر جديد لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الرقمية

يرافق موضوع أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإعلامية جدل كبير لم يتمّ الفصل فيه إلى حدّ الآن، إذ هناك من يرى أنّ البيئة الإعلامية لا تحتاج إلى تصوّر جديد وإنما يمكن أن تُسقط عليها مصفوفة الأخلاقيات التقليدية مع بعض التعديلات والإضافات الطفيفة، إلا أنّ هناك من يرى استحالة هذا التصوّر، ويدعو إلى ضرورة بناء مصفوفة أخلاقية خاصة بالبيئة الرقمية، نظير اختلافها وخصوصيتها التي تفرضها العديد من المتغيّرات والقضايا التي تمّ التطرّق إليها سابقاً، وتأسيساً على ذلك حاولنا الإحالة إلى أهمّ التقاط التي أشار إليها الباحثون، والتي يجب أن يتضمّن أي تصوّر جديد لأخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الرقمية، سواء في ديباجته أو روحه:

3-1. الأسس والمبادئ الأخلاقية¹

- طبيعة المُقوّمات الفنيّة والتكنولوجية والإعلامية للبيئة الإلكترونيّة، والإمكانيات اللامحدودة للتعبير وحرية التفكير والإبداع والتطوّر التي تطرحها هذه البيئة، وأن يسعى لبناء علاقة متوازنة بين الحرية والمسؤولية، وأن يستوعب عالميّة الوسيلة، وتجاوزها للحدود الجغرافية والسياسية للدول، وإمكانياتها الفائقة، واحتوائها على العديد من الوسائل الإعلامية معاً، وسماتها المميّزة عن البيئة التقليدية، سواء من حيث التفاعلية والفورية وغيرها... مع إدراك عدم صلاحية تطبيق ذات المفاهيم الإعلامية التقليدية بحذافيرها على بيئة متجدّدة ومُتطوّرة ومُتغيّرة، وفي حالة انطباقها فإنّها تتخذ أشكالاً جديدة يجب رصد تفاصيلها، مع فهم كامل لأبعادها الاتصالية والفنيّة والإعلامية.

- أنّ أخلاقيات العمل الإلكتروني تُمثّل بديلاً مبدئياً للتشريعات والقوانين التي يجب أن تحكم العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونيّة، ومن ثمّ يجب أن تستوعب هذه المنظومة الأخلاقية الممارسات السائدة بالفعل في مختلف الوسائل الإعلامية العاملة بالبيئة الإلكترونيّة، وأن تحدّد المسؤوليات الأخلاقية المُلقاة على الأطراف المُشاركة في تشكيل مصفوفة أخلاقيات الإعلام في هذه البيئة، وأن تسعى للتوصّل لمفاهيم أخلاقية عامة ومُحدّدة المعالم وقابلة للتطبيق.

¹ نجيت السيد، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سابق، ص 187.

- أن يستوعب هذا التصور أنّ ثمة جهات عديدة تُشارك في صياغة المنظومة الأخلاقية في البيئة الإلكترونية من بينها جمعيات واتحادات ومؤسسات اتصال، بل دول وغيرهم، وهم جميعاً معنيون بتيسير عمل الوسائل الإعلامية في البيئة الإلكترونية، ومن ثمّ يجب استيعاب السياق العام لهذه الأخلاقيات قبل النصّ عليها والدعوة إليها.

- أن يعي هذا التصور أنّ ثمة مؤثرات عديدة تُشكّل أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية، من بينها الإعلاميون أنفسهم، ورعاة المواقع وموردو خدمات الاتصال، ومُعلنون ومؤسسات وشركات متعدّدة الجنسيات، ومصالح دول وغيرها، ولكلّ منهم تأثيراته الأخلاقية على العمل الإعلامي.

- الاستفادة من اجتهادات الكيانات الافتراضية والطبيعية المعنوية بأخلاقيات العمل الإعلامي في صياغة هذا التصور، مع التفكير في إمكانية إيجاد آليات تطبيق ومُحاسبة لمدى التزام الإعلاميين العاملين في هذه البيئة، باستخدام وسائل وطُرُق متنوّعة، قد يكون من بينها صياغة أدلة عمل، وموثيق وضوابط أخلاقية، على أن تعكس الطبيعة المميّزة للعمل الإعلامي في هذه البيئة الجديدة، وأن تستهدف دعوة الإعلاميين للالتزام بأرفع المعايير في العمل الإعلامي، وتُحفّزهم على تكوين صورة إيجابية عن المهنة لدى كُّلّ الأوساط المعنية بها.

- أن يعي هذا التصور أنّ المواثيق الأخلاقية للبيئة الإعلامية الإلكترونية لها جوانب فنية وأخرى إعلامية، وجوانب فلسفية نظرية، وأخرى تطبيقية وعملية، ومن ثمّ يجب أن يتشارك في صياغة هذه المواثيق عدّة أطراف إعلامية وفنية لاستيعاب الصّور الجديدة لأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية.

2-3. وسائل التطبيق في المواثيق الأخلاقية للمواقع الإعلامية الإلكترونية

ينبغي أن تحرص المواثيق الأخلاقية الخاصة بالمواقع الإعلامية الإلكترونية على ما يلي¹:

- ألاّ تكتفي المواقع الإعلامية الإلكترونية بنشر ما يُعرف بسياسات الاستخدام أو بيان الخصوصية للكشف عن طبيعة الضوابط الأخلاقية التي يلتزمون بها، بل أن تنصّ صراحة على سياساتها التحريرية، وأن تكشف عن طبيعة الاتجاهات السياسية والاقتصادية والثقافية التي تُمثّلها، وعن طبيعة الجهات التي تُموّلها، وعن الاتفاقات التي تجمع بينها وبين جهات أخرى، وأن تنشر أيضاً ما يُعرف بالأسئلة المُتكرّرة FAQ على صفحاتها لتعريف مستخدميها بكيفية التّواصل معهم، وأن تحرّص على إيجاد حلقة اتصال مع جمهورها من

¹ Amandine Degand, **journalisme en ligne- Pratiques et Recherche**, de boeck, 1^{re} édition, Pays-Bas, 2012, p 241.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

خلال البريد الإلكتروني والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وغيرها، مع التفكير في تكليف مُحَرَّر برصد وتقييم ومُتابعة مدى الالتزام المهني والأخلاقي للموقع، وتعزيز سُبُل التواصل الإلكتروني مع الأطراف المعنية.

- أن تشمل المواثيق الأخلاقية للمواقع الإعلامية الإلكترونية على الضوابط الأخلاقية التي تُنظّم الأشكال الإعلامية والتفاعلية المُختلفة التي تستخدمُها، سواء كمواد إخبارية أو مواد رأي أو رسوم وصور أو جماعات نقاش، أو قوائم بريدية أو غيرها، وأن تُعالج الحالات والمواقف الأخلاقية التي يتعرّض لها الإعلامي في كُلِّ مراحل عمله، سواء في جمع المادّة والتواصل مع الجمهور والمصادر والزُملاء، وكيفية نشرها وتحميلها وتصميمها وإنتاجها ونشرها وتخزينها واسترجاعها، وأن تنصّ على طبيعة الواجبات المُناطة بمؤلاء الإعلاميين سواء في جمع المادّة ونشرها، والتزاماتهم إزاء المهنة والزُملاء والمؤسسة التي يعملون بها والجمهور، وعلاقتهم بالمصادر والمُعلنين وبحقّ الردّ والتصحيح.

- ضرورة أن تتطرّق هذه الضوابط والمواثيق الأخلاقية للقضايا الجديدة التي يواجهها الإعلاميون في البيئة الجديدة، وخاصة فيما يتعلّق بالروابط التشعبية حقوق الملكية الفكرية، وعمليات الانتحال والاعتداء الإلكتروني على حقوق الآخرين، والمُعالجات الرقمية للمادّة الإعلامية وللصور والرّسوم، وحقوق الخصوصية في أشكالها الجديدة، والميتا تاجز والمُدونات الشخصية وغيرها.

- أن تنصّ هذه المواثيق الأخلاقية على حقوق الإعلاميين، كما تنصّ على واجباتهم، وأن تُلزم الإعلاميين بواجبات يُمكن تطبيقها. وليست خيالية أو افتراضية أو مثالية، أو تتخلى عن أساليب النهي والأمر في توجيه الإعلاميين وتعريفهم بالتزاماتهم، وأن تسعى لتحقيق أقصى درجات الالتزام بالصّحة والدّقة والعدالة والموضوعية.

- أن تتّصف هذه المواثيق بالمرونة التي تُمكنها من استيعاب التطوّرات والظواهر الجديدة في العمل الإعلامي الإلكتروني، على أن يتمّ تجديدها بصفة مُستمرة، حتى تواكب الممارسات الإعلامية الفعليّة المُتّبعة في البيئة الإلكترونية.

3-3. حقوق وواجبات الإعلاميين التي يجب النصّ عليها في المواثيق الخاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية¹:

- ينبغي أن ينصّ أيّ تصوّر للمواثيق الأخلاقية الإلكترونية على الحقوق الجديدة للإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة، ومن بينها حقهم في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم، أو محاولة كسرها، وعدم تقصّي أو تتبّع تنقلاتهم الإلكترونية، أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادرهم الإلكترونية، وحقهم في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصّت والاختراق والقرصنة، وحقهم في الحصول على مزايا حماية لبياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم، وحقهم في الوصول المباشر إلى مصادرهم ووسائلهم الإعلامية دون عوائق تكنولوجية، وحقهم في استنباط واستخدام طرق جديدة في التواصل مع جمهورهم ومع مصادرهم ووسائلهم الإعلامية، والإلكترونية وغير الإلكترونية، وحقهم في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية، وحقهم في الانتفاع والوصول إلى مصادر المعلومات التي تفرض قيوداً على استخدامها، مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة، وحقهم في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يُمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفعالية، وحقهم في الحصول على ما يُعرف ببدل التكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية، وحقهم في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، وحقهم في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية محلية وعابرة للدول، وتسنّ تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم، مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة.

- ينبغي أن ينصّ أيّ تصوّر للمواثيق الأخلاقية الإلكترونية فيما يتعلّق بواجبات الإعلاميين إزاء نشر وجمع الأخبار والآراء والصّور بشكل إلكتروني على ضرورة حقّ الإعلاميين على البحث عن الحقائق، والكفاح من أجل الحصول على المعلومات الصّحيحة ونشرها، والسعي لتحقيق العدالة في تغطيتهم للأحداث، وتحليلها وتفسيرها، وعدم توفير رابط لمواقع تُقدّم معلومات غير مُتعلّقة بالقصّة بشكل مُباشر، وعدم استخدام الأساليب التي تؤدي إلى خداع الجماهير وتضليلها، وأن تكون العناوين مُعبّرة عن القصّة، مع عرض وجهات النّظر المختلفة، وأن يحرص العاملون في هذه البيئة الجديدة على نسبة معلوماتهم لمصادرها الأصلية، وعلى تأسيس كيان إعلامي مهني رقمي جديد ومتميز ومُلتزم، وإبراز مواقعهم الإعلامية بتصميم مُتميّز ولائق، وبأسلوب تصفّح سهل وبسيط، والتأكّد من نوعية الروابط المُستخدمة، ومدى موضوعيتها ومصداقيتها.

¹ Benoit Grevisse, **Déontologie du journalisme- Enjeux éthiques et identités professionnelles**, de Boeck, 2^e édition, Belgique, 2016, p 217.

- ينبغي أن ينصّ أي تصوّر للمواثيق الأخلاقية الإلكترونية فيما يتعلّق بواجبات الإعلاميين على ضرورة تحريّ الدقّة في الحصول على الصّور واختيارها ومعالجتها ونشرها، والتنويه لأية تعديلات جوهرية يتمّ إجراؤها على مكوّناتها، باستخدام أيقونة أو علامة مُميّزة تشير لذلك، وتقصّي مصادر الصّور ونسبتها إليهم، وعدم نشر صُور غير لائقة أو مثيرة، وتحريّ المصلحة العامة في نشر صُور معيّنة قد تحمل معاني العُنف والقسوة التّطرف، وعدم نشر صور لموضوعات وشخوص دون موافقة أصحابها، وعدم تطويع إمكانياتها التكنولوجية للحصول على الصور ومعالجتها ونشرها بطريقة غير شرعية أو غير لائقة، وعدم استخدام الصّور لخداع الجماهير، أو إلحاق الضرر بالأشخاص أو لإعطاء انطباع زائف.

- ينبغي أن ينصّ أي تصوّر للمواثيق الأخلاقية الإلكترونية فيما يتعلّق بواجبات الإعلاميين إزاء المهنة على ضرورة تحريّ المصدقية، وعدم ارتكاب أية أعمال من شأنها الإساءة لسُمعة المهنة أو لسُمعة الموقع الإعلامي، أو سُمعة الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية، وعلى ضرورة التضامن مع حقوق الرّملاء العاملين في المواقع الإعلامية الأخرى، والدّفاع عن حقّهم في التعبير والتواصل الإلكتروني، وفي حماية موادّ مواقعهم وحقوقهم، وعلى احترام حقّ الجميع في التعبير، وعلى التزام الآداب العامة في الحوار مع الآخرين.

- ينبغي أن ينصّ أي تصوّر للمواثيق الأخلاقية الإلكترونية فيما يتعلّق بواجبات الإعلاميين على التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية، وعلى عنونة المنتج المُستخدَم بوضوح، وعلى ضرورة الحرص على استقلالية المواقع الإعلامية من ضغوطات المُعلنين، والفصل بشكل كامل بين المادة التحريرية والإعلانية، وعلى عدم قيام الصّحفيين بالعمل في مجال الإعلانات، سواء في الحصول عليها من المُعلنين أو تحريرها أو تصميمها، أو إنتاجها، وعدم توفير روابط داخل المادة التحريرية للإعلانات أو لمواقع الشّركات، أو لعروض تجارية، وفي حالة نشر أقسام إعلانية خاصة، فلا بدّ من إنتاجها وتصميمها بطريقة تسمح للمتلقي بتمييزها، مع الحرص على سيطرة الصّحفيين على الروابط المُدرجة ضمن المضمون التحريري، وعدم بيعها أو استغلالها في عمليات تجارية.

- ينبغي أن ينصّ أي تصوّر للمواثيق الأخلاقية الإلكترونية فيما يتعلّق بواجبات الإعلاميين إزاء حقّ الردّ والتصحيح في البيئة الإعلامية الإلكترونية على حقّ كلّ إنسان في الردّ على ما يُمسّهُ شخصياً، على أن يلتزم بعدم السبّ والقذف، وعدم انتهاك خصوصية الآخرين، وعدم استخدام ألفاظ غير لائقة. أما بالنسبة للتصحيح، فلا بدّ أن يلتزم ناشرو الصّحف الإلكترونية ومحرّروها بإجراء التصحيحات فيما ينشرونه، وأن يقوموا بإجرائها بمجرد ظهور أية أخطاء أو معلومات غير دقيقة، حتى لو اتضحت بعد مرور فترة من الزمن، وأن يتمّ

نشر الردّ والتصحيح بسرعة، مع إطلاع القارئ على مواطن التصحيح، ونشر الموضوع الأصلي مع التصحيح ذاته، وأن يتدخل المحرّر لمنع أو حذف ما يُمكن أن يتضمّن مواد أو معلومات ضارة أو مُسيئة أو تتناقض مع الشخصية التحريرية للموقع، ولكن دون تعسف، أو تقييد حقّ المُستخدمين في الردّ، مع وضع رابط للاطلاع على الردود بشكل كامل ودون تحديدها بمساحة مُعيّنة.

هي مصفوفة من الأسس والمبادئ، وكذا القيم التي يجب على الموثائق الإعلامية التي تُعنى بالصحافة في البيئة الإعلامية الجديدة أن تشير إليها، وتتضمّن كمّات أساسية، وعلاوة على ذلك لا بدّ من الحرص على التأسيس لهيئة رقابية تعمل على إرساء وضمان الالتزام بهذه المبادئ والأخلاقيات، وفرض عقوبات في حالة انتهاكها أو الإخلال بها.

رابعاً: نظرة تقييمية للتجربة الجزائرية في أخلاقيات الممارسة الإعلامية

تأخّرت الجزائر - كغيرها من الدول العربية- في التقنين لمجال أخلاقيات مهنة الصحافة نظراً للظروف الصعبة التي عاشتها غداة الاستقلال والاقتصاد المُحطّم الذي خرجت به من هذه المأساة التي دفعت ثمنها غالياً، بالتالي كان هدفها الأول هو النهوض بالاقتصاد الوطني، وقد سحّرت من أجل ذلك كافة أجهزة الدولة، وكان الإعلام أحد أهمها، بالتالي لم تُولى أخلاقيات الممارسة الإعلامية الأولوية اللازمة، فقد كان دعم مُحطّطات الدولة وتعبئة الجماهير للمساهمة فيها الدور الأساسي الذي اضطلع به الإعلام آنذاك، وبمرور الزمن وتحسّن ظروف الجزائر، وسعيها الحثيث لمواكبة التطورات العالمية في كافة الأصعدة، والصعيد الإعلامي بوجه خاص، بدأت بتنظيم هذا القطاع وسنّ القوانين واعتماد الموثائق اللازمة، وهذا ما سنحاول التركيز عليه فيما يلي من خلال تتبع الترسّانة القانونية الجزائرية وما خصصته في سياق أخلاقيات مهنة الصحافة.

1- الدساتير الجزائرية

1-1. دستور 1963:

لقد اعتبر النظام السياسي في الجزائر في الفترة التي تلت الاستقلال أن الصحافة تمثل وسيلة لنشر أفكار الثورة، وبالتالي ضرورة تحلي الصحفي بالأفكار الموجهة للحزب والحكومة، وهذا ما تأكّد من خلال جل الخطابات الرسمية¹ إضافة إلى المواد القانونية الواردة في دستور 9 سبتمبر 1963 والذي جاء لتكريس القانون

¹ رضوان بوجمعة، الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر، تاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008، ص 28.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

الصادر سنة 1962 المتعلق بالعمل الإعلامي، وذلك لتأكيد الإبقاء على التشريع القديم لحرية الصحافة المُستمدّ من القانون الفرنسي لسنة 1881 الذي أقرّ الحريات الفردية وحرية الصحافة. وأهم ما جاء في هذا الدستور:

المادة 4 والتي نصّت على أنّ "حرية الرأي والمُعتقد والعبادة مضمونة ويجب احترامها" كما أكّدت المادة 19 على ضمان حرية الصحافة والوسائل الأخرى للإعلام وحرية الاجتماع وحرية الرأي والتعبير¹.

يتأكد لنا من خلال الاطلاع على مضمون هذا الدستور رغبة السّلطة في الهيمنة على الإعلام وتكريس منطق السيطرة، كما أنّه ركّز على الصحافة المكتوبة التي وُجدت لخدمة الثورة والنظام الحاكم منذ وجود الاستعمار في البلاد.

1-2. دستور 1976²

يعد دستور 1976 مُنعرجا هاماً في الإعلام، إذ أنّه من جهة بقي وفيما لما جاء في ميثاق طرابلس 1962 والجزائر 1964، ومن جهة أخرى نجد أنه ركز على الحريات الأساسية للفرد، كما جاء في:

المادة 39 "يضمن الدستور الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن"

المادة 53 " لا مساس بحرية المُعتقد ولا بحرية الرأي"

المادة 54 "حرية الابتكار الفني والفكري والعلمي للمواطن مضمونة في إطار القانون وحقوق التأليف محمية قانونياً"

المادة 55 "حرية التعبير والاجتماع مضمونة، ولا يمكن التضرع بها لضرب الأسس الاشتراكية"

ركز هذا الدستور على الحق في الإعلام للمواطن وهو الجديد الذي جاء به، لكنه في الجهة المقابلة أبقى على الملكية العامة لوسائل الإعلام بيد الدولة، بالتالي ممارسة هذا الحق يكون في إطار ما تحدده السلطة؛ كما أنه جعل من الإعلام وظيفة مثل بقية الوظائف الأخرى في يد السلطة، ونظير انتهاج الدولة للتوجه الاشتراكي

¹ رضوان بوجمعة، مرجع سابق، ص 29.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 94، بتاريخ 24 نوفمبر 1976.

فكّل الصلاحيات في يد حزب واحد، مما جعل الإعلام وحيد النظرة والمواطن مجرد متلقي سلبي لرسائل الإعلام التي تُكرّس الإيديولوجيا الاشتراكية وتعمل على تعبئة الجماهير ليلتفتوا حول النظام الحاكم¹.

وعلى العموم تميّزت هذه الفترة بالاهتمام بوسائل الإعلام السمعية البصرية على حساب الصحافة المكتوبة، كونها -الوسائل السمعية البصرية- أكثر تأثيراً على الشعب. أمّا أخلاقيات المهنة فلم تحظَ بالاهتمام، فالصحفي في نظر السّلطة آنذاك لا يعدو كونه مُجرّد مناضل ومواطن يعمل لخدمة الدولة ويُروّج لسياستها².

3-1. دستور 1996³

جاء دستور 1996 في عهد الرئيس اليامين زروال معدلاً دستور 1989، حيث جاء ليكرس الحقوق والحريات ولينظم أهم الجوانب المتعلقة بالعملية الإعلامية حتى تتماشى مع التطورات السياسية والإعلامية. وأهم ما جاء فيه فيما يتعلق بجوانب أخلاقيات المهنة وضوابط الممارسات الإعلامية، نجد:

المادة 32 "الحرية الأساسية وحقوق المواطن مضمونة وتكون تراباً مشتركاً بين جميع الجزائريين والجزائريات، واجبهم أن نقلوه من جل إلى جل كي يحافظوا على سلامته وعدم انتهاك حرمة"

المادة 34 "تضمن الدولة عدم انتهاك حرمة الإنسان، ويمنع أي عنف بدني أو معنوي أو أي مساس بالكرامة"

المادة 35 "يعاقب القانون على المحافظات المرتكبة ضد الحقوق والحريات وكل ما يمس سلامة الإنسان البدنية والمعنوية".

المادة 36 "لا بمساس بجرمة حرية المعتقد وحرمة حرية الرأي"

المادة 38 "حرية الابتكار الفكري والفني والعلم مضمونة للمواطن...".

المادة 39 "لا يجوز انتهاك حرمة المواطن الخاصة، حرمة شرفه يحميها القانون"

المادة 41 "حرية التعبير وإنشاء الجمعيات والاجتماع مضمونة للمواطن"

¹ إسماعيل مرازقة، الاتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية والإعلامية: ترتيب العوامل المؤثرة في دور الجرائد اليومية المستقلة

(1990-1994)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 1997، ص 197.

² حسين طاهري، الإعلام والقانون -دراسة مقارنة-، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2014، ص 23.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، تعديل الدستور 1996، العدد 76، بتاريخ 8 ديسمبر 1996.

وبتاريخ 02 نوفمبر 1997، أصدر رئيس الجمهورية اليامين زروال تعليمية رئاسية، هدَفَ من خلالها إلى إيجاد إعلام مُناسب مع الرأي العام، وإيجاد نوع من الاحتراف المهني، والدعوة إلى إصدار قانون إعلام جديد، وفتح وسائل الإعلام على المجتمع والتعرُّف على انشغالات أفرادِهِ، وقد جاءت هذه التعليمية كمحاولة لانطلاق جادة لمنافسة وسائل الإعلام وإيجاد حلول لها لمشاركة الصحفيين والمحطات العربية¹. وقد حرصت هذه التعليمية على توثي المصدقية والموضوعية في نشر الأخبار وتخليص الإعلام من النفوذ الحزبي.

علاوةً على ذلك كانت هذه التعليمية بداية حراك إعلامي أدى إلى اقتراح مشروع قانون جديد سنة 1998 إلا أنه بقي مُعلَّقاً، وبعزُّ البعض ذلك إلى أنه لم يحظَ بقبول لدى الجهات المعنية به، بالرغم من أنه كان يُطالب بفتح الإعلام السمعي البصري، مُتضمِّناً الكثير ممَّا ورد في تعليمية الرئيس اليامين زروال².

بالإضافة إلى التعديل الذي مسَّ قانون العقوبات الجزائري، وخلال الفترة المُمتدة بين 2000 إلى 2012 قامت الجزائر بالمزيد من الخطوات القانونية والمحاولات قصد تنظيم القطاع الإعلامي، منها التعديل الذي مسَّ قانون العقوبات، إضافة إلى مجموعة من مشاريع قوانين للإعلام، وكذا أول ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية:

2- قانون العقوبات الجزائري 2001³

صادق البرلمان على تعديل قانون العقوبات بموجب الأمر رقم 01-09 المؤرخ في 04 ربيع الثاني 1422 هـ الموافق لـ 26 جوان 2001 في فترة حكومة أحمد أو يحيى، وتم اعتماده كبديل لقانون 1990 وتضمن بعض النقاط المتعلقة بأخلاقيات المهنة منها:

- احترام الرسول -صلى الله عليه وسلم- وبقية الأنبياء والرسل.
- منع التمييز المذهبي أو الجنس أو الديني.
- منع التحريض على الكراهية.

¹ طاهري حسين، مرجع سابق، ص 25.

² عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 93.

³ قانون رقم 01-09 المؤرخ في 4 ربيع الثاني 1422 الموافق لـ 26 يونيو 2001، يعدل ويتمم الأمر رقم 66-156 والمتضمن قانون العقوبات،

الجريدة الرسمية رقم 34 بتاريخ 27 يونيو 2001.

والجديد في هذا القانون مقارنة بالقوانين السابقة أنّ المعني لم يعد المعني بتحريك الدعوى العمومية وإنما النيابة العامة¹. وأهم ما جاء فيه:

- المادة 144 مكرر: التي تعاقب بالسجن من 3 أشهر إلى 12 شهراً، وبغرامة مالية من 50000 دج إلى 250000 دج أو بإحدى العقوبتين فقط، من أساء إلى رئيس الجمهورية بالإهانة أو السب أو القذف وبأي وسيلة كانت.

- المادة 144 مكرر 1: يُعاقب بالحبس من 3 أشهر إلى 12 شهراً، وبغرامة مالية من 50000 دج إلى 250000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين وتعاقب النشرية بغرامة من 50000 دج إلى 250000 دج، عند ارتكاب الجريمة المنصوص عليها في المادة 144 "مكرر بواسطة نشرية يومية أو أسبوعية أو شهرية والمتابعة الجزائية تكون ضده تكسب الإساءة وضد المسؤولين عن النشرية وعن تحريرها وكذلك ضد النشرية نفسها.

- المادة 144 مكرر 2: تعاقب بالحبس من 3 إلى 5 سنوات، وبغرامة من 50000 دج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، كل من أساء إلى الرسول -صلى الله عليه وسلم- أو بقية الأنبياء أو بأي شعيرة من شعائر الإسلام رسماً أو كتابةً أو شعراً أو بأي وسيلة.

- المادة 146: تطبق الإهانة أو السب أو القذف الموجه بواسطة الوسائل التي حددتها المادتان "144 مكرر و144 مكرر 1" ضد البرلمان أو إحدى غرفتيه أو ضد المجالس القضائية أو المحاكم أو ضد الجيش الوطني الشعبي أو أية هيئة نظامية أو عمومية أخرى.

- المادة 298: يعاقب على القذف الموجه إلى الأفراد بالحبس من 5 أيام إلى 6 أشهر وبغرامة من 5000 دج إلى 50000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين فقط، ويعاقب على القذف الموجه إلى شخص أو بأكثر بسبب انتمائهم إلى مجموعة عرقية أو مذهبية أو إلى دين معين بالحبس من شهر إلى سنة وبغرامة من 10000 دج إلى 100000 دج أو بإحدى هاتين العقوبتين إذا كان الغرض هو التحريض على الكراهية بين المواطنين أو السكان.

¹ عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 94.

3- قوانين الإعلام الجزائرية

3-1. القانون الأساسي للصحفيين 1968¹

تم تحديد هوية الصحفي المحترف لأول مرة في إطار القوانين والمواثيق الرسمية بالجزائر من خلال الأمر رقم 68 - 525 الصادر في 09 سبتمبر 1968 المتضمن القانون الأساسي للصحفيين المهنيين، وهو الأمر الذي جاء لينظم ويقنن الحياة المهنية للصحفي المحترف الذي يمارس وظيفته في قطاع الدولة والحزب²؛ إذ اعتبرت المادة 2 من هذا الأمر "صحفياً مهنياً كل مستخدم في نشرة صحفية يومية أو دورية تابعة للحزب أو الحكومة، وفي وكالة وطنية أو هيئة وطنية للأبناء المكتوبة أو الناطقة أو المصورة، متفرغاً دوماً للبحث عن الأبناء وانتقائها وتنسيقها وعرضها واستغلالها، والذي يتخذ من هذا النشاط مهنته الوحيدة والنظامية ذات الأجر" كما أضافت ذات المادة لتعريفها للصحفيين "المراسلين المصورين، المراسلين السينمائيين، والمراسلين الرسامين، وبماثل الصحفيين المهنيين، المعاوين المباشرين والدائمين للتحضير كالمحررين المصححين والمحررين المترجمين والمحررين المختزلين في الصحافة والمحررين المذيعين ومنسقي الوثائق الصحفية، ويعتبر بمثابة صحفي مهني، المراسل الذي يمارس نشاطه سواء في التراب الوطني أو في الخارج، إذا كان مستوفياً الشروط المنصوص عليها في الفقرة السابقة؛"

أما المادة الخامسة منه، فتُحدّد ما يجب أن يلتزم به الصحفي من أخلاقيات مهنية:

- أن يُمارس وظيفته ضمن نشاط نضالي،
- أن يمتنع عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السّماح بإشاعتها،
- أن يلتزم بالسّر المهني، ما عدا قضايا الأسرار العسكرية الماسّة بأمن الدّولة الداخلي والخارجي،
- أن يمتنع عن استعمال الامتيازات المُرتبطة بوظيفته لأغراض شخصية،
- أن يمتنع عن أي عرض إعلاني قد يُشيد بمزايا منتج أو مؤسسة يستفيد مادياً من بيعها أو إنجازها بصورة مباشرة أو غير مُباشرة،

1 أمر رقم 68-525 المؤرخ في 16 جمادى الثانية 1388 الموافق لـ 9 سبتمبر 1968 يتضمن القانون الأساسي للصحفيين المهنيين، الجريدة الرسمية رقم 75 بتاريخ 17 سبتمبر 1968.

2 ساعد ساعد، التعليق الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2009، ص 31.

- أن يعمل دون انقطاع على تحسين تكوينه السياسي وإكمال ثقافته ومعلوماته التقنية والمهنية.

والملاحظ أنّ هذه الأحكام طغت عليها الواجبات، ولم يتضمّن القانون - نظراً لصعوبة تلك المرحلة وخضوع الصحفي لرقابة ذاتية - حقوقاً، ممّا جعل من الصحفي موظّفاً في خدمة السّلطة ومُروّجاً لدعايتها¹. وتَدَعَم هذا القانون بقرار مُؤرّخ في 20 جانفي 1969 يتضمّن إحداث لجنة ترتيب للصحفيين المهنيين، كما تمّ إصدار قرار آخر مُؤرّخ في أول جوان 1971 يتضمّن تعيين لجنة التحكيم والتأديب، وهي وفق المادة الأولى تتشكّل من: مُمثّل عن وزارة الأخبار والثقافة رئيساً، وممثّل عن وزارة العمل والشؤون الاجتماعية، ونائب مدير الدراسات والرقابة بوزارة الأخبار والثقافة ومُمثّل عن الاتحاد العام للعمال الجزائريين².

2-3. قانون النشر 1982

يعتبر قانون الإعلام الصادر رسمياً بتاريخ 6 فيفري 1982 أول قانون جامع مانع للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة، وقد جاء في وقت كانت فيه الصحافة تعاني من ضغوط كثيرة، وفي ظل فراغ قانوني كبير إذ كانت الأجهزة الإعلامية وكل ما يرتبط بها خلال هذه الفترة يسير بقوانين مجزئة، كما هو الحال بالنسبة لقانون المؤسسات الصحفية الصادر في نوفمبر 1967 وقانون الصحفي الصادر في سبتمبر 1968 وقانون النشر الصادر عام 1973³.

أما فيما يتعلّق بجانب أخلاقيات الممارسة الإعلامية، فالجزائر لم تمتلك ميثاقاً يُعنى بها إلاّ مع ظهور هذا القانون -1982- والذي جاء نتيجة بداية عهد الانفتاح حول التعددية، وتغيّر التصوّرات والاتجاهات نحو المستقبل، أين أضحى للإعلام دورٌ آخر نظير بزوغ آفاقٍ جديدة، أمّا فيها يتعلّق بالمواد التي تضمّنت الأخلاقيات، ندكّر:

المادة 35: "يعمل الصحفي المُحتَرَف بكل مسؤولية والتزام على تحقيق أهداف الثّورة كما تُحدّدها النصوص الأساسية لحزب جبهة التحرير الوطني"⁴ وهذا يعني أنّ الصحفي لا بدّ أن يكون مُلتزماً بمبادئ حزب جبهة التحرير الوطني ويُدافع عن المبدأ الاشتراكي، وبالتالي ربط الصحفي إيديولوجياً بمبادئ الحزب الواحد.

1 حسين طاهري، مرجع سابق، ص 23.

2 عبد العالي رزّاق، المهنة صحفي محترف، دار هومة، ط2، الجزائر، 2014، ص 82.

3 إسماعيل معارف قالية: الإعلام حقائق وأبعاد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1999، ص 64-65.

4 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون المُتعلّق بالإعلام 1982، العدد 6، بتاريخ 6 فيفري 1982، ص 246.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

المادة 42: "يجب على الصحفي المُحتَرَف أن يَحْتَرِسَ مِن إِدْخَالِ أَخْبَارِ خَاطِئَةٍ أَوْ غَيْرِ ثَابِتَةٍ وَيُنْشَرُهَا أَوْ أَنْ يَسْمَحَ بِنَشْرِهَا، وَاسْتِعْمَالَ الْإِمْتِيَازَاتِ الْمُتْرَبَطَةِ بِالمِهْنَةِ فِي أَغْرَاضِ شَخْصِيَّةٍ، وَالاِحْتِرَاسِ مِن تَقْدِيمِ الْأَعْمَالِ الْمُتَمَجِّدَةِ لِمَزَايَا مُؤَسَّسَةٍ أَوْ مَادَةٍ يَعُودُ بِبِعْثِهَا وَنَجَاحِهَا لِفَائِدَةِ الصَّحْفِيِّ بِطَرِيقَةٍ مَبَاشِرَةٍ أَوْ غَيْرِ مَبَاشِرَةٍ" وَهَنَّا نَقَعُ فِي تَنَاقُضٍ آخَرَ بَيْنَ المَادَةِ وَالمَمارِسةِ الإِعلامِيَّةِ، عَلَيَّ اعْتِبَارِ أَنَّ الصَّحْفِيَّ الَّذِي لَا يُمَجِّدُ السَّلْطَةَ أَوْ يَنْتَقِدُهَا يُعَاقَبُ.

المادة 43: "يجب على الصحفي المُحتَرَفِ، زِيَادَةً عَلَيَّ احْتِرَامِ مَبَادِيِّ الْأَخْلَاقِ المِهْنِيَّةِ وَالمَسْئُولِيَّةِ الاجْتِمَاعِيَّةِ، أَنْ يَجْعَلَ عَمَلَهُ مَنْدَرَجًا فِي إِطَارِ السَّمَوِّ بِالمُثَلِّ العُلْيَا لِتَحْرِيرِ الْإِنْسَانِ وَالسَّلَامِ وَالتَّعَاوُنِ ضَمْنَ رُوحِ العَدَالَةِ وَالمَسَاوَاةِ بَيْنَ الشُّعُوبِ".

المادة 45: "للصحافي المُحتَرَفِ الحَقَّ وَالحُرِيَّةَ الكَامِلَةَ فِي الوُصُولِ إِلَى مَصَادِرِ الخَبَرِ فِي إِطَارِ الصَّلَاحِيَّاتِ المَخُولَةِ لَهُ قَانُونًا" وَهَنَّا نَجِدُ غَمُوضًا آخَرَ، فَالمَادَةُ مَنَحْتَهُ الحَقَّ لِلوُصُولِ لِلْمَعْلُومَاتِ مِنْ جِهَةٍ، وَمِنْ جِهَةٍ أُخْرَى وَسِيلَةً ضَغْطَ قَانُونِيَّةٍ هِيَ الصَّلَاحِيَّاتِ المَخُولَةِ لَهُ.

المادة 48: "سِرُّ المِهْنَةِ حَقٌّ وَوَاجِبٌ مَعْتَرَفٌ بِهِ لِلصَّحَافِيَّينَ". .. وَهَذَا أَمْرٌ جَيِّدٌ وَضَرُورِيٌّ لِتَرْقِيَةِ المَمارِسةِ الإِعلامِيَّةِ، لَوْلَا أَنَّ هَذَا الحَقَّ مُقَيَّدٌ مِنْ حِمَايَةِ السَّرِّ المِهْنِيِّ وَذَلِكَ فِي المَادَةِ 49 "التي تُحَدِّدُ مَجَالَاتِ لَيْسَ لِلصَّحْفِيِّ الحَقَّ فِي الاِحْتِفَازِ بِالسَّرِّ المِهْنِيِّ أَثْنَاءِهَا وَهِيَ:

- مَجَالِ السَّرِّ العَسْكَرِيِّ عَلَيَّ الشَّكْلِ الَّذِي يَحَدِّدُهُ التَّشْرِيْعُ المَعْمُولُ بِهِ،
- السَّرُّ الاِقْتِصَادِيَّ وَالاسْتِرَاطِيْجِيَّ،
- عِنْدَمَا يَمَسُّ الإِعلامُ أَطْفَالَ وَمَرَاهِقِيْنَ،
- عِنْدَمَا يَتَعَلَّقُ الأَمْرُ بِأَسْرَارِ التَّحْقِيقِ القَضَائِيِّ.

وَهَذَا مَا قَدْ يَعْرِقِلُ الصَّحْفِيَّ وَيَمْنَعُهُ مِنْ مَمارِسةِ المِهْنَةِ بِشَكْلِ جَيِّدٍ.

كَمَا تَضْمَنُ المَادَتَانِ 121 وَ125 حَقَّ النِّقْدِ البِنَاءِ وَالمَوْضُوعِيِّ، حَيْثُ جَاءَ فِي المَادَةِ 121: "لَا يَشْكَلُ النِّقْدُ الرَامِيَّ إِلَى تَحْسِينِ تَنْظِيمِ المَصَالِحِ العَمُومِيَّةِ وَسِيرِهَا جَرِيْمَةً مِنْ جَرَائِمِ القَذْفِ". كَمَا نَصَّتِ المَادَةُ 125 عَلَيَّ

أنه " لا يعد النقد الهادف والموضوعي الصادر بدافع من الحرص على تحسين وترقية الفن الذي لا يقدر في شرف وفي اعتبار الشخص صاحب العمل الفني من قبيل جرائم القذف"¹.

ما نلاحظه أن هذا القانون كرس مجموعة من الحقوق، وحدد مجموعة من الواجبات، لكنه سرعان ما يدها، مما جعل بعض الحقوق صعبة المنال لكثرة المواد القانونية التي تحتوي على ممنوعات وضوابط وتوجيهات تحد من قدرة الصحفي على القيام بدوره كاملا.

كما يمكن القول أنّ هذا القانون تطرّق وبطريقة سريعة وغامضة لأخلاقيات المهنة، حيث لم يحدد المقاييس والمعايير التي تبني مبادئ أخلاقيات المهنة، ونجد أن معظم مواد هذا القانون تغلب عليها صفة القاعدة القانونية الآمرة، وطابع الوجوب والمنع والعقاب في أكثر من نصف مواد هذا القانون، حيث بلغ عدد المواد التي نصت على الواجبات والممنوعات والعقوبات في حق الصحفي والمؤسسة 68 مادة، في المقابل نجد 17 مادة فقط نصت على حقوق الصحفي والمواطن في الإعلام، لكن ورغم المساوئ والانتقادات، إلا أنّ هذا القانون تضمّن جانباً إيجابياً لو نظرنا إلى الحقّ في الإعلام وحقّ الوصول إلى مصادر الخبر وحقّ الردّ والتصحيح، إلا أنّها لم تُطبّق في أرض الواقع².

3-3. قانون الإعلام 1990

يَعْتَبِرُ بعض المختصين في الإعلام أنّ قانون الإعلام لسنة 1990 من بين أهم المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988، حيث فتح أبواب الممارسة الديمقراطية والتعددية الفكرية وحرية التعبير والفكر والمعتقد، وقد جاء هذا القانون بعد الانتقادات الشديدة التي تعرض لها قانون الإعلام 1982 بخصوص غموضه واحتوائه على عدد كبير من المواد القانونية ذات الطابع الجزائري³، وهو ما ساهم في إضعاف دور الصحافة في الجزائر كسلطة رابعة من حقها وواجبها مراقبة السلطات الثلاث الأخرى ولكن التبني الرسمي للتعددية الإعلامية لم يتضح إلا إثر صدور المنشور رقم 04 عن رئيس الحكومة الأسبق مولود حمروش بتاريخ 16 مارس 1990⁴، وقد جاء القانون بـ 106 مادة مُوزَّعة على 9 أبواب، ولعلّ أهمّ ما جاء فيه هو إلغاء

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون المُتعلّق بالإعلام 1982، مرجع سابق، ص 255.

² نصر الدين ليعاضي، مُساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، الجزائر، 1991، ص 202-203.

³ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسّمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، ط1، القبة القديمة (الجزائر)، 2008، ص 207.

⁴ صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية - المنطلقات النظرية والممارسات 1979/1990-، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996، ص

الرقابة الإدارية على الصحف وإصدارها وتعددها، وكذا إنشاء مجلس أعلى للإعلام لتنظيم العمل الإعلامي، كما تضمن أيضاً مواد تتعلق بأخلاقيات المهنة الإعلامية.

ويرى السعيد بومعيزة¹ في الدراسة التي أجراها، أنه قبل إقرار التعددية السياسية بتاريخ 1989 لم يكن هناك حديث عن أخلاقيات وآداب المهنة الصحفية، لأن الصحفي في ذلك العهد كان مجرد موظف في خدمة برامج النظام السياسي وإيديولوجيته، ويرى أن مصادر أخلاقيات المهنة هي السلطة العمومية والمؤسسات الإعلامية والمنظمات المهنية.

ومن أهم ما جاء به هذا القانون فيما يتعلق بأخلاقيات المهنة الصحفية نذكر:

المادة 3: "يُمارَسُ حقُّ الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني"²، وبالتالي فحرية الحق في الإعلام مقيدة بشروط وضوابط معينة.

أما المادة 26 فتتص على أنه "يجب ألا تشمل الدورية المتخصصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها على كل ما يخالف الخلق الإسلامي والقيم الوطنية وحقوق الإنسان أو يدعو إلى العنصرية أو التعصب والحيانة سواء كان ذلك رسماً أو صورة أو حكاية أو خبراً أو ابلاغاً، كما يجب ألا تشمل هذه النشريات على أي إشهار أو إعلان من شأنه أن يشجع العنف والجور".

كما تنص المادة 33 على أنه "تكون حقوق الصحفيين المحترفين في الأجهزة الإعلامية العمومية مستقلة عن الآراء والانتماءات النقابية والسياسية... ويكون التأهيل المهني شرطاً أساسياً للتعين، الترقية أو التحويل شريطة أن يلتزم الصحفي المحترف بالخط العام للمؤسسة الإعلامية".

أما المادة 35 فتتص على أنه "للصحفيين المحترفين الحق في الوصول إلى مصادر الخبر" وجاءت المادة 36 بالاستثناءات حيث تنص على أنه "لا يجوز للصحفي أن ينشر معلومات من شأنها أن:

- أن تمس أو تهدد الأمن الوطني أو الوحدة الوطنية أو أمن الدولة.
- أن تكشف سرا من أسرار الدفاع الوطني أو سرا اقتصاديا استراتيجياً.
- أن تمس بحقوق المواطن وحرية الدستورية.

¹ السعيد بومعيزة، أخلاقيات وآداب المهنة في تلفزيون الخدمة العمومية - حالة التلفزيون الجزائري-، الملتقى الدولي بتونس، معهد علوم الأخبار، أبريل 2009، ص 8-9.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، العدد 14، بتاريخ 3 أبريل 1990، ص 95.

- أن تمس بسمعة التحقيق القضائي.

كما نصت المادة 37 على الحق في السر المهني " السر المهني هو حق الصحفيين الخاضعين لأحكام هذا القانون وواجب عليهم ولا يمكن أن يتذرع بالسر المهني أمام الجهات القضائية في الحالات الآتية¹:

- مجال سر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به،

- الإعلام الذي يعني الأطفال والمراهقين،

- الإعلام الذي يمس أمن الدولة سياسيا واضحا،

- الإعلام الذي يمتد إلى التحقيق والبحث القضائيين.

وتُنزِمُ المادة 40 الصحفي المُحتَرَف باحترام أخلاق وآداب المهنة خلال الممارسة الصحفية، وتحرصها في:

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحرياتهم الفردية،

- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي،

- تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح،

- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث،

- الامتناع عن التنويه المباشر وغير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف،

- الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والوشاية،

- الامتناع عن استغلال السمعة المترتبة بالمهنة لأغراض شخصية أو مادية،

- رفض أي تعليمة تحريرية آتية من مصدر غير مسؤولي التحرير.

كما تم حلُّ وزارة الإعلام وحلَّ مكائماً "المجلس الأعلى للإعلام" الذي عرّفته المادة 59 على أنه "سلطة إدارية مستقلة ضابطة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي". وقد حُدِدَت صلاحيات هذا المجلس على ألاّ يقوم بالتوجيه، ولكن يحرص على الممارسة الفعلية لحرية الإعلام².

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون المُتعلِّق بالإعلام 1990، مرجع سابق، ص 110.

² علي قسايسية، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل السوق الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 14، جويلية 1996، ص 16.

كما يُعدُّ المجلس الأعلى سلطة إدارية مستقلة تتمتع بعدة صلاحيات من شأنها الرقي بالمهنة، كما أنه يهتم بمسائل أخلاقيات المهنة، فقد شكَّلت لجتان، الأولى خاصة بأخلاقيات المهنة، والثانية بالتنظيم المهني وتهدفان إلى تنظيم الممارسة الإعلامية وتحديد قواعد السلوك المهني والسهر على تطبيقها.

ويعتبر قانون الإعلام لسنة 1990 أول قانون جزائري للإعلام يولي أهمية خاصة لقواعد السلوك المهني، كما خلَّص الصحفي من صفة المناضل التي تكررت كثيرا في القانونين السابقين 1968-1982 إذ جاء ذلك تماشيا مع التطورات الجادة الحاصلة على المستوى السياسي، كما أورد في الوقت نفسه مقاييس لاحترام أخلاقيات المهنة الصحفية وفتح المجال واسعا أمام حرية الرأي والتعبير واحترام الآداب العامة المتفق عليها في المجتمع الجزائري، وحاول القانون أن يوازن بين حقوق الجمهور من جهة وحقوق الإعلاميين من جهة أخرى.

وعلى الرغم من أنّ هذا القانون يعد خطوة إيجابية في التشريع الإعلامي الجزائري، إلا أنه لاقى الكثير من الانتقادات من طرف المختصين، إذ يرى الدكتور "قسايسية" أن القانون "جمع كل القواعد المتعلقة بالإعلام في قانون واحد، ولم يفصل بين قوانين الطباعة والنشر وقوانين الإعلام والاتصال، كما أنه أخلط بين دور السلطات العمومية والمنظمات المهنية"¹، كما يُعبأ عليه أنه اهتم بالصحافة المكتوبة وأهمل الوسائل الأخرى، أي أنّها بقيت حكراً على الدولة، إضافة إلى تضمينه للعديد من المواد العقابية ما جعله أقرب لكونه "قانون عقوبات" منه إلى "قانون إعلام"².

وفي الفترة التي تلت صدور قانون الإعلام، عرفت الصحافة صعوبات ميدانية وعراقيل عطلت من نشاطها بعد إقرار حالة الطوارئ، وعرفت ضغوطات مالية، كما تمّ تجميد المجلس الأعلى للإعلام ومنه لجنة أخلاقيات المهنة التي كانت نشأتها تحت إشرافه. كما شهدت هذه الفترة إيقاف عدّة صحف عن الصدور بقرار من وزير الداخلية، واعتقال العديد من الصحفيين، واقتراب بعض الصحف من الأحزاب لتُصبح بمثابة منابر لها³.

¹ علي قسايسية، مرجع سابق، ص 17.

² طاهري حسين، مرجع سابق، ص 24.

³ المرجع نفسه، ص 25.

4-3. مشروع قانون الإعلام 2000

حمل هذا المشروع بعض المبادئ التي نصّ عليها ميثاق أخلاقيات المهنة - فيما بعد - مثل الاعتراف بحق المؤلف الصحفي، ومنحه نسبة من عائدات المؤسسة، وضمان حقّه بعد وفاته، وإعادة إحياء المجلس الأعلى للاتصال (المجلس الأعلى للإعلام) و(المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة)، وقد نُشرَ هذا القانون في جريدة (اليوم) بعنوان (قانون متعلّق بممارسة الاتصال) وارتبط بتقييد السرّ المهني بطبيعة المعلومات¹.

5-3. مشروع قانون الإعلام 2001

تضمّن هذا المشروع²:

- وضع المجلس الأعلى للاتصال الذي يملك صلاحيات المراقبة أو منع صدور النّشرية الدّورية، أو اعتماد المؤسسات السمعية البصرية أو صدور النشرات المرئية، واعتماد المؤسسات السمعية البصرية.
- إمكانية تعليق صدور نشرية دورية من قبل العدالة. بالإضافة إلى مبادئ أخرى.

6-3. مشروع قانون الإعلام 9 أكتوبر 2002

نُشرَ هذا القانون في الموقع الإلكتروني لوزارة الثقافة والاتصال في أكتوبر 2002، وهو يحتوي على ديباجة تؤكّد أنّ فلسفته العامة ترتكز على مبدأ حرية الإعلام وعلى 104 مادة منها 6 مواد مرتبطة بنشاط سبر الآراء.

أمّا عن الجديد الذي جاء به هذا المشروع فهو إنشاء بطاقة الصحفي المحترف، والتي يتسلّمها من طرف اللجنة الوطنية لبطاقة الصحفي المحترف وفق المادة 64، كما تُلزمه المادة 76 باحترام أخلاقيات وأدبيات المهنة مُجسّدة في³:

- احترام الحقوق الدّستورية والحريات الفردية للمواطنين،
- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي،
- تصحيح أي خبر تبين أنّه غير صحيح،

¹ عبد العالي رزاق، مرجع سابق، ص 93.

² المرجع نفسه، ص 95.

³ المرجع نفسه، ص 96.

- التعليق بكلّ نزاهة وموضوعية على الوقائع والأحداث،
- الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والشائبة،
- الامتناع عن استخدام القيمة المعنوية المرتبطة بالمهنة لأغراض شخصية أو مادية، وكلّ خرق لهذه الأحكام يؤدي إلى سحب البطاقة المهنية للصحفي.
- وقد شاب هذا القانون بعض النقائص نذكر منها:
- عدم التعرّض لحقوق المؤلف الصحفي،
- عدم تحديد كيفية مساعدة الدولة للصحافة،
- احتكار الوكالة الوطنية للنشر والإشهار في قطاع الإعلام.

7-3. مشروع قانون الإعلام 3 ماي 2003

ظهر هذا المشروع بمناسبة اليوم العالمي لحرية التعبير، وهو اليوم الذي أعلنته الجمعية العامة للأمم المتحدة عام 1993 يوماً لحرية الصحافة بناءً على توصية من الدورة السادسة والعشرين للمؤتمر العام لمنظمة اليونسكو لعام 1991، وتميّز هذا المشروع بالتقليص من الديباجة والمواد القانونية وبالتبويب عكس المشروع السابق، وأغلب مواده كانت مأخوذة من قانون الإعلام لعام¹ 1990.

أما فيما يتعلق بأخلاقيات المهنة، تُلزم المادة 71 الصحفي المحترف بالسهر خلال ممارسته المهنة على احترام أخلاقيات أدبياتها، وتعيد استنساخ المادة 76 من مشروع قانون 2002. إنّ التطابق في مواد القانونين السابقين مصدره هو أنّ مرجعية كلّ منهما هي قانون الإعلام 1990، بالتالي نجد أنّ مشاريع القوانين التي ظهرت ما بين 1998-2003 حملت التناقضات الموجودة على مستوى السياسة الإعلامية السائدة².

8-3. القانون العضوي للإعلام 2012

جاء القانون العضوي المتعلّق بالإعلام رقم 05-12 المؤرّخ في 12 جانفي 2012، كضرورة بعد المطالب المتكرّرة لتجاوز ثغرات ونقائص قانون الإعلام 1990، كما جاء في سياق جملة من الإصلاحات التي مسّت

¹ عبد العالي رزقي، مرجع سابق، ص 97.

² المرجع نفسه، ص 98.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

مختلف القطاعات، حيث تمت مراجعة قانون الجمعيات وقانون الأحزاب. وقد تجسّد بعد إعلان رئيس الجمهورية في خطابه يوم 15 أفريل 2011 عن ضرورة تعديل قانون الإعلام 90-07 بهدف تعزيز الحريات وفكّ الخناق على العمل الصحفي، وقد جاء في خطاب رئيس الجمهورية فيما يخصّ حرية الصحافة: "تتبعك التعددية كذلك في حرية التعبير التي هي واقع يشهد عليها تنوع وسائلنا الإعلامية وجرأة نبرتها، وإنّه لجدير بنا أن نعتزّ بانتمائنا إلى بلد تُشكّل فيه حرية الصحافة وإِعْماً ملموساً بل خالٍ من أيّ سجين رأي أو مُعتقلٍ سياسي"¹.

ويتكوّن الهيكل العام للقانون العضوي للإعلام 12-05 من 133 مادة موزعة على 12 باب، كما أكّد ولأوّل مرة على ضرورة فتح قطاع السمع البصري، الذي ظلّ مُحتكراً ومُغلقاً لسنوات، وأُثير الكثير من الجدل حول هذا القانون بين مؤيد ومعارض، على اعتبار أنّه لم يأت بما كان مُنتظراً منه². ووضعت المادة الثانية³ للقانون الخطوط العريضة للعمل الإعلامي والإطار العام لها، وحدود الممارسة الإعلامية، فأكدت على أنّ نشاط الإعلام يُمارس بحريّة في ظل احترام:

- الدستور وقوانين الجمهورية.
- الدين الإسلامي وباقي الأديان.
- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع.
- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية.
- متطلبات أمنه الدولة والدفاع الوطني.
- متطلبات النظام العام.
- المصالح الاقتصادية للبلاد.

¹ خطاب رئيس الجمهورية إلى الأمة، متوفر على الرابط: [http://www.el-](http://www.el-mouradia.dz/arabe/Discoursara/2011/04/html/D150411.htm)

[mouradia.dz/arabe/Discoursara/2011/04/html/D150411.htm](http://www.el-mouradia.dz/arabe/Discoursara/2011/04/html/D150411.htm) تاريخ النشر: 15 أفريل 2011، تاريخ الاطلاع: 17:57 2018-07-30

² عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية - دراسة وصفية وتحليلية لعينة من قوانين الإعلام -، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، ديسمبر 2016، ص 20.

³ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون العضوي للإعلام 2012، العدد 2، المؤرخ في 15 يناير 2012 الموافق لـ 21 صفر 1433، ص 22.

- مهام والتزامات الخدمة العمومية.

- حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي.

- سرية التحقيق القضائي

- الطابع التعددي للآراء والأفكار.

- كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية

إنّ القراءة المُتمعّنة لهذه المادة، تُبيّن لنا أنّ الشطر الأول منها "يُمارس الإعلام بحرية" يقيدده الشّطر الثاني في إطار احترام عدد من العناصر، التي يُعدُّ العديد منها "مُجرّداً" أي مفتوحاً للتأويل المُتعدّد، بالتالي يمكن توظيفه لتقييد حرية الإعلام. ويكمنُ الخلل الأكبر في هذه المادة في عدم تسمية الجهة التي تُحدّد أو تُعرّف هذه القضايا الاستثنائية، مثل مُتطلّبات الأمن والهوية والحريات الفردية والجماعية، فإنّ تُركتُ للسلطة التنفيذية وحدها اتّخذت تلك المُتطلّبات طابعاً سُلطوياً واندرج ذلك في إطار النظرية السلطوية. وكلّما تطوّر المجتمع في اتجاه حرية الصّحافة، أصبح القضاء المستقلّ المرجع في تحديد والحكم على تلك المُتطلّبات¹.

وفي الباب السادس المتعلق بمهنة الصحفي وأخلاقيات المهنة، يعترف القانون في المادة 83² بالحق في الوصول للمعلومات وحق المواطن في الإعلام وينص على "يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العفوي والتشريع المعمول به."

تُعدّ هذه المادة إيجابية في المبدأ، أي حقّ الصحفي في الحصول على مصادر المعلومات أو ما يسمّى بقوانين الإشعاع (Shine laws) بأمريكا، ولكنّ المادة أتت بلغة عمومية لا تُحدّد بدقة المسؤولية المُلقاة على تلك المؤسسات، ومن ذلك إلزامها بجرد وثائقها وتصنيفها وتوفير النسخ الإلكترونية³، وعلاوة على ذلك ومثلما كان الحال في المادة الثانية، يُمنع عن الصحفي المحترف الوصول إلى مصادر الخبر في الحالات التي نصّت عليها المادة 84 وهي:

¹ عبد الرحمان عزّي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي - قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 136-138.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون العضوي للإعلام 2012، مرجع سابق، ص 29.

³ المرجع نفسه، ص 144.

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به.
 - عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية مساسا واضحا.
 - عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي.
 - عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي.
 - عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.
- كما تؤكد المادة¹85 على السر المهني للصحفي وتنص " يعد السر المهني حقاً بالنسبة للصحفي والمدير مسؤول كل وسيلة إعلام طبقاً للتشريع والتنظيم المعمول بهما. "
- وينص الفصل الثاني من الباب السادس بعنوان آداب وأخلاقيات المهنة في المادة 92 منه على أنه " يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لآداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي. "

وزيادة على الأحكام والواردة في المادة 2 من هذا القانون العضوي يجب على الصحفي على الخصوص:

- احترام شعارات الدولة ورموزها.
- التخلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي.
- نقل الوقائع بنزاهة وموضوعية.
- تصحيح كل خبر غير صحيح.
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- الامتناع عن تمجيد الاستعمار.
- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف.
- الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف.
- الامتناع عن استعمال الخطوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.
- الامتناع عن نشر أو بث صورا وأقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.

كما تنص المادة²93 على أنه "يمنع انتهاك الحياة الخاصة لأشخاص ونشر فهم واعتبارهم كما يمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة. "

¹ الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون العضوي للإعلام 2012، مرجع سابق، ص 29.

² المرجع نفسه، ص 30.

تخصّ هذه المادة الحقّ في الخصوصية، التي تزداد أهمية مع الوعي وتطوّر المجتمع من الحالة "الجماعية" إلى الحالة "الاستقلالية الفردية"، غير أنّ المادة "عامة" ولا تُحدّد بدقة مجالات الخصوصية مثل حرمة البيت وعدم تعرّض الفرد للتفتيش أو التنصّت الهاتفية أو اختراق حساباته الإلكترونية... دون أمر قضائي. يُضاف إلى ذلك أنّ تعبير "الشخصيات العمومية" لا يميّز بين الشخصية السياسية (الرسمية) والشخصية العامة ذات التّفوذ أو السّمة في المجال الاجتماعي أو التّقاني أو الأدبي أو الفّي أو الرياضي¹. وإذا كان المقصود هو الشخصية السياسية، فهل يشمل ذلك الأخبار ذات الطابع الشخصي، أو حتى ذات القيمة الخبرية؟ بالتالي نجد أنّ القانون لازال قاصراً في ضبط العديد من الأمور.

كما ينص القانون على إنشاء مجلس أعلى الآداب وأخلاقيات المهنة ويسهر على احترامها وتطبيقها في الممارسة الإعلامية وتحدد الحقوق الواجبات المتعلقة بالصحفي وقرر عقوبات على من تخالفها.

فتنص المادة 94 على "إنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين." ولعل إنشاء مجلس خاص بأخلاقيات المهنة يعتبر اهتماما واضحا بأخلاقيات الممارسة الإعلامية وآدابها.

أما المادة 96 فتقول "يعد المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليها".

كما تنص المادة 97 على أنه "يعرّض كل حرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحفي".

كما تنص المادة 98 على "تحدد المجلس الأعلى الآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة طبيعة هذه العقوبات وكيفية الطعن فيها".

كما تؤكد المادة 299 على "يُنصّب المجلس الأعلى الآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة في أجل أقصاه سنة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون العضوي".

¹ عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، مرجع سابق، ص 144-145.

² الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون العضوي للإعلام 2012، مرجع سابق، ص 30.

ورغم مرور سنة حيث كان من المفروض تنصيب هذا المجلس الآن لا شيء من هذا تحقق مما سيؤثر سلبا على واقع أخلاقيات المهنة وآدابها.

كما خصص هذا القانون الباب السابع بخمسة عشر مادة (من 100 إلى 114) لحق الرد وحق التصحيح، وحدد آليات وكيفيات وطرق ممارسته، وكان وزير الاتصال "ناصر مهل" قد أكد قبل صدور القانون على أنه جاء ليحدد بوضوح قواعد وآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر، كما أكد على أنه يضمن حماية أفضل الصحافيين على الصعيد الاجتماعي والمهني، كما أنه يلغي عقوبة الحبس، كما أنه جاء ليوسع حق الرد والتصحيح إلى وسائل الإعلام الإلكترونية كما أنه يكفل حماية الخاصة للمواطن وضمن حقه في الإعلام وتأطير شروط ممارسة مهنة الصحفي، كما أنه جاء مواكبا لكل التحولات داخل وخارج البلاد.

4- ميثاق الشرف المهنية

1-4. ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية الجزائري:

قبل المصادقة على ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافيين الجزائريين في 13 أبريل 2000 لم يكن لرجال الإعلام في الجزائري أي وثيقة لأخلاقيات ممارسة مهنتهم، وظل مرجعهم في ذلك قانون الإعلام الصادر في 3 أبريل 1990، وبظهور نقابة وطنية مستقلة للصحافيين بدأ التفكير في وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة يحدد حقوق وواجبات الصحافيين الجزائريين، وتجسد ذلك في تنظيم يوم دراسي بقصر الثقافة (مفدي زكرياء) يوم 22 فيفري 1990. كانت تهدف النقابة الوطنية للصحافيين من خلاله إلى تحفيز الصحافيين وتعبئتهم حول ضرورة وضع ميثاق يضبط قواعد السلوك المهني، وفي هذا الإطار قدمت النقابة مشروعاً أولياً لميثاق أخلاقيات المهنة، وعرض على عدد من الصحافيين والأخصائيين في الاتصال والقانون، وقد أكدت مختلف التدخلات خلال اليوم الدراسي على أنه لا يمكن للصحافي أن يلتزم بواجباته المهنية، إلا إذا وجد جواً كافياً لحرية نشاطه، كحرية الوصول إلى مصدر الخبر وحرية النشر، وهو ما تعين على السلطات ضمانه¹.

وفي نهاية هذا اليوم الدراسي اتفق المشاركون على إرساء معالم الميثاق بمشاركة كل الصحافيين والاعتماد على التجربة الأوروبية في هذا المجال وتكييفها حسب معطيات اجتماعية وسياسية واقتصادية تتعلق بالواقع

¹ نور الدين تواتي، مرجع سابق، 206.

الجزائري، كما اتفق المنظمون على إنشاء هيئة مراقبة تتمثل في مجلس لأخلاقيات المهنة يعمل على إلزام كل صحفي بالامتثال لقواعد هذا الميثاق¹.

بالإضافة إلى ذلك أبدت النقابة الوطنية للصحفيين حماسا كبيرا لميثاق أخلاقيات الصحافة، وهيأت له مشروعا يضم الجوانب الأخلاقية وقواعد السلوك التي تضبط المهنة الصحفية، ومن اجل المناقشة والمصادقة عليه، نظمت النقابة بتاريخ 13 أفريل 2000 ندوة وطنية حول أخلاقيات المهنة حضرها قرابة 150 صحفي من القطاعين العام والخاص، دامت نحو سبع ساعات دون انقطاع من النقاش، وانتهت بالمصادقة على أول ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية الجزائرية منذ الاستقلال².

وقد تضمن نص مشروع الميثاق 18 مادة متعلقة بالواجبات وسبعة خاصة بالحقوق، بالإضافة للمقدمة التي كان أكثر الفقرات تعرّضا للانتقاد من طرف الصحفيين الحاضرين بسبب إغفالها الحديث عن المراسلين والصحفيين المبتدئين والمتقاعدين واكتفائها بتعريف الصحفي المحترف، وقد تميزت المناقشة بالتركيز على مواد دون غيرها، وفي هذا الخصوص قامت لجنة الصياغة التي تم إنشاؤها خلال المناقشات بتعديل مشروع الميثاق على ضوء الانتقادات الموجهة لمسودته، فتم تعديل المقدمة بإضافة فقرة تتحدث عن مهنة الصحفي وتؤكد على التعددية الديمقراطية وحرية التعبير، من غير إهمال للمراسل الصحفي والمتقاعد بإعطاء تعريف لكل منهما مع الصحفي المحترف طبعاً³. أما أهم المواد التي استحوذت على حيز أكبر من النقاش فهي: 03، 07، 11، 12 والتأكيد على ضرورة إضافة مادة في الحقوق تؤكد على إلزامية احترام المنتج الصحفي والوفاء لمضمونه.

أما فيما يتعلّق بما ورد بخصوص مجلس أخلاقيات المهنة، فيتشكّل هذا المجلس من 11 عضواً يمثّلون وسائل الإعلام العمومية والخاصة لعهددة 4 سنوات غير قابلة للتجديد، وليس له سلطة القانون، وليس أداة منع أو ردع أو إجبار، بالتالي، ما يُعبأ على هذا المجلس أنّه هيئة إصدار قرارات غير مُلزمة، ممّا يُعيقه على أداء دوره كاملاً، إضافةً إلى نقص أحكامه التنظيمية وسيوره وضبط نظامه الداخلي، وعدم وضوح المسائل المتعلقة بتمويله.

1 جميلة بن زيدون، التنظيم المهني للصحفيين - راسة ميدانية لعينة من الصحفيين المشاركين في مؤتمر النقابة الوطنية للصحفيين -، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001، ص 37.

2 جميلة بن زيدون، مرجع سابق، ص 38.

3 مريم أوشايت، الصحفيون يبنون مشروعاً لأخلاقيات المهنة، جريدة الشعب، 15 أفريل 2000، ص 5.

الفصل الثاني..... أخلاقيات الممارسة الإعلامية

نخلصُ بما تقدّم أنّ أخلاقيات المهنة لم تحظْ بالاهتمام المطلوب، والمجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية لا يتمتع بسلطة القانون، ولا يُعتبر أداة تأديب أو ردعٍ أو إلزام، بل مجرد سلطة أدبية أخلاقية مُجرّدة من الفعالية، نظير غياب آليات التطبيق الميدانية.

علاوة على ذلك، لم يتمّ إصدار أي ميثاق آخر لأخلاقيات مهنة الصحافة منذ سنة 2000، أي ما يُقارب 20 سنة، ورغم أنّ الحقل الإعلامي في العالم والجزائر يشهد تطورات وتحولات منقطعة النظير خاضعة للتطور التقني بالدرجة الأولى، فقد ظهرت العديد من الوسائل الإعلامية الجديدة منذ ذلك الحين، كما أنّ الممارسة الإعلامية عرفت الكثير من التغيّرات الجوهرية التي تفرض بإلحاح النّظر في الجانب الأخلاقي حتّى لا تجرد هذه الممارسة عن أسسها وقيمها.

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

الفصل الثالث: الصحافة الإلكترونية

أولاً: الصحافة من المطبوع إلى الإلكتروني

- 1- خلفية تاريخية
- 2- تقنية "التيليتكست" و"الفيديوتكست"
- 3- ميلاد الصحافة الإلكترونية في العالم
- 4- العالم العربي وأولى خطوات الصحافة الإلكترونية

ثانياً: الصحافة الإلكترونية بين التصميم والتحرير

- 1- تصنيفات الصحافة الإلكترونية
- 2- خدمات الصحافة الإلكترونية
- 3- تصميم وإخراج الصحافة الإلكترونية
- 1-3 مدارس تصميم الصحف الإلكترونية
- 2-3 مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية
- 3-3 تصميم صفحة البداية Home Page
- 4- التحرير وبناء المحتوى الإخباري في الصحافة الإلكترونية

- 1-4 مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية
- 2-4 قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية
- 3-4 أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية

ثالثاً: قوانين وتشريعات الصحافة الإلكترونية

- 1- بدايات تقنين الإعلام الإلكتروني عند الغرب
- 2- التقنين العربي للإعلام الإلكتروني
- 3- حقوق وواجبات الصحفي الإلكتروني

رابعاً: التجربة الجزائرية في مجال الصحافة الإلكترونية

- 1- دخول الانترنت إلى الجزائر
- 2- البنية التحتية للإعلام الإلكتروني في الجزائر
- 3- الصحف الإلكترونية في الجزائر
- 1-3. عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر
- 2-3. العناوين الأولى للصحف الإلكترونية في الجزائر
- 4- تقنين الانترنت والصحافة الإلكترونية في الجزائر
- 1-4. الإجراءات القانونية المنظمة لشبكة الانترنت في الجزائر
- 2-4. القانون العضوي للإعلام 2012

خامساً: معوقات تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر

- 1- قلة مُتصفّحي الصحف الإلكترونية في الجزائر، وضعف البنى التحتية للإنترنت
- 2- نظرة المُشتغلين بالصحافة التقليدية وخاصة القائمين عليها من مُدراء ومُلاك ورؤساء تحرير.
- 3- غياب الإطار القانوني الكافي لحماية الصحف الإلكترونية كوسائل، والعاملين فيها.
- 4- هشاشة النظام المصرفي والبنكي في الجزائر، وتأثيراته على الإعلان الإلكتروني والخدمات المدفوعة الممكن توفرها عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية.

أولاً: الصحافة من المطبوع إلى الإلكتروني

1- خلفية تاريخية

حاول الباحث الفرنسي "جون ميو" Jean Miot أن يختصر تاريخ وسائل الاتصال من النقش على الحجر حتى ظهور الانترنت في مقال بعنوان "بيل غيتس لن يقتل جوتنبورغ" "Bill Gates ne tuera pas Gutenberg" ورد فيه أنّ ما وصلت إليه وسائل الإعلام من تطوّر لم يكن دفعة واحدة أو نتاج الصدفة، بل كان نتيجة عدة اختراعات وجهود بذلها علماء ومختصون طيلة عقود من الزمن، لتكون بداية العهد الاتصالي للبشرية من الرسومات الحجرية أو النقش على الحجر، مروراً باكتشاف ورق البردي المصري وصولاً إلى ريشة الكتابة والحبر، لتتكامل هذه الإنجازات باختراع جوتنبورغ للمطبعة سنة 1434 بالحروف المنفصلة، لتمكّن الصحافة المكتوبة من التّربّع على عرش وسائل الاتصال الجماهيرية طيلة سنوات من الزمن، ثمّ توالى بعدها الاكتشافات إلى أن ظهرت الحاسبات الإلكترونية وأجهزة الكمبيوتر الموصولة بشبكة الانترنت والتي غيرت مسرى التاريخ الاتصالي¹.

وقد أثبتت الدراسات والتاريخ، أنّ نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تُلغي ما سبقها من وسائل، فالمذيع لم يُلغِ الصّحيفة، والتلفاز لم يُلغِ المذيع، لكن، بالرغم من هذه الحقيقة العلمية إلا أنّ ظهور الانترنت وما صاحبه من تطوّرات خاصة في المجالين الاتصالي والإعلامي، فرض وسيفرض واقعاً جديداً ومختلفاً، إذ أنّه لا يُعدّ تطويراً فقط لوسائل الإعلام السابقة، وإنما هو وسيلة احتوت كلّ ما سبقها من وسائل.

وفي هذا السياق يشير Jean Miot إلى ثورتين أساسيتين ميّزتا التاريخ الاتصالي، فالأولى عرفتها البشرية منذ ستة قرون وكانت على يد الألماني جوتنبرغ الذي اخترع المطبعة والتي ساهمت بشكل كبير في ازدهار وتطور الصحافة المطبوعة².

أما الثورة الثانية والتي لا زلنا نعيش فيها فتتعلق بظهور الانترنت، حيث أصبح بالإمكان التنقل في كل الأمكنة بشكل مدهل، وفي وقت قصير تتدفق الملايير من المعلومات وتتقارب كل المعارف الإنسانية بشكل

¹ Jean Miot, « Bill Gates ne tuera pas Gutenberg », Médias Médias, la documentation française, paris, 2001, p 21.

² عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 193.

يضاهي ذلك الذي نتج عن اختراع المطبعة، حيث أن كلا من الإعلام والاتصال أصبحا يمتازان بالفورية وعلى نطاق واسع بشكل تخطى الحدود الجغرافية.¹

ونظراً للتواجد القوي لشبكة الانترنت، فقد تم إلغاء الحدود الجغرافية في عملية سريان المعلومات، والتي كانت تضعها وسائل الإعلام الكلاسيكية، حيث أصبح بالإمكان التنقل في كل مكان من المعمورة دون تغيير مكاننا، وحتى الحدود الزمنية لم تعد عائقاً أمام الحصول على المعلومة، لأنه وبكل بساطة أصبح بإمكان أي واحد منا الحصول على عدد غير محدود من المعلومات في نفس الوقت وحتى الدخول للأرشيف، وغيرها من الخدمات المتاحة المتعلقة بالنص والصوت والصورة، وعلاوة على كل هذا وذاك، جاءت شبكة الانترنت بأهم خاصية، وهي التفاعلية، التي أتاحت للمتلقين التعبير عن آرائهم والتواصل المباشر مع الحدث، والتحوّل من مجرّد متلقين إلى مُستخدمين يُشاركون في بناء الوقائع ونقل الأخبار أولاً بأول.

وفي استعراض وجيز لأهم مراحل تطور شبكة الانترنت لتصبح بشكلها الحالي، نجد أن أهم مرحلة أرخت لتاريخ الثورة التكنولوجية كانت سنة 1989 بميلاد الثلاثية (www) وهي اختصار لكلمة world wide web وهذا بفضل l'hypertexte أي تقنية النص الفائق، والتي ساهم في اختراعها البريطاني (Tim Berners-Lee) والبلجيكي (Robert Cailliau) اللذان يشتغلان في المركز الأوروبي للأبحاث النووية²؛ حيث تم فيما بعد توزيع هذا البرنامج مجاناً على الانترنت في أوت 1991، وتوالت الأبحاث والتطويرات على برامج الانترنت، حيث قامت شركة ميكروسوفت سنة 1995م بتطوير عدة برامج على غرار (internet Explorer) وغيرها من البرامج المتطورة الموجودة حالياً على شبكة الانترنت³.

وهكذا سمحت الشبكة العنكبوتية بالحصول على عدة خدمات منها: البريد الإلكتروني، منتديات وغرف المحادثة، الدردشة على الخط، بنوك المعلومات، الفيديو، تحميل الموسيقى... وغيرها من الخدمات التي لم تكن لتعرف قبل اكتشاف الانترنت. أمّا في المجال الإعلامي، فقد ساهمت الانترنت بشكل فعال في تطوير وسائل الإعلام التقليدية على غرار الإذاعة والتلفزيون الرقمي والصحافة الإلكترونية كنتاج للمزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات من جهة وثورة التكنولوجيا الحاسبة من جهة أخرى.

¹ Jean miot, op cit, p 20.

² Francis Balle, **Les Médias**, presses Universitaires de France, 4 éditions, paris, 2009, p 43-44.

³ Philippe Breton, Serge Proulx, **l'explosion de la communication**, la découverte, Paris, 2006, p 293.

2- "التيليتكست" و"الفيديوتكست"

يرى البعض أن الصحافة الإلكترونية كانت إرهاصات نشأت في بداية السبعينيات، عبر استخدام تقنية التكتست text والفيديو تكست video text. ويعد التليتكست "Teletext" نقلاً للنص إلى المشاهدين في اتجاه واحد، وذلك عبر إشارة تليفزيونية لخطوط المسح غير المستخدمة "unused scanning lines" وتقوم آلة خاصة بفك الشفرة، موجودة بجهاز التلفزيون بفك شفرة البيانات، لتظهر هذه البيانات في شكل صفحات من النص، يستطيع المشاهد أن يتخير من بينها ما يشاء.

ويعدّ الفيديو تكست "video text" نظاماً تفاعلياً "interactive system" يعتمد أساساً على أجهزة الكمبيوتر، ويُتيح هذا النظام للمشاهدين الوصول إلى بنك بيانات "Data Bank" يحوي معلومات ضخمة. ويوجد تطبيق عملي متزايد لهذا النظام بشكل أكبر من التليتكست، لأنه يُمكن من تخزين المزيد من المعلومات. كما يجب أن ينتظر مستخدمو التليتكست الذين يستخدمون شاشة التلفزيون صفحة ما حتى يتم إرسالها قبل أن يلتقطوها، في حين أن مستخدمي الفيديو تكست الذين يستخدمون شاشة كمبيوتر يستطيعون الوصول إلى كمّ كبير ومتنوع من المعلومات في الحال¹.

وفي الحقيقة إن أول تجربة لنشر الأخبار إلكترونياً بدأت عام 1971 عندما قام "مكتب البريد العام - General Post Office" في المملكة المتحدة ببدء العمل فيما يُطلق عليه خدمة "Prestel"- وبداية إتاحة هذه الخدمة للجمهور عام 1979 قدمت هذه الخدمات: نشرات إخبارية، إجراء المعاملات المصرفية من المنزل "home banking" حجز تذاكر الطيران، ومعلومات أخرى بواسطة شاشات خاصة أشبه بشاشات التلفزيون.

وعلى أية حال فإن الكلفة المرتفعة والعوامل المختلفة الأخرى قد قصرت هذه الخدمة على 65 ألف فرد، معظمهم يعملون وكلاء لشركات السياحة.

ويقول شيدن أن العام 1981 يمثل البداية الحقيقية لظهور الصحافة الإلكترونية الشبكية، عندما قدمت "كومبيوسيرف" خدماتها الهاتفية مع 11 صحيفة مشتركة في الأسوشيتدبرس، إلا أنّ هذه الخدمة توقفت العام 1982 بعد انقضاء الشراكة².

¹ شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية "دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع"، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة (مصر)، 2005، ص 22
² Shedden, David. *New Media Timeline (1969-2004)*, Pointer Institue, 2005, p21.

3- ميلاد الصحافة الإلكترونية في العالم

لقد أحدثت الإنترنت تغييراً في مفهوم العمل الصحفي وذلك حينما شرعت كبرى الصحف العالمية في الدخول إلى شبكة الإنترنت، بحيث لم تعد تهتم فقط بإصدار صحف مطبوعة بل أصبحت تسعى لتصور واكتشاف منطق جديد وبناء جديد يسمح بنقل الأخبار والمعلومات بعمق، لذا تعتبر الإنترنت بالنسبة للصحافة تحدياً جديداً من المتوقع أن يقود العالم نحو ثورة في تطبيقات الصحافة. وينبغي لنا أن نشير هنا إلى أن تاريخ وسائل الاتصال لم يشهد اختفاء وسيلة بظهور تكنولوجيا جديدة، بل إن ما يختفي هو طرق وأدوات الإنتاج، فمثلاً لم يعد هناك آلات اللينوتيب* (Linotype) في الصحف، كما أن الراديو لم يقض على الصحافة، والتلفزيون لم يقض على الراديو، بل إنَّ هناك تعايشاً بين الوسائل المختلفة لذا من المتوقع أن تحتل الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على الوسائط المتعددة مكانها بجانب الصحافة المطبوعة خلال القرن الحادي والعشرين¹.

وتعود بدايات ظهور الصحافة الإلكترونية إلى التعاون بين مؤسستي بي بي سي (BBC) الإخبارية وإندبندنت برودكاستينغ أوثيريتي (IBA) العام 1976 ضمن خدمة تيلتكست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت اسم سيفاكس (Ceefax) بينما عُرف نظام المؤسسة الثانية باسم أوراكل (Oracle)، وفي العام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عُرفت باسم خدمة الفيديو تكست مع نظام بريستل (Prestel) قدمتها مؤسسة بريتش تلفون أوثيريتي (BTA).

وعلى الرغم من أنّ محاولات هذه المؤسسات لم تلقَ النجاح المطلوب، إلا أنّ الأمر تغيّر كلياً مع بداية التسعينيات، الذي حمل معه تطورات هائلة على جميع المستويات، وإذا كان نجاح خدمة (Tele Text) مردّه إلى الاعتماد على جهاز التلفزيون، فإنّ نجاح الصحيفة الإلكترونية مرتبط بتوفر أجهزة الكمبيوتر وتطور البرامج التي تُسهّل الوصول إلى الانترنت والتعامل معها، وفي مرحلة التسعينيات أصبح للإنترنت دور بارز في نشر

* آلة لصفّ أحرف الطباعة بسكبها أسطراً كاملة، لها ملامس الآلة الكاتبة، تُسقط قوالب نحاسية حُفرت فيها الأحرف، فإذا تمّ السطر عبّأت مضخة آلية فراغاته معدناً مصهوراً وصار جاهزاً للطبع.

¹ نجوى عبد السلام فهمي، تجريد الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية.. الواقع وآفاق المستقبل، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر 1998، ص 23.

المواد الإعلامية بمختلف صورها وأشكالها وبلغات عديدة، وأفادت من ذلك العديد من وسائل الإعلام وفي مقدمتها الصحف التي تزايد أعداد مواقعها على الانترنت بشكل كبير أثناء عقد التسعينيات¹.

على الرغم من عدم القدرة على تحديد التاريخ الدقيق لبداية أول صحيفة إلكترونية، فإنه يمكن القول أنّ صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم التي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الانترنت عام 1990².

وفي عام 1992 أنشأت شيكاغو أون لاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أمريكا أون لاين، وبحسب كاواموتو، فإنّ موقع الصحافة الإلكترونية الأول على الانترنت انطلق عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا، وهو موقع بالو ألتو (Palo Alto) وألحق به موقع آخر في 19 حزيران 1994 وهو التوبالو ويكلي (Palo Alto weekly) لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة، وتعدّ هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة ومتزايدة بخاصة مع توفير خدمة الانترنت مجاناً في الولايات المتحدة وبلاد العالم المتقدم، بحيث أصبحت الصحافة جزءاً من تطوّر الانترنت، وبدأت غالبية الصحف الأمريكية تتجه إلى التّشر عبر الانترنت خلال عامي 1994-1995 وزاد عدد الصّحف اليومية الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من 60 صحيفة نهاية العام 1994 إلى 115 صحيفة العام 1995 ثم إلى 368 في منتصف العام 1996³.

وتعدّ صحيفة (الواشنطن بوست) أول صحيفة إلكترونية تنفّذ مشروعاً كلّف عشرات الملايين من الدولارات، يتضمّن نشرة تعدّها الصّحيفة، تُعاد صياغتها في كلّ مرة تتغيّر فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات موبّبة، وأطلق على هذا المشروع اسم "الحبر الرقمي" والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصّحف هي الصحف الإلكترونية التي تخلّت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والحبر والنظام التقليدي للتحريّر والقراءة لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود، ولم يكن هذا المشروع الرائد سوى استجابة للتطورات المتسارعة في ربط تقنية الحاسوب مع تقنيات المعلومات، وظهور نظم وسائط الإعلام المتعدّد (Multimedia) وما تحقّق من تنام الانترنت عمودياً وأفقيّاً،

¹ عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، ورقة عمل مقدّمة إلى مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، 22-23 تشرين الأول، 2005، ص 3.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص 13.

³ Kawamoto, K. **Digital journal is Emerging media and the changing Horizons of journalism**, Oxford: Row man and little field publishers, Ine, 2003, p41.

واتساع حجم المستخدمين والمشاركين فيها داخل الولايات المتحدة ودول أخرى عديدة خصوصاً في الغرب، والبدء بتأسيس مواقع خاصة للمعلومات، ومنها معلومات إخبارية متخصصة في الرياضة والعلوم وغير ذلك¹.

ليتواصل تطوّر الصحف الإلكترونية وتتجه أكثر نحو الانسلاخ من النسخة الورقية، ففي شهر نيسان من العام 1997 تمكّنت صحيفتا (Le monde et Libération) من الصدور دون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمّال مطابع الصحف الباريسية، فصدّرت الصحيفتان على مواقعها في الانترنت لأول مرة، وتصرّفت إدارتا التحرير بشكل طبيعي كما هو الحال اليومي للإصدار الورقي، كما أشارت المحطات الإذاعية لما نشرته الصحيفتان كما تفعل كلّ يوم، كما مارس الصحفيون عملهم بشكل طبيعي، إلا أنّهم أحسّوا بضرورة تقديم شيء جديد وإضافي، وذلك لشعورهم باختلاف العلاقة مع القارئ هذه المرة².

وفي عام 1999 ظهرت عبر الانترنت موجة (الدوت كوم)، والتي يُقصدُ بها الشركات التي ظهرت وتأسّست لكي تعمل عبر الانترنت فقط، دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وتشكّلت شركات لم تكن سوى مواقع على الشبكة تعمل في مجال الصحافة والإعلام، عُرفت باسم "بوابات الانترنت الصحفية" وتخصّصت في تقديم المواد الإخبارية والتحليلات الصحفية والمقابلات والحوارات والنشرات البريدية الإلكترونية وخدمات البريد الإلكتروني وخدمات البحث في الأرشيف، وحالياً تُجسّد هذه البوابات نموذجاً للصحافة الإلكترونية التي تمارسُ عبر الانترنت دون أن يكون لها أيّ نسخ مطبوعة، الأمر الذي يجعل منها مدخلاً جيداً وغنياً يمكن الاقتراب منه وفقاً للعديد من النقاط الخاصة بالتصميم ودورية التحديث وتنوّع الخدمات والجهات القائمة على الموقع، وتوجهاته العامة والرؤية التي يحملها القائمون عليه³.

4- العالم العربي وأولى خطوات الصحافة الإلكترونية

توافرت الصحيفة اليومية العربية إلكترونياً لأول مرة عبر شبكة الانترنت في العام 1995، ونشرت صحيفة الشرق الأوسط - وهي صحيفة سعودية تصدر في لندن - في عددها الصادر في 6 سبتمبر من نفس العام خبراً على صفحتها الأولى أعلنت فيه أنّه ابتداءً من 9 سبتمبر 1995 سوف تكون مواد الصحيفة اليومية متوافرة إلكترونياً للقراء على شكل صور عبر شبكة الانترنت، أمّا الصحيفة العربية الثانية التي توافرت على

¹ مي العبد الله، الاتصال في عصر العولمة - الدور والتحديات الجديدة -، دار النهضة العربية، ط1، بيروت (لبنان)، 2001، ص 76.

² محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، دار النهضة العربية، ط2، القاهرة (مصر)، 2009، ص 26.

³ زيد سليمان، الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، 2009، ص 13.

الانترنت هي صحيفة "النهار" التي أصدرت طبعة إلكترونية يومية خاصة بالشبكة ابتداءً من الأول من فبراير 1996، وفي نفس العام بدأت كل من صحيفة الاتحاد الإماراتية تنشر محتوياتها على الانترنت، وصحيفة الحياة التي بدأت تواجدها على الشبكة في الأول من يونيو 1996، ثم صحيفة السفير في نهاية العام نفسه¹. وتعتبر "دار التحرير للطباعة والنشر" أول مؤسسة صحفية مصرية أنشأت موقعاً لها على الشبكة، وذلك بتاريخ 16 فبراير 1997، ويضم هذا الموقع نسخاً إلكترونية من صحف "الجمهورية" و"المساء" و"الجازيت" تلتها جريدة "الشعب"، حيث صدرت نسختها الإلكترونية منذ أول أكتوبر 1997، ثم ظهر بعد ذلك موقع مؤسسة "الأهرام"، حيث بدأت تبث جريدة "الأهرام ويكلي" الصادرة بالإنجليزية منذ منتصف شهر يونيو 1998، ومجلة "السياسة الدولية" مترجمة إلى اللغة الإنجليزية، ثم النسخة الإلكترونية لجريدة الأهرام الصباحية، التي بدأت في 5 أغسطس 1998، ثم توالى ظهور بقية إصدارات الأهرام، فظهرت على الشبكة صحف: الشباب، الأهرام العربي، الأهرام إيدو، الأهرام المسائي².

ثم توالى ظهور العديد من الصحف العربية على الشبكة، فقد بلغ عددها أكثر من 40 صحيفة عام 1988، ثم قفز العدد إلى أكثر من 60 صحيفة عام 2000 تصدر باللغات العربية والفرنسية والإنجليزية، ثم تزايد تواجدها وأصبحت أغلبية الصحف الورقية اليوم لها تواجد على شبكة الانترنت³.

ومن خلال عرض هذا التأريخ يمكن القول أنّ الصحف العربية القديمة المتواجدة على الانترنت، لا تتوفر فيها شروط الصحيفة الإلكترونية، ولكن هي في مجملها عبارة عن توأم للصحف المطبوعة، لذلك فهي صحف عربية متوافرة إلكترونياً وليست صحفاً إلكترونية⁴. بالتالي فإنّ مرحلة التسعينيات كانت مرحلة لتكاثف الصحف الإلكترونية، حيث أدركت الصحافة قيمة التكنولوجيا وأهمية الاستفادة من الانترنت، ومن ثمّ بدأ التطلّع إلى تطويرها بالشكل الأكثر جاذبية للقراء وفصلها عن الصحف الورقية، إذ لِكُلِّ جُمهورها وخصائصها التي تميّزُ بها.

¹ فايز الشهرى، تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفيلد، المملكة العربية المتحدة، 1999، ص 118.

² محمد يونس، الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي -النشأة والتطور-، الدار المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2014، ص 276.

³ سعيد الغريب، الصحافة الإلكترونية والورقية -دراسة مقارنة في المفهوم والسمات-، دار الكتاب العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 2000، ص 92.

⁴ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 22.

وقد بدأت الصحافة الإلكترونية مع مطلع الألفية الجديدة تشقّ طريقها كنمط إعلامي متميّز في المنطقة العربية في ضوء التطورات التكنولوجية والاجتماعية والسياسية التي يعيشها العالم العربي، والتي حثّمت مضاعفة المنافذ الإعلامية لتغدو أكثر تفاعلية وتشاركيّة من أي وقت مضى، ولعلّ صحافة الانترنت بما تتيحه من فرص نفاذ مهمّة لأفراد الجمهور للتواصل مع الآخرين تمثل أحد أوجه هذا التحوّل التكنولوجي الهام¹.

واستخدمت الكثير من الصّحف العربية تقنية PDF في نشر محتواها على الانترنت، ثمّ اتجهت الصّحف العربية إلى تقنية HTML وهي التقنية التي تتيح الاستفادة الحقيقية من الإمكانيات الاتصالية للإنترنت والخدمات التي تقدّمها وبخاصة خدمة البحث.

ومعظم الصّحف العربية تجمع اليوم تجمع بين تقنية PDF وتقنية HTML مثل صحف: الاتحاد والبيان والخليج الصادرة في الإمارات، والأهرام المصرية، وأخبار الخليج التي تصدر في البحرين، وصحيفة القدس العربي، وذلك في محاولة للاستفادة من مزايا النّمطين، حيث يتيح ذلك تقديم نسخة مطابقة تماماً للنسخة الوقية من حيث: التبويب والإخراج والمضمون، كما يتيح في الوقت نفسه الاستفادة من الخدمات والإمكانيات الاتصالية التي تتيحها الانترنت².

ولا تزال الصحافة الإلكترونية العربية في حاجة إلى قطع أشواط أطول من أجل اللحاق بركب الصحافة الإلكترونية العالمية سواء من حيث المستوى الفنيّ أو الفكري.

¹ محمد يونس، مرجع سابق، ص 276.

² المرجع نفسه، ص 277.

ثانياً: تصنيفات وخدمات الصحافة الإلكترونية

يمثل تصميم المواقع الإلكترونية ثم تحرير المضامين على مواقع هذه الصحف الإلكترونية أكثر العمليات أهمية، وفاعلية في استقطاب جمهور المتصفحين، لكن قبل ذلك لابد لنا من تسليط الضوء على عنصرين أساسيين يساعدان على فهم طبيعة عالم الصحافة الإلكترونية وأهم مميزاته، وذلك من خلال التعرف على تصنيفات الصحافة الإلكترونية والأنواع المُتضمنة داخل هذه التصنيفات، علاوة على التعمق في أهم الخدمات التي يقدمها هذا النوع من الصحافة، حتى تتجلى الخطوط العريضة لها، مما يجعل العمليات التقنية والتحريرية أكثر سهولة للفهم والاستيعاب.

1- تصنيفات الصحافة الإلكترونية

هناك العديد من التصنيفات لأنواع الصحف الإلكترونية، تختلف في العامل أو الزاوية التي بُني عليها التقسيم، وسنستعرض فيما يلي أهم هذه التصنيفات:

1-1. التصنيف الأول

هو تصنيف اتفق عليه عدد مهم من الباحثين الأجانب في دراساتهم الأولى وروجوا له في مؤلفاتهم، وعلى رأسهم "Jean B. Singer" و "Benois Grevisse" و "Nicolas Kayser-Bril" وقد تواجد هذا التصنيف في العديد من المؤلفات الإنجليزية وتمت ترجمتها إلى عدة لغات، ومن أشهر هذه المؤلفات "Journalisme en ligne-Pratiques et recherche"، كما اعتمد على ذات التصنيف العديد من الباحثين العرب، أمثال رضا عبد الواحد أمين، عبير الرحباني، علي خليل شقرة، وهو التصنيف الأكثر شهرة وتواجداً في أغلب المؤلفات. وتقسم الصحافة الإلكترونية حسبها، إلى قسمين، هما:

1-1-1. الصحف الإلكترونية الكاملة (الخالصة)، وهي أيضاً على صورتين:

- صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع، وإنما توجد فقط على الشبكة، ولها نماذج كثيرة في الصحافة الغربية، ولها أيضاً أمثلة في الصحافة العربية، حيث لم تعد هناك حاجة لإمكانات كبيرة لإصدار صحيفة¹. ولها في الجزائر عدة الأمثلة، منها: الجزائر إنترفاس، كل شيء عن الجزائر، الجزائر 24، الجزائر 360.

¹ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 98.

- صحف إلكترونية لها إصدار مطبوع، ولكنها لا تشترك معه في محتواه، ولا ترتبط إلا في الاسم والانتماء إلى المؤسسة الصحفية، ولها أمثلة متعددة في الصحافة الأمريكية والأوروبية. ويأتي هذا الاختلاف في المحتوى تماشياً مع خصائص الجمهور والوسيلة الإلكترونيين، المختلفة عن خصائص الجمهور والوسيلة التقليديين.

1-1-2. نُسخ إلكترونية للصحف الورقية: وهي مواقع الصحف الورقية على شبكة

الانترنت، وهي بدورها تأخذ شكلين هما:

- صحف إلكترونية تقدّم المضمون الورقي كاملاً كما هو بعد تحويله إلى الشكل الإلكتروني.

- صحف إلكترونية تقدّم بعض المضمون الورقي¹.

2-1. التصنيف الثاني

قدّم هذا التصنيف كلّ من محمد عبد الحميد في كتابه "الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت" ومانار فتحي محمد في مؤلفها "تصميم مواقع الصحف الإلكترونية"، وقد استند فيه عبد الحميد إلى الباحث مارك دوز "M. Deuze" الذي قدّم أربعة أنواع لصحافة الشبكات - كما سمّاها - مُعتمداً في التقسيم على مستوى تفاعلية ومشاركة القارئ، وهي:

1-2-1. المواقع الإخبارية السّاندة²

يقصد دوز بما تلك المواقع شائعة الاستخدام كوسيلة إخبارية على شبكة الويب، تقدّم مختارات من المحتوى التحريري المرتبط بالوسيلة الأم، مثل: BBC، CNN، الجزيرة، أو منتجاً مخصصاً للنشر على الويب. وهو أكثر الأشكال سيطرة وتنظيماً للمشاركة الاتصالية من جانب المحررين والمسؤولين، فالقارئ في معظم الأحوال تكون مشاركته استجابة لأسئلة أو طلبات الموقع والمحررين. وتنتمي معظم صحف الشبكات إلى هذه الفئة، واهتمت بها غالبية البحوث والدراستات الأكاديمية.

¹ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 99.

² محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتاب، ط1، القاهرة (مصر)، 2007، ص 154.

1-2-2. مواقع الفهارس والتصنيف¹

هذه المواقع ترتبط غالباً بمحرّكات البحث، مثل قوقل، ألتافيستا، ياهوو، وكذلك ببعض من شركات بحوث التسويق والوكالات وبعض المشروعات الفردية. وهي مواقع تسمح للمحرّرين بالتعمّق أكثر بدعم من روابط هذه الأدوات والمحرّكات مع المواقع الإخبارية أينما كانت على شبكة الويب، والتي تكون في بعض الأحيان مجمّعة ومصنّفة في فئات بواسطة فريق محرّرين. ومثل هذه المواقع، وإن لم تُقدّم محتوى تحريرياً صحفياً خالصاً، إلا أنّها تفتح المجال للتّقاش وتبادل الأخبار من خلال أدوات ترتبط بهذه المواقع لهذا الغرض، مثل نظام لوحة النّشرات (Bulletin Board System BBS).

1-2-3. مواقع التعليق على الأخبار وآراء وسائل الإعلام²

وتتنمي هذه الفئة في بعض الأحيان إلى الصّحافة الرقابية Media Wachdog، ومن أمثلتها: freedomform، Media channel، Poynter، Medianews، وفي بعض الأحيان تعدّ امتداداً لفئة مواقع الفهارس والتصنيف. وفي هذا الشّكل يُقدّم المحتوى التحريري صحفياً مختلفون يناقشون محتوى آخر المنشورات على الانترنت.

1-2-4. مواقع المناقشة والمشاركة³

تُعرف هذه المواقع على أنّها مدوّنات جمعية تقدّم مساحات شخصية لعدد غير محدود من الأفراد على الانترنت لتقديم الأخبار، خبراتهم وتجارب معينة، وهو ما أصبح يُعرف فيما بعد بمواقع التواصل الاجتماعي، المدوّنات والمنتديات. ويمكن أن نلاحظ من خلال هذا التصنيف أنّ الصحافة الإلكترونية لا تتوقف كما هو شائع في الإعلام عند مواقع إعلامية تنشئ مواقع إلكترونية لها على الشبكة، بل تتعدّها إلى كل أنواع المواقع التي تقدّم أو تحمل أخباراً ومعلومات، وتفتح مشاركة محدودة أو غير محدودة لمستخدميها.

¹ محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 155.

² المرجع نفسه، ص 156.

³ المرجع نفسه، ص 157.

3-1. التصنيف الثالث

هو تصنيف اتفق حوله كل من زيد منير سليمان في مؤلفه "الصحافة الإلكترونية" وعلي عبد الفتاح كنعان في كتابه "الصحافة الإلكترونية العربية"، يقوم على أساس عدم اشتراط أن تكون مؤسسة إعلامية ومحررون محترفون هم من أنشأوا الموقع وهم من يديرونه، لأن المسار حسبهما نابع من طبيعة الإنترنت كشبكة معلوماتية إلكترونية، وما تتيحه هذه الشبكة من إمكانيات وأدوات غير مسبوقه في ممارسة العمل الصحفي، ويأتي التصنيف كما يلي:

1-3-1. الأذرع الإلكترونية لوسائل الإعلام (مواقع الصحف والقنوات الفضائية

والمجلات)¹

تعين على مختلف وسائل الإعلام المطبوعة والسمعية البصرية بحكم الاستخدام المتزايد للإنترنت، التواجد إلكترونياً بإنشاء مواقع خاصة بها، واستخدامها لامتناع صدمة المنافسة الناتجة عن انتشار الإنترنت على حساب الوسائل التقليدية. وتخضع تجارب هذه المؤسسات للكثير من النقاشات حول مستوى جودة الموقع من حيث التبويب والتصميم، دورة تحديث البيانات، والخدمات التفاعلية المقدمة...

2-3-1. الصحف الإلكترونية (بوابات صحفية بلا صحف ورقية)²

في عام 1999، ظهرت على شبكة الإنترنت موجة (الدوت كوم)، والتي يقصد بها شركات ظهرت وتأسست لكي تعمل على الإنترنت فقط دون أن يكون لها نشاط أو وجود مادي على أرض الواقع، وبرزت مئات الشركات من هذا النوع في مجالات عديدة، شملت السياحة والسفر والتجارة الإلكترونية والمجالات العلمية والصناعية وأيضاً المجال الإعلامي والصحفي، فتكوّنت شركات لم تكن موجودة أصلاً ويقتصر وجودها على شبكات الإنترنت فقط، وعُرفت باسم "بوابات الإنترنت الصحفية". حالياً تمثل هذه البوابات نموذجاً للصحافة الإلكترونية الصرفة التي تمارس عملها بالكامل على شبكة الإنترنت.

¹ زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 63.

² المرجع نفسه، ص 64.

1-3-3. الصحف الإلكترونية التلفزيونية (قنوات المعلومات)¹

تُعتبر قنوات المعلومات عبر التلفزيون أحد أوجه ظاهرة الصحافة الإلكترونية الحديثة التي لا نستطيع إغفالها أبداً، حتى وإن لم تحظ بذات الاهتمام كالأنواع الأخرى من صحافة الانترنت، وهي تقدّم نوعاً من الصحافة المقروءة على الشاشة، تستخدم فيه العديد من الفنون والمهارات الصحفية المعروفة، خاصة فنّ الخبر والتقرير، وإن اعتمدت على السرعة والتركيز في العرض. والحقيقة أنّ هذا النوع بالذات لقي رواجاً كبيراً جداً بين كلّ الأنواع لطبيعة محتواه التلفزيوني (الفيديو).

1-3-4. الأذرع الإلكترونية الصحفية للجهات غير الإعلامية (الأحزاب-

المنظمات - الدول)²

إنّ الطابع المفتوح لبيئة العمل الصحفي عبر الانترنت، فتح المجال أمام العديد من الجهات غير الصحفية والإعلامية، لكي تمارس بنفسها وبشكل مباشر النشاط الصحفي بشكل أو بآخر. لذلك يمكن لمستخدم الشبكة أن يجد مئات المواقع الشهيرة التابعة لأحزاب سياسية ومنظمات محلية ودولية، وحركات سياسية وعسكرية بل وحكومات ودول، جميعها يقدم خدمات صحفية متنوعة عبر المواقع، تشمل الخبر والرأي والتقارير المكتوبة والمصورة والتحليلات ولقطات فيديو وتسجيلات حيّة ومساحات النقاش والحوار وغيرها، ممّا يجعلنا أمام مظهر مستقلّ قائم بذاته من مظاهر الصحافة الإلكترونية، تمتزج فيه السياسة والعلوم والاقتصاد بالصحافة، وتتلاشى فيه الحدود بين مصدر المعلومة والجهة القائمة على بثّها ونقلها.

يُمكن أن نستنتج من هذا التصنيف أنّ أغلب المواقع الإلكترونية على شبكة الانترنت هي صحافة إلكترونية بما فيها حتى التي ينتمي محتواها إلى علوم وتخصّصات غير الإعلام. وقد يختلف باحثون آخرون مع هذا التصنيف، لتمييز المضامين الإعلامية في نظرهم حتى ولو تمّ استخدام تقنيات التحرير الصحفي في بعض هذه المواقع. ومنهم الباحث العربي الدكتور "صادق حمّامي" الذي يُقسّم محتويات شبكة الانترنت إلى ثلاثة أنواع: مضامين تابعة للمؤسسات: contenu institutionnel، أي مواقع تصدرها مؤسسات وجمعيات وإدارات...، ثانياً: مضامين شخصية Contenu personnel، أي مواقع يُصدرها أفراد كالمدونات ومنتديات

¹ زيد منير سليمان، مرجع سابق، ص 64.

² المرجع نفسه، ص 65.

الدردشة والصفحات الشخصية...، مضامين إعلامية إخبارية contenus éditoriaux et médiatiques، أي تلك التي تُصدرها مؤسسات إعلامية مهنية، وتخضع لقواعد مهنة الصحافة وأخلاقياتها¹.

1-4. التصنيف الرابع

اتفق على تقديمه كل من رضا عبد الواحد أمين في مؤلفه "الصحافة الإلكترونية" والباحثة صفية الخليفة بن مسعود في مؤلفها "واقع الصحافة الإلكترونية" وقد تمّ بناء هذا التصنيف على أساس لغة الانترنت المستخدمة في محتوى الموقع، وهي مُقسّمة إلى أربعة أنواع²:

1-4-1. الصحف التي تستخدم تقنية الغرافيك التبادلي (الصورة GIF)

والتي تُتيح نقل صورة شكلية من بعض مواد الصحيفة الورقية إلى موقعها على الانترنت، وهي تقنية لا تُمكنُ القارئ من الميزات التفاعلية.

1-4-2. الصحف التي تستخدم لغة النص الفائق (HTML)

تستفيد الصحف الإلكترونية في هذا الصنف من الإمكانيات التفاعلية والاتصالية المختلفة في الشبكة، مثل خدمة الاتصال بالحرّرين والبريد الإلكتروني وإدارة حلقات النقاش، بالإضافة إلى خدمات البحث والتصويت والخدمة التوثيقية وغيرها...

1-4-3. الصحف الإلكترونية التي تستخدم تقنية النص المحمول (PDF)

وهو نمط قريب من نمط الصورة، يتيح نقل النصوص والأشكال والصور والرسوم والصفحات كاملة من الصحيفة الورقية إلى موقعها عبر الشبكة بشكل مطابق تماماً للنسخة الورقية.

1-4-4. صحف إلكترونية تجمع بين نمط النص الفائق والنمط المحمول

تستفيد من مزايا النمطين فتقدّم الخدمات التفاعلية إضافة إلى النسخة الورقية كما اعتاد جمهورها قراءتها.

¹ إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة (مصر)، 2012، ص 103.

² محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق، ص 169.

5-1- التصنيف الخامس

من الناحية الاقتصادية، يوجد نوعان من الصحافة الإلكترونية وهما: الصحافة المجانية، والصحافة بين المجانية ومدفوعة الثمن، خاصة عند تصفُّح الأرشيف الإلكتروني مثلما هو الحال في صحيفة لوموند الفرنسية. ومن المنتظر بروز نوع اقتصادي ثالث وهو المدفوع بالكامل، حيث يعمل تنفيذيون إعلاميون على تأسيس نظام أوتوماتيكي يتيح للصحف والمجلات الحصول على رسوم مقابل تصفُّحها عبر الانترنت، ويتضمَّن ذلك نظام اشتراكٍ يتيح الاطلاع على العديد من المنشورات. وتسعى شركة "journalisme online" إلى توفير أدوات جاهزة لتحصيل رسوم عبر الانترنت، رغم أنَّ البعض يرى أنَّ نظام الدفع وتسديد المدفوعات على الانترنت مُعقِّدٌ وذو تكلفة كبيرة¹.

2- خدمات الصحافة الإلكترونية

إنَّ ظهور الشبكة العنكبوتية العالمية في تسعينيات القرن الماضي، أوجد واقعاً إعلامياً جديداً فرض نفسه مع مرور الوقت على الساحة الصحفية، حيث أتاح للقراء ظهور نوع جديد من الخدمة الصحفية عن طريق تقديم الأخبار الفورية والآنية، والمضامين الإعلامية التفسيرية والتوضيحية من خلال قوالب إلكترونية غير مُتعارف عليها في عالم الحافة الورقية.

ومنذُ ظهورها، تميَّزت الصحافة الإلكترونية بِكَمِّ الخدمات التي تُقدِّمها على شبكة الانترنت، فيأتي تفوقُ الصحافة الإلكترونية على الورقية بمقدار الخدمات التي تُتيحها -الصحافة الإلكترونية- للقراء، ومدى التفاعلية التي تُتيحها لجمهور الزوار.

وتُعدُّ مواقع الصحافة الإلكترونية من أكثر المواقع الإلكترونية جذباً للقراء، وهذا ما أكَّدته دراسة أعدتها مجموعة "رستون Reston" فقد توصلت إلى أنَّ مواقع الصحف العالمية ومواقع المعلومات هي الأكثر نمواً وحركةً بين مواقع الانترنت، وهي نتيجة لم تكن مُتوقَّعةً، خاصة وأنَّ هناك تقارير تحدَّثت عن كون المواقع الإلكترونية لن تكون بذات الأهمية والتأثير على الصحف المطبوعة، ووجدت الدراسة أنَّ 10 صحف أمريكية قد استأثرت بالنصيب الأكبر من الزوار².

¹ محمد معمري، الصحافة الإلكترونية العربية الأسس والتحديات، منشورات كارم الشريف، ط1، تونس، 2010، ص 36-37.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة (مصر)، 2011، ص 101.

من هنا وجب تسليط الضوء على الخدمات التي تقدّمها الصحافة الإلكترونية، والتي جاء تصنيفها على

النحو التالي:

1-2. خدمات التواصل/ الخدمات التفاعلية:

1-1-2. القوائم البريدية: وهي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحليّة والإقليمية والدولية،

السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية المختارة ممّا يُنشرُ يومياً في الأقسام المختلفة للصحيفة، يتم إرسالها للأعضاء المسجّلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الإلكتروني، لتُمكنهم في زحمة الأعمال والواجبات من متابعة ما يستجدّ من أعمال وتطوّرات، وتُيسّر لهم الحصول على ما قد يحتاجونه من معلومات¹.

2-1-2. المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار: وهي خدمة تُقدّمها الصحيفة للقراء

للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يهتمّون بها، وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

- حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير
- حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بعدد اليوم، وموزّعة وفق الأقسام الرئيسية للصحيفة، مثل الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا وغيرها...²

2-1-3. المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي: يُعدّ التصويت أو الاستطلاع من

أهمّ الأدوات للمواقع ولزائريها على السواء، فللزائر من حيث إتاحة المجال أمامه للتعبير عن الرأي، وللموقع من حيث إمكانية قياس رأي زائريه في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها، ونتيجة التصويت دائماً تظهر في مكان التصويت نفسه، وذلك بعد لحظة من المشاركة دونما الحاجة إلى إعادة تحيين الصفحة³.

2-1-4. التعليق على الأخبار: تُتيح هذه الخدمة للمستخدمين التعليق على ما نُشر

بالصحيفة، وإرسال رسائل إلكترونية إلى المُحرّر يُعلّق فيها على ما نُشر بالصحيفة أو يقدّم فيها اقتراحاً أو تصحيحاً لما نُشر. وتباين مُسمّيات هذه الخدمة في مواقع الصحف المختلفة مثل feedback أو send us feedback، كما تتفرّع منها خدمات أخرى في بعض المواقع مثل خدمة التصحيح corrections.

¹ عبد الرازق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2011، ص 224.

² رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 104.

³ عبد الرازق الدليمي، مرجع سابق، ص 224.

وبهذه الخدمة تتميز الصحف الإلكترونية عن الصحف الورقية التي لا تسمح طبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة التعليق الفوري أو المباشر، وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية، خاصة الصحف، حيث يتميز رجع الصدى فيها بأنه غير مباشر ومُتأخّر.

2-1-5. الحوار مع الشخصيات المختلفة: ويمكن أن يكون الحوار مرثياً أو مكتوباً عبر

موقع الصحيفة الإلكترونية، يتفاعل فيه الزوار بتوجيه الأسئلة ومناقشة الموضوعات المختلفة¹.

2-2. خدمات البث والنشر

2-2-1. البث التلفزيوني: تلجأ بعض المواقع الإخبارية لهذه الخدمة لإتاحة الفرصة أمام

الجمهور لمتابعة البث الحيّ على شبكة الانترنت دون الحاجة للتلفزيون.

2-2-2. راديو الانترنت: وهو مصطلح يشير إلى استخدام الانترنت لتقديم الخدمات

الإذاعية. ومن ميزات مذياع الشبكة (الانترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أيّ مستمع يستخدم الشبكة في أيّ مكان في العالم. وأيضاً فإنّ العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الانترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تملك محطات إذاعية تقليدية.

2-2-3. إعادة نشر الصحيفة كملف Pdf أو فلاش: وتسعى معظم المواقع الإلكترونية

التابعة لصفح ورقية لتوفير نسخة مطابقة من الصحيفة الورقية على صفحتها الرئيسية عبارة عن ملف Pdf يمكن تحميله وتصفّحه على الانترنت أو جهاز الكمبيوتر، ومنها أيضاً من تُوفّر فلاش لعرض الصحيفة وتصفّحها على الموقع نفسه.²

2-2-4. خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية: وهي خدمة تقدّمها الصحيفة الإلكترونية

للصحيفة الورقية تُتيح من خلالها للمستخدم الاشتراك في الصحيفة الورقية، من خلال تقديم المعلومات الخاصة بالاشتراك بطريقة سهلة، وتسديد الرسوم باستخدام بطاقات الائتمان.³

2-2-5. تقنية النشر المتزامن البسيط RSS: تختصر هذه الحروف كلمات Really

Simple Syndication، وتعدّ خدمة RSS وسيلة سهلة (تُمكنُ القارئ من الحصول على ما يستجدّ من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المُفضّلة على شبكة الانترنت بدلاً من أن يفتح صفحات المواقع

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 39.

² المرجع نفسه، ص 40.

³ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 103.

ذاتها للبحث فيها عن موضوعات جديدة). وقد تحتوي الوثيقة على التغذية Feed في صورة، إمّا مُلخّص للموضوع أو الموضوع كاملاً، وقد يحصل المُستخدم على الفقرة الأولى من الموضوع (لا المُلخّص) لدفع المُستخدم للعودة إلى الموقع مرّة أخرى لقراءة باقي المقال. وتلجأ المواقع الصحفية إلى ذلك لتحافظ على أعداد المُستخدمين وما يستتبعه من جذب للمُعلنين، ولكن قد يُحبط هذا التصرف القارئ الذي يودّ الحصول على الموضوع بشكل بسيط وسريع. فالميزة الأساسية لـ RSS إمكانية متابعة العديد من المواقع في مكان واحد¹.

2-2-6. خدمة البودكاست: هي سلسلة من ملفات الوسائط المتعدّدة (صوت/ فيديو)

يمكنك من خلالها الحصول تلقائياً على أحدث حلقة من البرامج التي اخترتها، حيث يمكنك تحميل الملفات (فيديو/ صوت) على جهازك المحمول أو على الحاسب الشخصي، ثمّ مشاهدتها أو سماعها على الأجهزة المحمولة أو الحاسب الشخصي.

2-2-7. النسخة الخفيفة: وهي وسيلة لتسهيل الوصول للموقع الإخباري والمعلومة الصحفية

في حال كان الانترنت بطيء أو ضعيف، ويوجد في النسخ الخفيفة كافة المعلومات الإخبارية والصحفية مع قلة في الصور والفيديوهات التي تزيد في حجم الصفحة².

3-2. خدمات البحث وتحميل الملفات

2-3-1. خدمة البحث: تُتيح الصحيفة الإلكترونية لمستخدميها خدمة البحث داخلها، أو

داخل شبكة الويب، وبعض الصحف تتيح البحث لفترة زمنية محددة (سنة أشهر مثلاً) أو أقل أو أكثر، وتقدّم بعض الصحف رؤوس الموضوعات، ثمّ تطالب بالحصول على رسوم مالية محدّدة للولوج إلى تفاصيل الموضوع، وبعض الصحف (كصحيفة الأهرام) تشترط الدخول إلى مزوّد الخدمة الخاص بالمؤسسة لإتاحة خدمة البحث، وتتفاوت قوّة وكفاءة خدمة البحث من صحيفة إلكترونية إلى أخرى³.

2-3-2. خدمة البحث في الأرشيف: وتُنصّب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية

في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تنصّب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية،

¹ محمد فضلي، الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، دون دار نشر، القاهرة (مصر)، 2011، ص 213.

² علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 41.

³ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 101.

وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدّمها الصّحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها¹.

2-3-3. مشاركة الآخرين بالخبر: ويمكن من خلال برمجية الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصّحفي لمن تريد على إيميله أو المراسلة المباشرة، وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين².

4-2. خدمات المساعدة والتوجيه:

2-4-1. خريطة الموقع Site map: وتعني هذه الخدمة تقديم محتويات الموقع بطريقة مُبسّطة وسهلة للمستخدم، خاصة إذا كان الموقع مزدحماً بالتفاصيل والخدمات، مثل مواقع الصحف الإلكترونية الكبيرة³.

2-4-2. المساعدة Help: وهذه الخدمة تحمل أسماء متعدّدة منها: المساعدة أو help أو مركز المساعدة. وتحاول من خلالها المواقع الإلكترونية توجيه المستخدم ومساعدته في حلّ بعض المشكلات التي يمكن أن تواجهه خلال التّصفح، ويمكن أن تكون عبارة عن أسئلة شائعة يطرحها المستخدمون ويوفّر لها الموقع الإجابات النموذجية.

2-4-3. معلومات عن الصحيفة والموقع الإخباري "من نحن": وتكون فيها معلومات مشابهة لتلك التي توجد في بداية الصحيفة، وهي معلومات عن المؤسسة نفسها، من تكون وما أهدافها وما سياستها في نقل الأخبار، ومعلومات أخرى...

2-4-4. الإرشادات إلى الأخبار الحديثة والموضوعات الهامة: وتقدّم للمستخدم عناوين أهم الأخبار من وجهة نظر الصحيفة التي يمكن أن يطالعها على الفور، ودون الدّخول في تفاصيل الموقع⁴.

¹ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 102.

² علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 42.

³ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سابق، ص 104.

⁴ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 43.

5-2. خدمات أخرى:

2-5-1. التَّسَوُّق: إذ توفّر مركزية للتسوّق المباشر والدخول في مزادات حية عبر الانترنت، ويمكن توفير أسعار العملات وخدمات الأسهم أيضاً¹.

2-5-2. توفير تقارير أصلية: وهذه التقارير تكون من إعداد فرقة خاصة بالمؤسسة، ولا يمكن الحصول عليها من أماكن أخرى، وتوفّرها المؤسسة على صفحتها الرئيسية.

2-5-3. QR BarCode: وهو نظام تشفير للحروف والأرقام وظهورها في صورة نقطية. تُسهّل هذه التقنية عملية إعادة فتح الرابط مباشرة عبر الهاتف المحمول من شاشة الحاسوب بواسطة برامج فكّ التشفير التي يزوّد بها الهاتف².

ثالثاً: تصميم وتحرير الصحافة الإلكترونية

1- تصميم الصحافة الإلكترونية

يُعرّف التصميم بشكل عام على أنه "طريقة ترتيب الأشياء"، وعليه يُعرّف التصميم في الصحافة الإلكترونية بأنه "طريقة تنظيم وترتيب العناصر البنائية على الصفحة"³. ويُجمّع الخبراء على أنّ هناك علاقة وثيقة بين تصميم وإخراج الصّحف الإلكترونية والصّحف المطبوعة، حيثُ يُمكن الاستعانة بالمبادئ العامة في تصميم المطبوعات عند تصميم الصّحف الإلكترونية، ويرى آخرون أنّ 80% من قواعد تصميم المطبوعات يُمكن استخدامها في تصميم المواقع الصحفية الإلكترونية، وخاصة فيما يتعلّق باستخدام الألوان والفراغات والهوامش والتّباين⁴. وكتعريف شامل، يُمكن القول أنّ: التصميم هو الطريقة التي تُقدّم بها الصحيفة الإلكترونية إلى المُستخدم عبر ثلاث عمليات أساسية هي الأدوات التكنولوجية، العناصر البنائية والتصميم؛ لإرضاء القارئ وإشباع حاجياته واهتماماته.

ويمكن تقسيم تصميم الصّحف الإلكترونية إلى ثلاثة مستويات:

¹ محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، دون دار نشر، ط2، 2009، ص 115.

² علي عبد الفتّاح كنعان، مرجع سابق، ص 43.

³ حلمي محمود محمد أحمد محسب، إخراج الصّحف الإلكترونية على شبكة الانترنت، دار العلوم، ط1، مصر، 2007، ص 263.

⁴ إبراهيم بعزیز، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ط1، مصر، 2012، ص 119 - 120.

- **تصميم المعلومات؛** ويعني اتخاذ قرارات تتعلق بكيفية تقديم المعلومات حتى يستطيع الجمهور استخدامها أو فهمها بصورة أكثر سهولة ويسراً¹.

- **تصميم التجوال؛** وينتج عن عمليتين أساسيتين هما: تنظيم المضمون، والتصميم المرئي الجرافيكي، وكلما تمّت هاتان العمليتان بشكل أكثر إتقاناً وإبداعاً، تمّت الاستجابة لمتطلبات مختلف أطراف المستخدمين².

- **تصميم الواجهة؛** ويرتبط باختيار عناصر الواجهة الصحيحة للوظيفة التي يحاول المستخدم تحقيقها، وترتيب تلك العناصر على الصفحة بطريقة يمكن فهمها واستيعابها بشكل سهل وصحيح³.
ويخضع تصميم الصحف الإلكترونية إلى العديد من المبادئ والقواعد، كما يحتكم إلى مجموعة من المدارس، وهذا ما سنتطرق إليه في العناصر الآتية:

1-1. مدارس تصميم الصحف الإلكترونية

تعددت مدارس تصميم الصحف الإلكترونية، فبعضها ركّز على النصّ بصفته الوحدة الأكثر أهمية والتي يصل الهدف من خلالها، وبعض هذه المدارس ركّز على التصميم المجازي والموضوعي، وبعضها على التصميم المعتمد على المستخدم، والبعض الآخر ركّز على مدرسة التصميم غير التقليدي. وقد تحدّث منار محمد⁴ عن مدارس تصميم صفحات الصحف الإلكترونية بشيء من التفصيل والاسترسال كالآتي:

1-1-1. المدرسة الأولى (النصّ): تفترض هذه المدرسة أنّ أهمّ عناصر تصميم الصفحة هو النصّ، ويُفضّل المصمّمون في هذا الأسلوب على أسلوب العرض، وعادةً م يستخدمون القليل من العناصر الجرافيكية، كما أنّهم لا يُركّزون كثيراً على اختيار اللون أو نوع الحدود والفواصل، وكان التصميم في هذه المدرسة ذا مظهر كئيب إلى حد ما، وذلك بسبب حدود لغة HTML والدعم الفقير للغة CSS.

¹ منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، ط1، مصر، 2011، ص 143.

² المرجع نفسه، ص 162.

³ حلمي محمود محمد أحمد محاسب، مرجع سابق، ص 267.

⁴ أنظر: منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 181-184.

عيوب التصميم وفق هذه المدرسة:

- يعتمد على تقنيات ما زالت غير مدعمة جيداً بالمتصفحات.
- يميل إلى وجود روابط داخل النصوص غير بنائية، منتشرة داخل المضمون أكثر من شرائط التجوال.
- من الصعب تصميم النص جيداً، حيث يجد الكثير من المصممين - خاصة من لديهم خلفيات تبيوغرافية محددة- أنه من الصعب تصميم صفحة ويب كاملة دون الاعتماد على أية مؤثرات جرافيكية.

2-1-1. المدرسة الثانية (التصميم المجازي والموضوعي): تتمثل فلسفة هذه المدرسة في جعل

صفحات الويب تبدو متشابهة لما تبدو عليه في الواقع، فمثلاً يمكن بناء واجهة موقع عن السيارات على شكل عجلة قيادة، وتميل هذه التصميمات إلى أن تكون مرئية بشكل كبير، ويمتاز هذا النوع بميزتين:

- يكون الموقع المصمم حسب هذه المدرسة مرئي بشكل كبير، ومرتبط بالواقع، فعادة يكون سهل التذكر.

- إن الاعتماد على عناصر مستوحاة من الواقع تجعل الموقع يبدو مألوفاً وسهل الاستخدام.

عيوب التصميم وفق هذه المدرسة:

- قد لا يفهم المستخدم التصميم، حتى إذا فهمه قد لا يكون التصميم مفيداً بعد فترة، فالمتمرسون يجدون الواجهات المجازية محدودة كما يجد المستخدمون المنتظمون أن الموقع أصبح مملاً بعد فترة.
- هذا التصميم يميل أن يكون مرئياً بشكل كبير، ولذلك تكون هذه المواقع عادة أبطأ في التحميل من المواقع الأخرى.

3-1-1. المدرسة الثالثة (مدرسة التصميم المعتمد على المستخدم): ترى هذه المدرسة أنّ

تصميم الويب مثل تطبيقات البرامج التقليدية، وتستخدم تلك المواقع عدداً كبيراً من الأزرار النصية المنظمة عبر أعلى ويسار الشاشة لتبدو تماماً مثل التطبيقات، ومن مزايا هذه المدرسة أن المستخدم يعلم كيف يستخدم البرامج كما يعلم من المتوقع من القوائم والأزرار وغيرها، فهذه المدرسة ثابتة مع ما يعلمه المستخدم، لذا يعد هذا التصميم آمناً للتطبيق ونادراً ما يضايق المستخدم، ويناسب هذا التصميم درجات تخصص المستخدم المختلفة، ويوجد إحساس بالثبات في هذا التصميم، الأمر الذي يعد هو أبرز عيوب تلك المدرسة، حيث لا

يترك مساحة للمصمم كما يجد من إمكانيات التصميم في اختيار الألوان أو الأزوار، حتى اختيار نوع الخط في عناصر التجوال يكون محدوداً، لذا لا يفيد هذا التصميم المصممين كثيراً.

1-1-4. المدرسة الرابعة (التصميم غير التقليدي): تفضل هذه المدرسة الإبداع وعدم التوقع، والعشوائية في التصميم، وعادة ما تعتبر الواجهة فرصة غنية للمصمم ليعبر عن مشاعره، وتعد هذه التصميمات أكثر قوة، وكذلك أكثرها خطورة في الاستخدام، حيث يقاوم التصميم غير التقليدي الثبات في **الاستخدام** ♥، فيتساءل أنصار هذه المدرسة: لماذا تعتمد على ما يعرف الجمهور بالفعل؟ ويرون أنه من الأفضل إعطاؤهم شيئاً جديداً، وبالطبع تدفع هذه المدرسة المستخدم إلى تعلم واجهات جديدة، وقد يكون المستخدم شغوفاً بالتصميم الجديد، ولكن بمجرد انتهاء هذا الشغف يكون ما يعد جديداً أو غير مألوف ليس ذا أهمية، وتبتعد المواقع يسيرة الاستخدام أو المرتبطة بإنجاز المهام عن هذه المدرسة، في حين تستخدمها المواقع التي هدفها الأساسي هو التفاعل مع المستخدم في مستوى عاطفي وفي.

1-2. مبادئ تصميم الصحف الإلكترونية

عند الحديث عن تصميم الصحف الإلكترونية ومبادئه، فيُقصدُ بذلك عن الأساسيات الواجب احترامها عند تصميم وإخراج مختلف أجزاء الصحيفة الإلكترونية، سواء ما تعلق بالصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية، وقد اختلف العلماء في حصرها، لكن الأهم من بينها¹:

1-2-1. التوازن، وهو الإحساس بتوازن وتساوي عناصر التصميم، ويقصد به عدم إقبال جزء من الصفحة أو أكثر بالعناصر البنائية في الوقت الذي يخلو فيه جزء أو أكثر من هذه العناصر أو يكاد، ويأخذ عادة التوازن أحد ثلاثة أشكال هي:

- **التوازن المتماثل:** ويسمى أيضاً التوازن التماثلي والتوازن الشكلي، وينتج هذا النوع من خلال تقسيم الصفحة إلى أجزاء متساوية (أنصاف، أرباع، أثمان)، ويأخذ هذا النوع ثلاثة أشكال هي: التماثل الرأسي، الأفقي، والتماثل الرأسي الأفقي.

♥ إلى أي مدى يمكن أن يستخدم مستخدمون محدودون منتجاً معيناً لتنفيذ مهام محددة بفاعلية وكفاءة ورضا في سياق محدد.

1 حلمي محمود أحمد محسب، إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت، دار العلوم للنشر والتوزيع، ط2، مصر، 2008، ص 289-

- التوازن اللاتماثلي: وينتج عن طريق تقسيم الصفحة إلى أجزاء غير متساوية، وذلك من خلال وضع صورة كبيرة متجاوزة مع مجموعة من الصور الصغيرة، ويفيد التوازن اللاتماثلي المصمم في ترتيب عناصر الصفحة، ويمكن من خلال هذا المبدأ أن يخلق المصمم الإحساس بالحركة والتوتر والفرح والإثارة والغضب.

- التوازن الإشعاعي: يقصد به وجود نقطة مركزية عوضاً عن محاور الارتكاز الموجودة في التوازن التماثلي واللاتماثلي، وهذه النقطة المركزية هي بمثابة نواة الإشعاع التي تأخذها العناصر البنائية نقطة انطلاق تدور حولها من زاوية، ومن زاوية أخرى تعد هذه النقطة بمثابة نقطة جذب يجذب بصر القارئ أو المشاهد إليها، ثم ينطلق منها إلى بقية العناصر البنائية.

1-2-2. الوحدة، وتعني العلاقة التكاملية بين العناصر المرئية في الصفحة الواحدة، حيث تعطي الوحدة الإحساس بالانسجام، من خلال تنظيمها بين تلك العناصر، فالصور والنصوص المتجاوزة تساعد في تفسير الرسالة وفهمها، وتقسم الوحدة إلى نوعين¹:

- **وحدة الموضوع:** ويقصد بها أنّ الموضوع يظهر كأنه متفرد عن بقية الموضوعات، وذلك من خلال تميزه بسمة معينة قد تكون نوع الخط أو الشكل الذي يحتويه، كأن يكون شكلاً مربعاً، أو مستطيلاً، أو لون نصوصه، أو أن تكون أرضياته مختلفة عن بقية الموضوعات الموجودة على الصفحة.

- **وحدة الصفحة:** ويقصد بها وحدة الصفحة ككل، وذلك من خلال إيجاد وحدة تربط وحدات الموضوعات الفرعية بعضها ببعض، بحيث أنّ وحدة الموضوع لا تنفي وحدة الصفحة، ولكنها تؤكد لها، فيمكن أن تكون هناك وحدة عامة تربط بين وحدات الموضوعات مثل: حجم الخط أو نوعه، وفي نفس الوقت يمكن أن تكون هناك وحدة الموضوع من خلال تمييزه بلون معين.

1-2-3. الحركة، يقصد بها الطريقة التي تتحرك بها عين المشاهد حول وخلال عناصر التصميم المرئي، ويتطلب تحريك عين المشاهد خلال صفحة الويب -بصفة عامة- مراعاة مجموعة من الاعتبارات منها، ضرورة وضوح أدوات الإبحار المتمثلة في الروابط، وضرورة ترتيب العناصر البنائية على الصفحة، وضرورة ترتيب العناصر المتشابهة بطريقة متدرجة، وترتيب الأحجام من الأكبر إلى الأصغر².

¹ ماجد ترابان، الانترنت والصحافة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية، ط2، مصر، 2008، ص 208-209.

² حلمي محمود أحمد محسب، مرجع سابق، ص 295.

1-2-4. التباين، يعرف بأنه التبادلية بين عناصر التصميم المختلفة، مثل التبادل بين الإضاءة والإظلام، والنعومة والخشونة، والدفء والبرودة، والكبر والصغر، كما يعرف بأنه تجنب تواجد العناصر المتشابهة في الحجم واللون والمساحة متجاورة لبعضها البعض، ويساعد التباين في تنسيق المعلومات في الصفحة، فالتباين بين العناوين والمقدمات والعناوين الفرعية والنصوص يساعد عين القارئ في انسيابية الرؤية موضحا المسالك التي يمكن أن تتوجه إليه العين عبر النص¹.

1-2-5. **المُحاذاة**، تشير إلى الطريقة التي تصطف بها عناصر التصميم خلال الصفحة، وتنقسم إلى نوعين هما²:

- **المحاذاة الأفقية:** تشمل محاذاة النصوص ناحية اليمين أو اليسار أو الوسط أو الضبط، ولكل نوع من هذه الأنواع الأربعة مزاياه وعيوبه.

- **المحاذاة الرأسية:** على غرار ضبط النصوص والأشكال المرئية بالاتجاه الأفقي تلجأ الصحف أيضاً إلى الاتجاه الرأسي في تقديم بعض أشكالها المرئية.

1-2-6. **التناسب**، إذا كانت النسبة هي العلاقة بين شيئين أو عنصرين، فإن التناسب هو علاقة بين ثلاثة عناصر أو أكثر، كما يشير التناسب إلى تناسب الأحجام من زاوية، ووزن العناصر المتنوعة في التصميم من زاوية أخرى، ويأخذ التناسب في الصفحة عادة عدة أشكال، منها³:

- **التناسب في حجم حروف النصوص:** قصد به تناسب حروف المتن مع المقدمة مع العناوين الفرعية، وقد وضع علماء التصميم قاعدة لتناسب النصوص وهي زيادة حجم العناوين عن المقدمات بمقدار نقطتين، وزيادة المقدمات بمقدار نقطتين عن حجم المتن، لتحقيق انسيابية الرؤية.

- **التناسب في حجم الأعمدة:** يقصد بتناسب حجم الأعمدة ألا يكون هناك عموداً كبيراً للغاية وآخر متناه في الصغر، لأن هذا الإجراء يخل بالهيئة العامة للصفحة، وعليه ينبغي أن يكون حجم الأعمدة متناسباً مع بعضه البعض من زاوية، ومتناسباً مع المواد التي تحتوي عليه من زاوية أخرى.

¹ حلمي محمود أحمد محاسب، مرجع سابق، ص 297.

² المرجع نفسه، ص 301.

³ المرجع نفسه، ص 303.

- **التناسب في مساحة الصور:** يجب أن تتناسب أحجام الصور مع بعضها البعض من زاوية، ويجب أن تتناسب أحجام تلك الصور مع الموضوع الذي تعرض له، فلا يصح أن تكون هناك صورة كبيرة الحجم مع موضوع صغير جداً، والعكس صحيح أيضاً.

1-2-7. **الإيقاع،** وهو تكرار عناصر التصميم، مثل: الخطوط، والأشكال، والألوان والفراغات لكي تعطي التصميم الحيوية، ويستخدم المصمم هذا النوع عندما يريد أن ينتقل القارئ من عنصر إلى آخر على الصفحة، ويرتبط الإيقاع بمحاذاة الصور الأفقية والرأسية، فالإيقاع يتحقق عادة في الصور المتسلسلة المساحة والشكل واللون¹.

وقد وضعت الدكتورة منار محمد أربع اعتبارات أعدتها قواعد، إذا اتبعها المصمم يكون تصميمه على أكمل وجه²:

- **عدم تطبيق التكنولوجيا مجرد المعرفة بها:** تقدم تقنيات الويب عدة خيارات وأدوات لبناء المواقع، ولا يعد توفر التكنولوجيا والقدرة على تطبيقها مبرراً لاستخدامها.

- **عدم الاعتقاد بأن هناك مسلمات في التصميم:** فما يصلح لموقع ما قد لا يصلح لموقع آخر، وما لا يصلح لموقع ما قد يفيد في موقع آخر غيره.

- **المستخدم هو الحكم النهائي لقرارات التصميم:** فقد يكون هناك جدال بين المصمم ورئيسه حول مدى جدوى بعض ملامح أو عناصر التصميم، معتقداً كل طرف أنه هو المحق، ليس أي من المصمم أو رئيسه أو صاحب الموقع هو صاحب القرار في تنفيذ أمر ما بالموقع أو لا، وإنما القرار النهائي من جانب المستخدم الذي قد يعجبه أو يصعب عليه فهم جانب ما من الموقع، فالمستخدم هو المستفيد الذي يسعى الموقع إلى إرضائه.

- **من المستحيل إرضاء جميع المستخدمين:** بغض النظر عما إذا كان عددهم قليلاً أو كبيراً، فلكل فرد رأيه الخاص، ولكن على المصمم إرضاء الغالبية العظمى من المستخدمين والوقوف عند حد معين لتطوير الجوانب الوظيفية والجمالية للموقع.

¹ ماجد ترابان، مرجع سابق، ص 201.

² منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 137.

3-1. تصميم صفحة البداية Home Page

يرتبط مصطلح صفحة البداية أو الاستقبال مع كثير من المصطلحات الأخرى مثل " واجهة التفاعل مع المستخدم "و" واجهة التفاعل المنطقية مع المستخدم.."، لذلك يمكن التساؤل: ما المقصود بصفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم؟

صفحة الاستقبال أو واجهة التفاعل مع المستخدم والتي تسمى أيضاً واجهة تفاعل الكمبيوتر مع المستخدم "تمثل الحدود بين المستخدم (القارئ) ونظام الكمبيوتر، حيث يتفاعل المستخدم سواء كان شخصاً أو مجموعة أشخاص مع الكمبيوتر بشقيه الآلة والصحيفة، ويتم هذا التفاعل من خلال قناة اتصال¹.

وتنقسم واجهة التفاعل أو الاستقبال إلى شقين، شق منطقي وشق آخر محسوس، يتعلق الشق المنطقي بالمنطق الذي تتفاعل به الصحيفة مع المستخدم، ويتعلق الشق المحسوس بكل ما يُرى أو يُسمع أثناء التفاعل مع الصحيفة من خلال الكمبيوتر، ويؤثر التصميم البصري لصفحة الاستقبال على انطباع القارئ نحو الصحيفة، ومدى فهمه له ورغبته في استخدامها، ويشمل التصميم البصري جميع العناصر المرئية في واجهة التفاعل مثل تنظيم الشاشة، وعرض المعلومات وتقديم المساعدات المرئية.

ولا يخفى على أحد أنّ صفحة البداية هي بمثابة واجهة للموقع، لذلك يجب الاهتمام بتصميم هذه الصفحة بشكل متميز يجذب انتباه المُستخدمين، من خلال استخدام عناصر وأشكال الوسائط المتعدّدة، ووسائل أخرى لدعم التفاعلية في استخدام الوثيقة، مع مراعاة التصميم وبساطته، وبناءً على ذلك لابدّ من توافر مجموعة من المكونات تتسم بالثبات تقريباً وبضرورة وجودها في الصفحة الرئيسية، وهي²:

1-3-1. كتلة المحتوى: لا بد أن تحتوي كل صفحة على كتلة حاوية للمحتوى والتي هي جسم

الصفحة، وبدون هذه الحاوية لن يكون هناك مكان لوضع عناصر الصفحة، ويمكن أن يكون اتساع الحاوية مرناً أي يمكن أن يتسع ليناسب اتساع نافذة المتصفح أو ثابتاً أي يظل اتساع المضمون بنفس الاتساع بغض النظر عن حجم النافذة.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 130.

² منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 179-181.

1-3-2. الشعار: حيث تقع اللافتة أعلى الصفحة، وتشمل شعار الموقع أقصى اليسار أو اليمين في حين يوضع صندوق البحث باليمين أو باليسار أو تحت الشعار مباشرة، وأصبحت اللافتات صغيرة الحجم لتزيد من المساحات المخصصة لعرض المضمون، ويعد الشعار وسيلة مهمة لتمكين المستخدم من معرفة أنه يطالع صفحات من نفس الموقع.

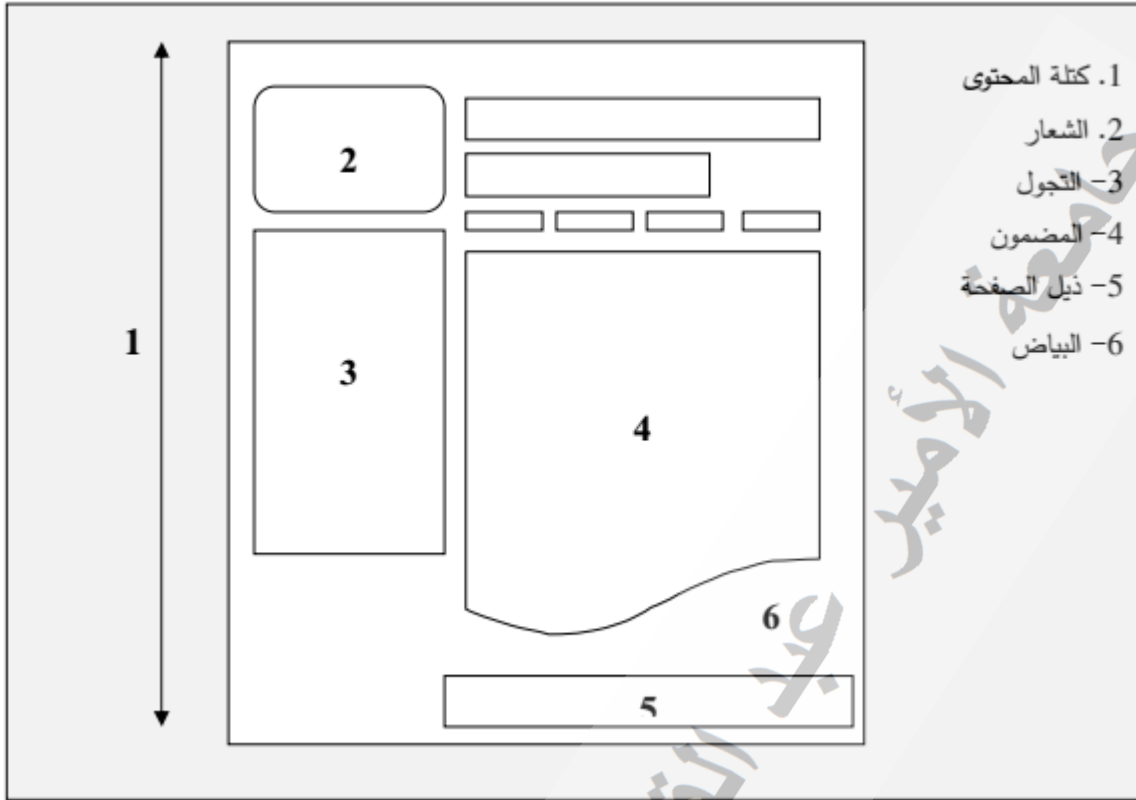
1-3-3. التجول: من الضروري أن يكون نظام التجول بالموقع سهلاً لإيجاده واستخدامه، فيتوقع المستخدم أن يجد التجول يمين وأعلى الصفحة، وسواء اختار المصمم أن يضع القوائم رأسياً بجانب الصفحة أو أفقياً بطول الصفحة، فعليه أن يضع نظام التجول أعلى التصميم على قدر المستطاع.

1-3-4. المضمون: يعد هذا العنصر الرئيسي بالموقع، ويسميه بعض المصممين بالملك، فقد يدخل المستخدم الموقع ويتركه في غضون ثوان، فإذا لم يجد غايته فمن المؤكد أنه سيغلق نافذة المتصفح أو ينتقل إلى موقع آخر، لذلك من الضروري وضع المضمون الرئيسي بالمركز البصري للتصميم لكيلا يُضَيِّع المستخدم وقتاً في البحث عن المعلومات المطلوبة بمسح الصفحة كلها.

1-3-5. ذيل الصفحة: ويوجد أسفل الصفحة ويحتوي على الحقوق الفكرية للموقع، ووسائل الاتصال به، وبعض الروابط القليلة للأقسام المهمة بالموقع، ويجب على ذيل الصفحة مساعدة المستخدم في تمييز نهاية المضمون (الصفحة) عن نهاية نافذة المتصفح.

1-3-6. البياض: يشير البياض في التصميم الجرافيكي إلى أي مساحة غير مغطاة بحروف أو مواد مصورة، بالرغم من أن المصممين المبتدئين والعملاء يرغبون في ملء كل بوصة من التصميم بالحروف أو الصور أو الجداول، إلا أن توفير قدر من البياض على الصفحة يعد أمراً مهماً يماثل أهمية توفير المضمون. فدون التخطيط الجيد لاستخدام البياض تبدو الصفحة مزدحمة وكأن المستخدم أسيرها فيجعل البياض الصفحة تتنفس بإرشاد عين المستخدم عبر الصفحة، كما يساعد في تحقيق التوازن والوحدة بالتصميم.

كلّ المكونات المذكورة سابقاً يمكن إجمالها وتوضيحها في الشكل الموالي:



الشكل رقم (1): مكونات واجهات الصحف الإلكترونية¹

وتنقسم أساليب تصميم وإخراج واجهة الصحف الإلكترونية (صفحة البداية) إلى عدّة نماذج، لعلّ أهمها²:

- نموذج **T.L.B**: هو اختصار (Top, Left, Bottom) أو (Top, Left, Bckup):

ويعتبر هذا التصميم من أشهر أساليب التصميم المستخدمة الآن، ففيه يُستخدم عادة أعلى الصفحة لمعلومات عن العلامة التجارية والتجول الأساسي، أما الجانب الأيسر من الصفحة فيحتوي عادة على عناصر التجول الثانوية. وإذا كان الموقع صغيراً سيحتوي الجانب الأيسر على التجول الأساسي، بينما يقتصر أعلى الصفحة على معلومات العلامة التجارية. ومن منظور يسر الاستخدام، يعد العيب الرئيسي لهذا التصميم هو شغل جزء من يسار الشاشة، كان من الممكن تخصيصه للنص، وأحياناً يضطر المستخدم القفز عبر التجول للوصول إلى النص، كما أنه يركز على التجول أكثر من النص، وقد لا يوفر فرصة للتصميم مثلما توفر التصميمات الأخرى. وتصف بعض الأدبيات هذا النموذج بحرف **L** أو حرف **L** المقلوب، والذي يستخدم

¹ منار فتحي محمد، مرجع سابق، ص 180.

² المرجع نفسه، ص 184-187.

كثيراً في المواقع خاصة الإخبارية، والتي تحتاج كمية كبيرة من عناصر التجول ليستطيع المستخدم رؤية المتاح له على الموقع.

- **نموذج أعلى وأسفل الصفحة:** يوفر هذا التصميم تحولاً أعلى وأسفل الصفحة مع استخدام عرض الصفحة للنص، ويناسب هذا التصميم المواقع المعتمدة على النصوص، حيث لا تقلص مساحة النصوص لصالح التجول، وتخصص عادة أعلى الصفحة للعلامة التجارية والتجول الجرافيكي وعناوين الصفحة، بينما تستخدم أسفل الشاشة في إعادة الروابط النصية لتوفر روابط تكميلية، خاصة إذا اختفت عناصر التجول بأعلى الصفحة عند تحريكها. والبعض يرى أن هذا التصميم يستخدم في المواقع التي لديها الكثير من المضمون لكن مدى محدود، فإذا لم يكن للموقع نقاط تركيز محددة أو يقدم خدمات واسعة النطاق، يفضل وضع المضمون وسط الشاشة مع وضع عناصر التجول الإضافية (الثانوية) على الجانبين مكونة شكل حرف T، وتستخدم عادة عناصر التجول بيسار الصفحة للتجول داخل الموقع، وإذا كانت الصفحة تحتاج التحريك تتكرر عادة عناصر التجول مشكلة حرف I.

- **نموذج عمود التجول الأيمن:** قد تضع التجول الرئيسي بالجانب الأيمن، وإذا كان من الصعب أن نجد مواقع تستخدم هذا الأسلوب، إلا أنه من الشائع استخدامه للتجول الثانوي، للإعلانات، أو المضامين الفرعية، وحيث تسمح عين المستخدم بالثقافة الغربية من اليسار إلى اليمين، يصبح المضمون الرئيسي أول عنصر يراه المستخدم. وبالرغم من ذلك فإن الدراسات لم تقدم تفسيراً لميل المصممين إلى وضع المضمون الرئيس باليمين، أي إتباع صيغة عمود التجول الأيسر. وإذا أراد المصمم أن يتبع إخراجاً جديداً متميزاً عن باقي المواقع - لكن في نفس الوقت متنسقاً مع القواعد وميول المستخدمين - فعليه استخدام صيغة عمود التجول الأيمن.

- **نموذج إخراج يعتمد على ثلاثة أعمدة:** يرى المصممون أن أفضل طريقة لوضع أكبر كمية من المضمون، والتجول بأقصى مستويات يسر القراءة هو تقسيم الصفحة إلى ثلاثة أعمدة: يخصص العمود الأيسر منها للتجول، والعمود الأوسط للمضمون في حين يخصص العمود الأيمن للملاحق، وتظهر أهمية البياض في هذا التصميم لمنع ازدحام الصفحة، وتستخدم عادة المواقع هذا النوع بالصفحة الرئيسية فقط مع توفير قدر مناسب من البياض يسهل حركة العين.

2- التحرير وبناء المحتوى الإخباري في الصحافة الإلكترونية

إذا كان التحرير الصحفي يُعرّف بأنه العملية التي تبدأ فور عملية الكتابة الصحفية، وتتمّ بشكل يدوي باستخدام الورقة والقلم؛ فإنّ التحرير الإلكتروني يُعرّف بأنه التحرير الذي يتمّ على إحدى شاشات الكمبيوتر، حيث يجلس المحرّر أمامه ليقوم بتصويب وتعديل المادة الصحفية المعروضة عليها، والمخزّنة على الملفات داخل الكمبيوتر.

أمّا المفهوم الأكثر تركيباً للتحرير الإلكتروني، فإنّ المسألة فيه تتجاوز الجانب المتعلّق بالمحرّر الصحفي كفرد يكتب موضوعاً صحفياً بالاستعانة بأدوات التكنولوجيا إلى إدارة العملية التحريرية داخل الصحيفة ككلّ، وفي هذه الحالة تعتمد عملية التحرير الإلكتروني على نظام الشبكة المحليّة التي تربط كافة عناصر العملية الإنتاجية داخل الصحيفة. كما أنّ التحرير الإلكتروني يحتاج إلى وضع معايير سيكولوجية وفنية وتقنية خاصة يجب أن يفهمها ويستخدمها الكاتب في إعداد نصوص يكون لها أعظم تأثير في الوسيلة الحديثة، ويتطلّب من الكاتب أن يكون ماهراً في التعامل مع البيئة الاتصالية التي تتنوع عناصرها ومفرداتها بشكل كبير؛ وماهراً أيضاً في ربط هذه العناصر والجمع بينها لتكوين شكل جديد لمادة تستفيد من خصائص الإعلام الرقمي¹.

وعليه فإنّ التحرير الإلكتروني أو الكتابة الرقمية يختلفان عن الكتابة الورقية من حيث التأثير على القارئ، وتغير طرق استقبال النصوص، وطريقة التدوين، وثبات أو حركية النصوص والخطوط، وتشعبها، وتشجيرها، أو تفاعلها مع نصوص أخرى موازية أو مجانسة لها².

أمّا فيما يتعلّق بعملية بناء المحتوى الإخباري للصحافة الإلكترونية، فقد تطوّر هذا المحتوى عبر ثلاث مراحل هي³:

المرحلة الأولى: كانت صحيفة الانترنت تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم، وهذا النوع من الصحافة مازال سائداً.

¹ فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (مصر)، 2018، ص 74-75.

² عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء، ط1، عمان (الأردن)، 2013، ص 120-121.

³ Pavlik. John. V., **The Future of online journalism: a guide to who's doing what**, Columbia journalism review, July/August 1997, p61.

المرحلة الثانية: يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص لتلائم مع مميزات النشر في الشبكة، وذلك بتغذية النصّ بالروابط والإشارة المرجعية وما إلى ذلك، وهذا يمثّل درجة متقدّمة عن النوع الأول.

المرحلة الثالثة: يقوم الصحفيون بإنتاج محتوى لصحيفة إلكترونية يستوعبون فيه مميزات النشر الشبكي ويطبعون فيه الأشكال للتعبير عن الخبر. وتشهد هذه المرحلة التي نعيشها حالياً تطوراً مهماً يتعلّق بإيجاد الوسائل التي تُسهّل أكثر عملية بثّ وتوزيع الأخبار، وتحسين طرق توزيع الصحف وتحصيل الاشتراكات.

مما سبق يتّضح لنا التأثير الكبير الذي خلّفته الصحافة الإلكترونية على ثلاثة عناصر أساسية في العملية الاتصالية، أوّلها الصحفي؛ إذ أدّت إلى ظهور ما يسمّى بالصحفي الإلكتروني، الذي يجمع في تكوينه بين الكتابة والتحرير الصحفي التقليدي، وبين المتطلبات التي باتت تفرضها التكنولوجيات الحديثة. كما أثّرت على المضامين المُنتجة؛ فباتت المعلومات تندقّق بسرعة هائلة لا يُمكن في بعض الأحيان إدراكها، كما بات من السهل بثّ الأخبار والأحداث لحظة وقوعها بكافة الأشكال وخاصة الصوت والصورة، إضافة إلى إمكانية التعديل الفوري على ما يتمّ نشره، وإضافة روابط لها علاقة بالموضوع لإثرائه وتوسيع نطاقه. أما العنصر الثالث الذي طالته التأثير فهو المتلقّي؛ إذ صار بإمكانه بثّ الخبر وليس تلقّيه فقط، إضافة إلى إمكانية التفاعل معه والتعليق عليه وإرساله إلى أصدقائه على الشبكة، ليتحوّل بذلك من مجرّد متلقّي سلمي إلى صانع للحدث لا تقلّ أهميته عن الصحفي.

1-2. مراحل إعداد المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية

يمرّ إعداد المادة الصحفية الإلكترونية بعدّة مراحل، مُبيّنة على النحو الآتي¹:

1-1-2. التخطيط: تتضمن هذه المرحلة تحديد المحاور الأساسية للمادة، واختيار العناصر الأساسية التي تتضمنها، وتعتمد الصّحف الإلكترونية في هذه المرحلة على فريق متكامل يتكوّن من الكاتب والمحرّر، وفريق فنيّ يضمّ متخصص في الوسائط المتعدّدة، حيث يُنأط بالكاتب وضع المحاور الأساسية للمادة أو الموضوع أو القصّة، أمّا فنيّ الوسائط المتعدّدة فيُسنّد إليه تحديد شكل استخدام الوسائط المتعدّدة في عرض الموضوع بالتعاون مع المُصمّم.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 67-69.

وفيما يتعلّق بالمحرّر الصحفي في الصحّيفة الإلكترونية، فيتولى بناء قالب الكتابة الإلكترونية، وما يتضمّنه من استخدام الوصلات لربط محاور الموضوع ببعضها من ناحية، وربطها بالمواقع الخارجية أو مصادر المعلومات المختلفة من ناحية أخرى إذا تطلّب الأمر.

- الاعتبارات الواجب الانتباه إليها في هذه المرحلة:

- هل يجب ربط خلفية القصة بمواقع أو مصادر معلومات خارجية؟
- هل يجب تقديم خلفية القصة أو ما يرتبط بها في صورة جدول يوضّح التطوّر الزمني للأحداث، أو استخدام شكل آخر من العناصر الجرافيكية بدلاً عن المادة النصّية؟
- هل يجب الاستعانة بمواد ووسائط إعلامية متعدّدة؟
- هل تتضمّن القصة أسئلة للنقاش أو غيرها من ملامح التفاعلية التي يشترك فيها المُستخدم؟
- ما طبيعة العناصر الإيضاحية التي يمكن إضافتها للقصة، مثل: الخرائط أو الصور أو الرّسوم؟
- من يبدأ عمله في مرحلة التخطيط أولاً، المحرّر الصحفي الإلكتروني أم المصنّم أم المتخصص في الوسائط المتعدّدة؟

2-1-2. جمع المعلومات: يتعيّن على المحرّر الصحفي الإلكتروني في هذه المرحلة أن يراعي ثلاثة مستويات

أساسية في تقديم المادة الصحّفية في الصحّيفة الإلكترونية، وهي:

- **المستوى السطحي**؛ وفيه يتمّ الاهتمام بالإيجاز، والاختيار والتكثيف.
- **المستوى المُتعمّق**؛ وفيه يتمّ الاهتمام بالتفاصيل، والخلفيات ووجهات النظر المختلفة.
- **مستوى التحديث**؛ وفيه يتمّ جمع المعلومات الحالية لمتابعة الحدث أولاً بأول.

3-1-2. تنظيم المعلومات: تظهر أهمية تنظيم المعلومات في الصحافة الإلكترونية في ضوء استخدام

الوسائط المتعدّدة، خاصة أنّ المُستخدم يُمكنه الرجوع إلى المواد الأرشيفية ذات العلاقة بموضوع التغطية، وتعدّ هذه المرحلة هي مرحلة بناء هيكل الموضوع الصحفي، ويتعيّن على المحرّر الصحفي الإلكتروني أن يراعي فيها ثلاثة عوامل رئيسية، هي:

- تحديد العناصر الأساسية داخل القصة، التي تأتي على درجة أهمية كبيرة للقراء.
- بناء القصة بشكل ينقل ويبرز العناصر بأكثر فعالية ممكنة.
- عرض القصة بأسلوب يستفيد من إمكانيات الوسيلة بأقصى شكل ممكن.

2-2. قواعد الكتابة والتحرير للصحيفة الإلكترونية

يُمكن الوقوف على تصوّرين يحكمان الكتابة والتحرير للصحافة الإلكترونية¹:

1-2-2. التصوّر الأول: الدّمج بين الكتابة والتحرير والتصميم

معهد بوينتر هو من قدّم هذا التصوّر الجديد للتحرير الصحفي، الذي يشير إلى الدّمج بين الكتابة والتحرير والتصميم باعتبارها ضرورة لإنتاج المواد الإعلامية سواء المطبوعة أو الإلكترونية على شبكة الانترنت، وينطلق هذا التصوّر من أنّه كلّما زادت درجة التّكامل والاندماج بين هذه العناصر أو الوظائف الثلاثة السابقة، كلّما ساعد ذلك في الحصول على إصدارات فورية مُبتكرة ومتميّزة.

وتعتمد الكتابة الصحفية للصحيفة الإلكترونية على التعاون بين فريق متكامل يضمّ على الأقل: المحرّر، وفنيّ الوسائط المتعدّدة والمصمّم، حيث أصبحت عملية الكتابة في بيئة الهايبرتكست أشبه بجهد جماعي قائم على التّعاون والمشاركة، وتعتمد على تجميع أكثر من عمل وابتكار فردي في هيكل واحد أكثر شمولاً وتكاملاً.

2-2-2. التصوّر الثاني: مفهوم الكتابة الإجرائية

يقتضي هذا المفهوم من المحرّر الصحفي الإلكتروني مهارة التعامل مع بيئة الاتصال التي تتنوع عناصرها ومفرداتها بشكل كبير، ومهارة ربط هذه العناصر والجمع بينها لتكوين قصّة أو شكل جديد للكتابة يستفيد من خصائص الإعلام الرقمي.

ويشتمل تحرير المادة الصحفية في الصحيفة الإلكترونية على أكثر من بُعد، يمكن حصرها في: هيكل بناء المعلومات قالب المادة التحريرية، طريقة العرض، استخدام وسائط متعدّدة والفنون الصحفية.

وعموماً، تُعدّ الكتابة للصحافة الإلكترونية مزيحاً من الكتابة للصحافة المطبوعة والكتابة للإذاعة والتلفزيون، حيث أنّ أسلوب الكتابة البسيطة الموجزة الذي يُفضّله الإذاعيون يُسهّل بدوره قراءة واستيعاب الصحافة الإلكترونية، ومن الأهمية بمكان استخدام القواعد الأساسيّة للكتابة الجيدة، ومراعاة القواعد اللغوية والتهجئة، إلى جانب أنّ تقدّم الجملة الافتتاحية ما يُشجّع القارئ على متابعة القراءة².

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 69-70.

² المرجع نفسه، ص 74.

كما تقتضي الصحافة الإلكترونية توفر مهارات إعلامية جديدة تتفق وخصائص الصحيفة الإلكترونية التي تعتمد بالدرجة الأولى على الاختصار والدقة والسرعة، وهي بذلك تلتقي مع الكتابة لوكالات الأنباء، ويتطلب العمل في الصحف الإلكترونية تأهيل عالي مقارنة بالصحافة المكتوبة، وذلك من حيث إتقان فن التعامل مع تكنولوجيا الاتصال. وفي هذا الصدد يبرز "فولكس وبولتروك" ثلاث فوائد رئيسية للتحليل الإلكتروني¹:

- سهولة التعاون بين الكتّاب والمحررين، حتى وإن كانوا لا يعملون في الموقع الإلكتروني نفسه.
- السماح بتخزين الوثائق إلكترونياً، وسهولة استرجاعها.
- تمكين المحررين من استخدامات الكمبيوتر المتعددة.

من جهة أخرى تتميز الصحيفة الإلكترونية بإمكانية استخدام الوسائط المتعددة، حيث يُمكن للمحرر الصحفي التعبير عن مضمون الموضوع بأكثر من طريقة، مما يتطلب منه أن يُلِمَّ بمهارات العمل الإلكتروني، إلى جانب الإلمام بالقوالب التحريرية الجديدة التي يستخدمها المحرر الصحفي في الصحيفة الإلكترونية والتي تختلف عن الصحافة المطبوعة².

وإجمالاً، ينطلق التحليل الإلكتروني من عدّة مبادئ وقواعد تعكس فوائده وميزاته، وهي³:

- **الاختصار والوضوح:** تتأكد أهمية هذا المبدأ إذا ما تيقن المحرر تمام اليقين من عدم توفر القارئ الإلكتروني على وقت كافٍ للاستيعاب وبذل جهد لفهم صياغات تقليدية تتسم بالطول والتعقيد.
- **الاتساق:** أي وجوب توفر تناسق بين المعلومات المطروقة.
- **الدقة:** فقد أشارت إحدى الدراسات المسحية إلى أنّ 40% ممن يستخدمون الانترنت يستخدمونها لإعطائهم أكثر من خلفية للأخبار، ويعتمدون على دقة معلوماتها.
- **الكفاية والتناسب:** ويُقصد بها كفاية وتناسب المعلومات مع مبادئ الممارسة الإعلامية التحريرية.

¹ عباس ناجي حسن، مرجع سابق، ص 122.

² علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 75.

³ عباس ناجي حسن، مرجع سابق، ص 123-124.

- **التشبيد أو الربط:** إذ تسمح للمؤلف أن يصوغ عناصر جديدة انطلاقاً من تلك الموجودة، مستخدماً قدرة الحاسوب على تشبيد أي وحدة نصية كعنصر جديد في مفردات وإشارات تتوسّع عبر تشبيك مقاطع أو فصول نصية عديدة بفضل النصّ الفائق.

2-3. أدوات التحرير الصحفي للصحف الإلكترونية

هناك عدّة أدوات يستخدمها المحرّر الإلكتروني تميّز التحرير الإلكتروني عن الورقي، بالنظر إلى الإمكانيات التي تتيحها شبكة الانترنت للمحرّرين، وفيما يلي أهمّ هذه الأدوات:

- 2-3-1. **الروابط أو الإحالات:** إنّ التواصل المعلوماتي في الصحيفة الإلكترونية لا يُكلّف سوى الضغط بالفأرة على الروابط ذات الصلة للتعرف على المصادر أو المزيد من الموضوعات التي تُشكّل إضافة معلوماتية على مادة المقال المنشورة، وتأخذ هذه الروابط أكثر من صورة، فقد تكون:
 - **روابط ذات صلة "خارج الموضوع":** تكون هذه الروابط على شكل "اقرأ أيضاً"، ومن مميزات هذه الطريقة أنّها تترك القارئ مُسترسلاً في قراءته للموضوع، وبعد أن يفرغ من القراءة يمكنه أن يستزيد من المعلومات، ويتعرّف على موضوعات قد تكون مصدراً للمعلومات المذكورة أو امتداداً لها.
 - **روابط ذات صلة "داخل السياق":** قد يكون شرحاً لفكرة أو مفهوم ورد في ذات الموضوع، ومن العيوب التي تؤخذ على هذه الطريقة أنّها تقوم بتشتيت القارئ عن الاسترسال، ليجد نفسه في كلّ فقرة مُحالاً إلى موضوع آخر.
 - **روابط بمواقع ذات صلة:** تُستعمل عادة للإحالة إلى المواقع التي تُعدّ مصدراً لهذا الموضوع، وتهدف إلى الاستزادة في المعلومات والتعمّق لمن يرغب في ذلك¹.

- 2-3-2. **استخدام الصوت والصورة:** تتيح عملية النشر الإلكتروني إمكانية الجمع بين النصّ المقروء والمسموع والمرئي، وتأخذ عملية الدمج هذه عدداً من الأشكال، منها:
 - **طريقة الروابط الجانبية أو التّحتية:** تميّز هذه الطريقة بأنّها تترك للقارئ حرية التعامل مع الصوت والصورة في الوقت المناسب، ويعيب هذه الطريقة أنّ النصّ في غالب الأحيان يكون كافياً لتحقيق الهدف من الموضوع.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 78.

- طريقة الصوت المتلاحم مع النص: يتم فيها التقر على الصوت في سياق النص المقروء، وتعتبر الطريقة الأنسب في تغطية الندوات والمؤتمرات.

- طريقة الصوت في خلفيّة النص: يتم فيها وضع الصوت مع النصّ بمجرد فتح الصّفحة، ويُفضّل في هذه الطريقة أن يكون هناك مؤشر على الصّفحة أسفل الصوت، ما يتيح للقارئ إغلاق الصوت إذا رغب في ذلك. وذلك حتى لا يتمّ اختراق خصوصية الزائرين وفرض مادة لا يريدونها، على عكس الوسائل التقليدية¹.

2-3-3. الإحالة إلى ساحات الحوار: تُشكّل إمكانية ربط قارئ الصفحة بساحة الحوار قيمة خاصة تفتقدها وسائل الاتصال الأخرى بما فيها القنوات الفضائية، فقد لا يكون كل ما يُنشر محلّ تسليم وقبول من القارئ؛ بالتالي تسمح له هذه الخاصية بالإعراب عن ردّ فعله إزاء الموضوع بسرعة. وفي هذه الحالة يقوم الناشر الإلكتروني بتفعيل الموضوع وربطه بساحات الحوار ذات الصلة الموجودة في موقعه².

2-3-4. الأرشفة واستدعاء المعلومات: أصبح بالإمكان عبر الإعلام الإلكتروني أرشفة كلّ المواضيع واستدعاؤها عبر محرّكات البحث داخل الموقع نفسه أو حتى خارجه، متى ما أراد المُستخدم ذلك، وتتمّ الأرشفة عن طريق عدّة أشكال من بينها:

- أرشفة المادّة من خلال الملقّات الخاصة
- أرشفة أبواب وصفحات الموقع حسب التخصصات المختلفة
- إتاحة البحث في أرشيف الموقع
- إتاحة البحث وفقاً لتاريخ العرض، وذلك في المواقع الإلكترونية للصحف الورقية³.

2-3-5. قياس سريع لرجع الصّدى: يُسهّل الإعلام الإلكتروني أمام مُستخدميه تقديم رأيه وانتقاد ما يتمّ تقديمه من مواد، وذلك بعدّة أشكال:

- سجلّات الزائرين: هي أيقونة يمكن لأيّ زائر أن يدخل ويعبّر عن رأيه من خلالها بصورة عامة في الموقع إشادةً أو انتقاداً، ليظهر هذا الرأي مباشرة على صفحة الموقع.

¹ عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية: فنون التحرير الصحفي على الانترنت، دار البشير للثقافة والعلوم، ط1، مصر، 2008، ص 95.

² المرجع نفسه، ص 97.

³ المرجع نفسه، ص 98.

- الويب ماستر (web master): هو بريد رئيسي يمكن لأي زائر كتابة رسائله وإرسالها من خلاله، ويختلف عن سجلّ الزوّار في كون رسائله لا تظهر مباشرة على الموقع بل تصل مباشرة إلى إدارة الموقع بشكل خفي، ويستطيع متابعتها فريق الإدارة والتّجاوب الفوري أو البعدي معها.

- استطلاعات الرأي: تنقل ردّ فعل أكبر عدد ممكن من زوّار الموقع ومستخدميه حول موضوع أو قضية بعينها¹.

2-3-6. إعادة إنتاج المادّة: يُنتج المُحرّرون مواضيع ومواد إعلامية يتم بثّها ونشرها بصورة لحظية على الموقع، كما باستطاعتهم التحديث المستمرّ للموضوع ذاته، كما بإمكانهم جمع المواد المتناسقة حول الموضوع الواحد في ملف يبرز كأهمّ مادة إعلامية على الموقع يومها، وهو ما يُدعى بإمكانية إعادة إنتاج المادة، عكس ما يحدث في وسائل الإعلام الأخرى كالصحف الورقية أين لا يمكن التعديل أو الإضافة على ما سبق نشره. وتفتح هذه الأداة الباب أمام المحرّرين لتقديم المادة الإعلامية في عدّة أشكال منها: المملّقات الكاملة، المملّقات المرفقة بالصور والفيديو والصوت...

2-3-7. إمكانية التعديل والتّصحيح: يتمّ اللجوء إليهما في أيّ وقت يرغب فيه المحرّرون وإدارة الموقع، وذلك إمّا لتطوير الحدث ومتابعة مستجدّاته أو لحصول خطأ في التحرير لتداركه.

2-3-8. تنوع أشكال العرض: إنّ طبيعة الانترنت تتيح أشكالاً وبدائلَ متعدّدة لعرض المادة الإعلامية: كالصور، الصوت، الكتابة والفيديو، الرسوم المتحركة والكاريكاتير، كما أنّها تتميز بإمكانية تزامن استعمالها في ذات المادة الإعلامية. إضافة إلى طرق عرض كثيرة: كنظام الشاشة، الفلاش والجالوري².

¹ علي عبد الفتاح كنعان، مرجع سابق، ص 80-81.

² علي المرجع نفسه، ص 82-85.

رابعاً: قوانين وتشريعات الصحافة الإلكترونية

إن الانفجار المعلوماتي عبر شبكة الإنترنت العالمية world wide web يمثل إفراساً طبيعياً للثورة الهائلة في وسائل الاتصال، لذا فإن مسألة التشريعات والقوانين الحاكمة لعمل الصحف الإلكترونية تنسحب دون شك على تشريعات النشر الورقي والصحافة المطبوعة في الدول النامية وأيضاً المتقدمة التي سبقتنا في تطور تلك الوسيلة بكل إيجابياتها وسلبياتها، خاصة أن الصحافة الإلكترونية تتميز بأنماط وخصائص عديدة تفتقر إليها وسائل الاتصال الأخرى سواء المطبوعة أم المسموعة أم المرئية، حيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر أو بين شخص ومجموعة أشخاص كما تتيح الصحافة الإلكترونية عرض أنماط عديدة من البيانات التي تحوي النصوص والصور والصوت ولقطات الفيديو والاتصال التفاعلي، وهو ما تنفرد به تلك الوسيلة عن غيرها من وسائل الإعلام، الأمر الذي حداً بالبعض لمقارنة أهمية الإنترنت باختراع المطبعة في منتصف القرن الرابع عشر¹.

ولا شك في أن الإعلام الجديد منذ نشأته في العقد الأخير من القرن العشرين قد مثل عدداً من التحديات التي فرضها فرضاً على وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تعمل في بيئة مستقرة من النواحي المهنية والأخلاقية والقانونية، وساعدها على ذلك عمق التجربة ورسوخها عبر عقود عديدة، وهو ما لم يتوافر للإعلام الجديد الذي يتسم بالحدثة، وعانى، ولا يزال، الكثير من المتاعب في الوصول إلى أطر أو ضوابط مهنية وأخلاقية وقانونية².

وانطلاقاً من وجهة نظر المنظمات المدنية الداعية إلى حقوق الإنسان وحرية التعبير فإن الحق في حرية التعبير والمعلومات والخصوصية والمنصوص عليه في القانون الدولي يجب أن يتم تطبيقه على الاتصال المباشر Communication online والأشكال الأخرى للاتصال الفردي وبينما لا تستهدف المعاهدات الدولية التعبير الإلكتروني بوجه خاص فإن تأكيدها الحق في البحث عن المعلومات والأفكار واستقبالها ونقلها عبر أية وسيلة إعلامية بغض النظر عن الحدود الجغرافية قابل للتطبيق على التعبير عبر الإنترنت، وبالتالي على الصحافة الإلكترونية.

¹ خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة العربية (ناشرون)، مصر، 2016، ص 395-394.

² شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، رؤى استراتيجية، الجزائر، يوليو 2014، ص 96.

1- بدايات تقنين الإعلام الإلكتروني في العالم الغربي

في الوقت الذي بدأت فيه الكثير من دول العالم في وضع تشريع يحكم مضمون الانترنت ويضبط حركة استخدامها، لم تكن المشكلة في الهدف من التشريع، ولكن لأي من الظواهر نُشرّع؟ بعبارة أخرى، لم تتفق وجهات نظر الحكومات بشأن توصيف ظاهرة الانترنت، هل سيتمّ التعامل معها مثل وسائل البريد باعتبارها وسيلة بريد إلكتروني؟ أم تخضع لنفس التشريعات المنظمة لوسائل الاتصال اللاسلكي بحكم استخدامها كوسيلة اتصال؟¹ إضافة إلى العديد من التساؤلات الأخرى التي كان لزاماً على الدول والحكومات الإجابة عنها أولاً حتى تتمكن من التقنين لهذه الوسيلة الجديدة.

وقد ناقش (Peng Hwa Ang) الأستاذ بالجامعة التكنولوجية بسنغافورة في دراسة مهمة بعنوان "أساليب الدول للتعامل مع الانترنت" درس فيها المناهج التي تتبعها بعض الدول للاقتراب من هذه الظاهرة متعدّدة الأبعاد، وقد أشارت أهم نتائج دراسته إلى: اختلاف استجابات الدول للتحديات التي خلقتها الانترنت، وإن كان الباعث الأساسي ثقافي بالدرجة الأولى، فكلّ دولة تسعى لحماية هويتها، وأكّدت النتائج أنّ تحديات الانترنت لا تهدد الدول الضعيفة فقط، ولكن القوى العظمى كذلك، كما توصلت إلى أنّ معظم الدول تعاملت مع الانترنت باعتبارها وسائل إعلام إلكترونية (إذاعية وتلفزيونية) أكثر من كونها أي شيء آخر، ومن ثمّ فإنّ التشريعات التي تحكم عمل الإذاعة والتلفزيون هي الأقرب للتطبيق مع الانترنت.²

ومن أهم التشريعات التي اتخذتها الدول للرقابة على الانترنت، نذكر ما يلي³:

- في الولايات المتحدة الأمريكية، صاحبة أكبر تجربة في حرية الإعلام المسموع والمرئي، صدر قانون يُعاقب بالسجن أيّ مرسل أو متلقي للمواد الجنسية عبر الانترنت، وفي خلال الأعوام الثلاثة الماضية أجرى مكتب التحقيقات الفدرالية 200 تحقيقاً أثمر على 66 حُكماً والقبض على 88 مجرماً.

- في فرنسا، ظهرت محاولة شديدة التزمّت من قِبَل الدولة، تُعطي البوليس الحقّ في مراقبة مضمون الانترنت، وفي عام 1996، أنشأت لجنة لهذا الغرض أوصت بضرورة التعاون الدولي لمراقبة المضمون وتعظيم التواجد الفرنسي ودعم اللغة والثقافة الفرنسية وطالبت اللجنة بوضع ميثاق شرف دولي لاستخدام الانترنت.

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 233.

² شروق سامي فوزي، تكنولوجيا الإعلام الحديث، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015، ص 52.

³ وائل رفعت خليل، إشكاليات الإعلام ومعطيات الواقع، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015، ص 191-192.

- أصدرت سنغافورة تشريعاً لمراقبة بعض فئات مضمون الانترنت، خاصة ما يتعلّق بالدين أو العنصرية أو السياسة، ويُعطي الحكومة الحقّ في منع المواقع التي تهدّد الأمن القومي، وتضمّ هذه المواقع مائة موقع أطلقت عليها اسم القائمة السوداء، وقد تحقّق لها ذلك من خلال نظام "بروكسي - Proxy".

- تتعامل الصين بكلّ حزم مع أي مواد سياسية أو دينية أو ثقافية، ويتدرّج عقاب مُنتهكي التشريع الصيني من الإنذار إلى الغرامة التي تبلغ 150 ألف ين (ما يُعادل أجر عامل صيني لمدة عام كامل).

- في كوريا الجنوبية يحقّ لوزير الإعلام أن يُصدِرَ أوامره بحذف أو مصادرة أي مضمون يُشبهه في إساءته للجمهور أو تعارضه مع السياسة العامة للدولة، خاصة ما يتعلّق بالدعاية المضادة أو المواد التي تُبدي تعاطفاً مع كوريا الشمالية. وفي ضوء هذا القانون تمّ مصادرة 220 ألف رسالة قدّمتها إحدى الجهات العاملة في تقديم المعلومات خلال الأشهر الثمانية الأولى من عام 1996.

- أصدرت ألمانيا حديثاً قانون الوسائط المتعدّدة الذي يحظر الدعاية المضادّة، كما يحظر الاستخدام الجنسي للإنترنت ويرفض أي مادة تتعلّق بالهولوكوست.

من خلال السرد السابق لبعض القوانين التي سنّتها مجموعة من الدول لتقنين الانترنت، نلاحظ أنّها ركّزت على الجانب الأخلاقي بهدف ردع الانتهاكات والتجاوزات على القيم والمبادئ، وذلك نظير تبلور الوعي السياسي والاجتماعي تجاه خطورة هذا النوع من الانتهاكات، وانعكاساتها على المجتمع على مختلف الأصعدة.

2- تقنين الإعلام الإلكتروني في العالم العربي

أمّا إذا أردنا إسقاط الجانب المتعلّق بتقنين الانترنت على الدول العربية، فقد ظهرت الإرهاصات الأولى لتأثير تطوّر تكنولوجيا الإعلام على حقوق الإنسان منذ 1967 و1968¹ لكن التأثير الأساسي الذي كانت له انعكاسات على الدول العربية هو ما حصل في بداية الألفية الثالثة، مع هجمات 11 سبتمبر/أيلول 2001² وما أعقب ذلك من إدراك لخطورة استغلال تكنولوجيا الإعلام في الإرهاب عبر ربط وتسهيل الاتصال بين الإرهابيين، وتبادل المعلومات فيما بينهم، وتنظيم الاجتماعات... هذه اللحظة كانت حاسمة في التنظيم القانوني لوسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني، وتقنين الإنترنت على الصعيد العربي؛ إذ تأثرت خلالها الدول العربية بالموجة الدولية الساعية لمراقبة وتقنين وسائل الاتصال الإلكتروني، ووضع اتفاقية دولية لتنظيم مجال

¹ Bertrand, A. *Droit à la vie privée et droits à l'image*, Litec, Paris, 1999, p14-22.

² عبد الكريم عبد الله، جرائم المعلوماتية والانترنت "الجرائم الإلكترونية"، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، بيروت (لبنان)، 2009، ص 304-

الجرائم الإلكترونية، وهي اتفاقية بودابست بتاريخ 23 نوفمبر/تشرين الثاني 2001 أي: مباشرة بعد أحداث 11 سبتمبر/أيلول. وتُشكّل كل هذه الاتفاقيات، والتوجيهات الإرشادية الصادرة عن مجلس أوروبا¹، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التجارة العالمية²، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التعاون والتنمية³، النواة الأساسية لظهور قانون دولي للإنترنت⁴.

يتطلب تتبع مسار تقنين الصحافة الإلكترونية في المجال العربي الرجوع إلى البيئة السياسية العربية والعالمية المواكبة له، والتي تم في رحمها التقنين، مع العلم بأن قراءة هذه البيئة تُفسّر بما فيه الكفاية، لماذا هذا التنظيم هو على هذا النحو؟ ولا يتعلق الأمر هنا بمرحلة ما بعد الثورات؛ التي هزّت العديد من الكيانات العربية، بل بما حصل قبل "الربيع العربي"، على الأقل منذ العشرية الأخيرة من القرن الماضي وبداية الألفية الثالثة.

وقد عرفت مسيرة التقنين الإعلامي في المنطقة العربية ثلاث محطات أساسية، نذكرها باختصار على النحو الآتي:

المحطة الأولى: ترتبط بالتحوّلات ذات النفحة الليبرالية، عندما بدأت بعض رياح التغيير الديمقراطي تتسلّل نحو المنطقة بعد حرب الخليج الثانية أو قبلها بقليل، فقد ظهرت آنذاك قوانين لتنظيم الإعلام بقصد مواكبة التحوّل على المستوى الدولي. ونشير هنا إلى القانون التونسي 1989 والقانون الجزائري لعام 1990 والموريتاني لسنة 1991⁵ والقانون المصري لعام 1996⁶. هذه الموجة من التشريعات اهتمت بالإعلام المكتوب وغضت الطرف عن الإعلام الإلكتروني لأنه لم ينتشر بعد، حتى وإن وُجدت بعض إرهاباته، فهو ليس إلا إعلاماً مكتوباً تحوّلت نُسخه الورقية إلى نُسخ إلكترونية.

المحطة الثانية: وهي محطة التقنين الخجول للإعلام الإلكتروني في صلب قانون الإعلام التقليدي، مع وضع ضوابط لهذا الإعلام بالإحالة على قوانين الجرائم الإلكترونية. وقد تمّ ذلك في سياق تداعيات أحداث 11

1 التوجيه الإرشادي رقم EC/46/95 الصادر عن البرلمان والمجلس الأوروبي بتاريخ 24 أكتوبر/تشرين الأول، 1995 كما أن هناك توجيهًا آخر رقم : EC/58/2002 الصادر عن البرلمان الأوروبي بتاريخ 12 يوليو/تموز 2002.

2 أنطونيو أيوب بولين، الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية: دراسة مقارنة، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص 304-308.

3 Guerrier, C. Monguet, M-C. **Droit et sécurité des télécommunications**, Springer, 2000, p.151.

4 Chatillon, G. **le droit international de l'internet**, Bruylant, Bruxelles, 2002, p.158.

5 علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي: الواقع والتحديات، منشورات الإيسيسكو، 2011.

6 قانون الصحافة والنشر المصري لسنة 1996.

سبتمبر 2001، والتأثر بمضامين اتفاقية بودابست حول الجرائم الإلكترونية، والقانون النموذجي العربي الموحد والاتفاقية العربية لمكافحة الجرائم الإلكترونية ...

المحطة الثالثة: جاءت بعد ثورات "الربيع العربي"، حيث لاحظنا كيف أنّ بعض الدول تؤكد على حرية التعبير عبر الإعلام الإلكتروني، وتشير إلى ذلك في دساتيرها الجديدة، مُشدّدة على حمايتها من خلال وسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني. وفي هذه اللحظة تم الاهتمام بتخصيص قانون لتنظيم الصحافة الإلكترونية بالإشارة إلى بعض أسسه ومبادئه العامة في الدستور، وفيما بعد في التنظيم القانوني العادي للإعلام، مع أفراد باب ضمن هذا القانون خاص بالإعلام الإلكتروني¹.

هذا العرض يقودنا إلى التساؤل عن كيفية الانتقال من قانون الجرائم الإلكترونية إلى وضع قواعد قانونية تنظم الإعلام الإلكتروني، خصوصاً في ظلّ التحوّلات الثورية التي شهدتها بعض الدول العربية -ولا يزال- مع ظهور دساتير جديدة، وكيف أن المسار الذي سلكه قانون الجرائم الإلكترونية -باعتبار صلته بالقانون الجنائي- هو نفسه المسار الذي تعرفه علاقة تطور قانون الإعلام الإلكتروني بقانون الإعلام التقليدي؟ بعض الدول أدرجه ضمن التنظيم القانوني الخاص بالصحافة الإلكترونية، بينما أجرى بعضها الآخر تعديلات على قانون الإعلام التقليدي ليدمج فيه فصولاً تمم الصحافة الإلكترونية.

الإجابة عن هذه التساؤلات وغيرها تتأتى من خلال تتبّع التطوّرات التي مسّت الإطار القانوني للإعلام والاتصال الإلكتروني أثناء وبعد ثورات الربيع العربي، والتي تعود أساساً إلى تنامي تأثير الشبكة العنكبوتية ووسائل التواصل الاجتماعي على الرأي العام العربي. وقد رافق ذلك جدل واسع حول مدى مواكبة البحث العلمي الأكاديمي واستيعابه لتطورات هذا الحقل المعرفي الذي يمر بتحوّلات سريعة. لكن ما يثير الاهتمام والانتباه في هذا الصدد هو حصول نوع من التواطؤ بين الباحثين والمشتغلين بالإعلام والمشترعين، وحصراً اهتمامهم جميعاً، في موضوع النظام القانوني للإعلام الإلكتروني، وليس على الإعلام الإلكتروني بمعناه الأكاديمي العلمي وأحياناً المهني².

وقد ظهرت بعد الربيع العربي جهود معتبرة، تضع أسساً جديدة لتقنين الإعلام الإلكتروني، وهي جهود تختلف عمّا كان قائماً في الماضي. إن القوانين الجديدة إمّا أنّها مستقلة وخاصة بالصحافة الإلكترونية، أو

¹ علي كريمي، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه، مركز الجزيرة للدراسات، 15 ماي 2016، ص 6.

² المرجع نفسه، ص 8.

الفصل الثالث..... الصحافة الإلكترونية

قوانين شاملة للصحافة والنشر عموماً، مع إيراد تفصيلات وتدقيقات خاصة بالإعلام الإلكتروني. وقد ظهر هذا التوجُّه في مختلف الدول العربية بعد التحوُّلات التي أفرزها الربيع العربي، في تونس ومصر، وفي الأردن والمغرب والجزائر والكويت... إلخ. ففي بعض هذه الدول تمَّت دَسْتَرَةُ الإعلام الإلكتروني بالنص عليه في صلب دساتير الموجة الدستورية الجديدة لما بعد الربيع العربي¹، بينما في بعضها الآخر يتم الاكتفاء بالإشارة إلى حرية التعبير وحرية الإعلام، والحق في الإعلام والوصول إلى المعلومة².

هكذا يمكن اعتبار بداية الألفية الثالثة لحظة جوهرية في عمقها؛ حيث تنامي الاهتمام بتقنين فضاء الشبكة العنكبوتية في المجال العربي، ومعالجة ما قد يُرتكب بواسطة تكنولوجيا الإعلام الحديثة من مخالفات، كما هو الشأن فيما يتعلق بالصحافة الورقية والإعلام السمعي البصري؛ فأنحصر اهتمام المُشَرِّع بها على ما قد يُلْحِقُهُ الاستخدام السيِّئ لها من أضرار، فحملها مسؤولية ما قد يُصيبُ الأفراد، والهيئات والدولة وسائر المؤسسات. من أجل ذلك وُضِعَتْ قوانين انصرف اهتمامها، ليس إلى تنظيم مهنة الإعلام الإلكتروني مثلاً، وكيفية تأسيس المقاولات الإعلامية الإلكترونية، ولمن يُقَدِّم التصريح أو طلب الترخيص حسب الحالات، ومن هو الصحفي الإلكتروني³، وكيف يتم تصحيح الخبر الكاذب والعماري من الصحة في الصحافة الإلكترونية، وهل هو مشمول بأحكام الصحافة الورقية أم أن هناك اختلافاً بشأن ما يحكم الوسيطتين، وإنما انصرف اهتمامها إلى الاستخدامات السيئة لمواقع التواصل الاجتماعي في مجال الإرهاب، والدعارة، والدعوة إلى الكراهية، والتمييز العنصري والديني والإثني والحثُّ على الحروب، والإشادة بها، وتخریب المواقع، وسرقة محتوياتها، أو الدخول إليها لإحداث تغييرات فيها، واهتمت أكثر بدعارة الأطفال، والمساس بالنظام العام⁴.

¹ نموذج الدستور المصري لسنة 2014 وخاصة المادة 70.

² نموذج الدستور المغربي لسنة 2011 والدستور الجزائري والدستور التونسي... إلخ.

³ Chabriere, karénne, **Le statut et le régime juridique applicable au cyber journaliste, D.E.S.S, de droit de multimédias et de l'informatique**, Université Panthéon, Paris II, 2002-2003, p. 3.

⁴ Frank, R. **L'Enfant et les conventions internationales**, PUF de Lyon, 1996, p.120-123.

3- حقوق وواجبات الصحفي الإلكتروني

إن مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية الجديدة، سواء أكانت حقوق مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق للإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة التمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير، وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل التفاعلي والفوري¹.

وأكدت الدكتورة "سهام نصار" أن القانون في الولايات المتحدة الأمريكية منح الصحفي الإلكتروني جميع الحقوق التي يتمتع بها الصحفي التقليدي، وعلى رأسها حقه في الحفاظ على سرية مصادره واعترفت أن مهمة الصحفي الإلكتروني الأساسية هي نشر الأخبار، وأن يقوم إلى جانب ذلك بالتغطية الاستقصائية والتفسيرية للحدث، وعلى ذلك يشترط أن تكون مهنته الأساسية هي الصحافة².

وإضافة إلى ما تقدم فإن البيئة الجديدة تضيف بعض المتطلبات التي يجب النص عليها كحقوق للإعلاميين من بينها: الحق في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم أو محاولة كسرهما، وعدم تتبع تنقلاتهم الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط مصادرههم الإلكترونية، والحق في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصت والاختراق والهكرة، والحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادرههم، والحق في الوصول المباشر إلى مصادرههم ووسائلهم الإعلامية من دون عوائق تكنولوجية، والحق في استنباط طرق جديدة للتواصل مع جمهورهم واستخدامها، والحق في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية، والحق في الانتفاع والوصول إلى مصادر المعلومات التي تفرض قيوداً على استخدامها ما دام الغرض هو القيام بخدمة عامة، والحق في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفاعلية، والحق في الحصول على ما يسمى "بديل تكنولوجيا" لتطوير مهاراتهم الرقمية، والحق في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، والحق في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية

¹ السيد بجيت، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 346-347.

² زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية: تحديات ورؤية مستقبلية، ندوة الصحافة الإلكترونية، شركة دوت كوم، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص 149.

محلية وعابرة للدول تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم مع حقهم، والاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة¹.

أما فيما يتعلق بالواجبات، نجد أنّ تلك المفروضة على العاملين في البيئة التقليدية تنطبق على العاملين في البيئة الإلكترونية أيضاً، إلا أن ثمة صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ بعضها الآخر أشكالاً مختلفة، فضلاً عن وجود العديد من التساؤلات لا تزال تحتاج إلى إجابات لتوضيح كيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الإلكترونية².

فالإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي لها مواقع إلكترونية ينتمون مهنيًا إلى هذه المؤسسات أكثر من الانتماء إلى الكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية، بالرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات، ومن بينها ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني، والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية، وعدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى، أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر في مصداقيتها وسير العمل بها، والعمل على صياغة مواثيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي، والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية وعدم الربط بمواقفهم، وعدم التعدي على أسماء الحقول الخاصة بالآخرين أو التمسح بها، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقاتهم، أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم، وعلى تجنب صراع المصالح، سواء بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني الإعلامي، وعدم استغلال الإمكانيات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية في تصميم مواقع إعلامية خاصة³.

ويرتكز إصلاح وضعية الإعلام الجديد على ضرورة إصدار قوانين وتشريعات جديدة تكفل العمل الإعلامي على الإنترنت، وتحمي العاملين به من خلال إنشاء كيان تنظيمي جديد يرفع شأنه أو إعادة النظر في دور الكيانات المهنية القائمة فعلاً، مثل نقابات الصحفيين أو نوادي الإعلاميين في رعاية العمل الإعلامي على الإنترنت، والعاملين فيه، وتدريبهم، وتشجيع المهنة الصحفية على الإنترنت.

¹ السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي، مرجع سابق، ص 347.

² المرجع نفسه، ص 348.

³ المرجع نفسه، ص 355.

خامساً: التجربة الجزائرية في مجال الصحافة الإلكترونية

1- دخول الانترنت إلى 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 بـ "9600 بايت/ثا" وهي سرعة جد بطيئة، وقد تم إقامة المشروع السابق بالتعاون مع منظمة اليونسكو في إطار مشروع إفريقي يُعرف بشبكة الإعلام الإفريقي والتي كانت النقطة المحورية للشبكة.

وفي ديسمبر 1997 وبالتعاون مع مصالح البريد والمواصلات، تم تدعيم هذا الكابل بخط متخصص آخر، بعدها لم يعد الدخول إلى الشبكة محصوراً فقط على المؤسسات الحكومية، الجامعات بل أصبح من الممكن للخوادم أن يدخلوا للشبكة إذا استطاعوا توفير جهاز إعلام آلي ومودام وخط هاتفي¹.

وفي نهاية أكتوبر 1998 وبموجب اتفاقية أبرمها مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني "cerist" وهيئة "netsat" الأمريكية تم ربط هذا المركز عن طريق واشنطن بواسطة القمر الصناعي "MAA" بقدرة "1 ميغابايت/ثا" إلى "2 ميغابايت/ثا" مع برمجة مشروع يرمي إلى إقامة خط للاتصال عبر الأقمار البصرية، وخط آخر للربط عبر الأقمار الصناعية لتفادي أي توقف اضطراري مستقبلاً للشبكة.

ومع زيادة عدد المشتركين في الإنترنت زاد مركز البحث في الإعلام العلمي والتقني من طاقته إلى "5 ميغابايت/ثا"، وسعت الشركة الخاصة "gecos" إلى مضاعفة قدرة ربطها كذلك، وعلى مستوى المؤسسات الرسمية صادقت الحكومة على مرسوم تنفيذي رقم 25/98 المؤرخ في 1998/07/25 حدد هذا المرسوم شروط الاستثمار في ميدان الإنترنت، حيث سمح بإنشاء موزعين وسطاء خواص على غرار مركز البحث العلمي والتقنيين وهم "benet, cosnet, solinet, gecoss, work" وبهذا تم رفع احتكار

¹ حمدي محمد الفاتح، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقرونية الصحف الورقية أساتذة باتنة نموذجاً، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر باتنة، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2010/2009، ص 142.

الدولة، ووصل اليوم عددهم إلى ما يفوق 80 موزعا كما أن طاقة الربط وصلت اليوم إلى 34 ميغابيت/ثا.¹

2- البنية التحتية للإعلام الإلكتروني في الجزائر

في سبعينيات القرن الماضي كانت الجزائر تخصص 25% من ميزانية الدولة لإقامة هياكل التكوين في كل المستويات منها في الإعلام الآلي، ثم أدى انخفاض البترول في 1986 إلى أزمة اقتصادية وضعف الاستثمار في قطاعات خدمية كالاتصال، ثم إلى أزمة أمنية أوقفت كل نوع من أنواع التطور في البنى التحتية للاتصال والإعلام. وفي عام 1996 دق ناقوس الخطر وظهرت بإلحاح ضرورة التوجه نحو اللامركزية والخصوصية، وتحرير الاقتصاد والمنافسة واقتصاد السوق. وشهد عام 1997 إعادة هيكلة حوالي مئة شركة عمومية اقتصادية، ومع ارتفاع سعر البترول في بداية الألفية وتحسن الوضع الأمني، عرف الاقتصاد الوطني انتعاشاً محسوساً، ولكن تحقيق الإصلاحات عرف بطءاً، خاصة ما تعلق بتحرير التجارة الخارجية، عصرنة القطاع المصرفي، تطوير النصوص القانونية، وتطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

وفي أوت 2000 تمت المصادقة على القانون بالبريد والاتصالات، وهو خطوة أولى له من الأهمية بمكان في مسار التطوير، حيث تمّ بموجبه تغيير وضعية المتعامل الرسمي العام للهاتف إلى شركة تجارية بالأسهم، وبذلك إنهاء احتكار الدولة لقطاع الاتصالات وإنشاء سلطة ضبط، وبذلك تمّ منح رخصتين لمعاملين أجبيين فيما يخصّ الاتصالات الهاتفية الأولى في جويلية 2001 لأوراسكوم المصرية، والثانية في ديسمبر 2003 للوطنية الكويتية. وفي أبريل 2001 تمت المصادقة على مخطط الإنعاش الاقتصادي 2001-2004 بتمويل قدره 525 مليار دينار مخصصة لتكاليف التجهيزات ومساعدات للمؤسسات. إنّ قطاع تكنولوجيات الإعلام والاتصال استفاد مباشرة من بعض الحصص في الميزانية، منها في الهياكل القاعدية للاتصالات، وبالتالي ثلاثة مشاريع تحت مسؤولية وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، ويتعلّق الأمر بـ:

- إنشاء حظيرة لتكنولوجيات الإعلام والاتصال بتكلفة قدرها 130 مليون دولار.
- تطوير خدمات البريد وترقيتها على المستوى الوطني بما قيمته 83 مليون دولار.

¹ Djamel Bouadjimi ; **nouvelles technologies de l'information et de la communication développement ; l'image de l'Algérie à la société de l'information**, thèse de doctorat d'état en sciences de l'information et de la communication, faculté des sciences politiques et de l'information, université d'Alger, octobre, 2005.

- برنامج توسيع الارتباطية الهاتفية في البلديات النائية بقيمة 83 مليون دولار.

والمشروع الرابع تابع لوزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وهو خاص بدعم وتطوير برامج البحث في مؤسسات التعليم العالي، وقد حُصِّص له 86 مليون دولار¹.

مُجَّد برنامج خوصصة الشركات العمومية الكبرى تقريباً بين عامي 1996 و2002، ليتمّ إنعاشه فيما بعد. ففي أبريل 2002 نُشرت قائمة تضم ستين شركة قابلة لفتح رأسمالها للمستثمرين الخواص، كما تمّ الإعلان عن قُرب إنشاء وكالة للخوصصة، غير أنّ الحصيصة التي سجّلها الديوان الوطني للإحصاء بينت أنّ النتائج المتوخّاة من كلّ هذه التحفيزات فيما يخصّ إنشاء المؤسسات المتوسطة والصغيرة وتشجيع الاستثمار، لم تبلغ الحدّ المطلوب. وفي 28 أكتوبر 2001 تمّت المصادقة على قانون توجيهي لترقية المؤسسات المتوسطة والصغيرة؛ هذا القانون يضمّ تكييفاً للنظام الجبائي وتبسيطاً للإجراءات المتعلقة بالتعامل البنكي والنقدي فيما يخصّ المؤسسات المتوسطة والصغيرة وإنشاء صندوق ضمان للقروض البنكية.

وقدّ تمّ إنشاء لجنة خاصة بمجتمع المعلومات في 9 ماي 2001 تتكوّن من عشرين شخصاً، هم ممثلون عن الوزارات والهيئات العمومية والخاصة، وأعضاء من الدّواوين الوزارية وأساتذة ومناحي خدمات الانترنت لتقديم تقرير حول الرّهانات التي يطرحها مجتمع المعلومات، والشّروط اللازم توفّرها لتحقيقه، وقد تمّ عرض التقرير في أكتوبر 2001، وهو يحلّل النقائص القانونية التنظيمية البنكية والضريبية والاقتصادية التي تقف عائقاً أمام المبادرات الخاصة والعامة وأمام تحقيق مجتمع متكامل للمعلومات².

كما تمّ إنشاء اتصالات الجزائر بموجب قانون 03-2000 بتاريخ 5 أوت 2000 المتعلّق بإعادة هيكلة قطاع البريد والاتصالات، والذي يفصل النشاط البريدي عن الاتصالي، وهي شركة ذات أسهم وبرأسمال عمومي، تنشط في سوق الشبكات والخدمات الاتصالية الإلكترونية، وهي مؤسسة عمومية اقتصادية بدأت نشاطها الفعلي في الأول من يناير 2003 وفروعها هي: موبيليس للهاتف الخليوي، وجواب لشبكة الانترنت³.

يرد ذكر الانترنت كثيراً في الأوساط الاقتصادية والتربوية ومختلف قطاعات النشاط، ولكن يبقى استعماله فعلياً محدوداً إلى حدّ ما، فحتى سنة 1998 كان احتكار معهد (cerist) كاملاً للدخول إلى شبكة الانترنت

¹ آمنة بن عبد ربه، الجزائر في مجتمع المعلومات 2003 حصيلة وآفاق، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2005، ص 34.

² Djamel Bouadjimi, op cit, p221.

³ Ibid, p276.

في الجزائر. وفي أوت 1999 فُتح الباب للخواص ليصبحوا مانحي خدمات Fournisseurs d'accès internet، وحتى عام 2003، مُنحت 65 رخصة مانح خدمات على شبكة الانترنت، ولكن 15 منهم فقط يمارسون نشاطهم التسييري في الشبكة¹. وتشير الأرقام إلى وجود 730.000 مرتبط بالإنترنت على التراب الوطني أي مشترك (Internaute) ولكن هذا يشمل المقاهي الإلكترونية والميدياتيك ونوادي الانترنت، وقد أعلن وزير البريد وتكنولوجيات الاتصال في ندوة صحفية في مارس 2004، أنه يوجد أكثر من 4800 مقهى إلكترونياً عبر التراب الوطني².

ونوفر فيما يلي آخر ما توفر لدى الباحثة من إحصائيات (2017) حول مؤشرات تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ومجتمع المعلومات، والتي نشرتها وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة على موقعها الرسمي.

جدول رقم (9) يوضح مؤشرات تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ومجتمع المعلومات (إحصائيات 2017)³

الأرقام بالقيمة المطلقة	المؤشرات	الفئة
24065	عدد الأكشاك المتعددة الخدمات KMS	عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات
5548	عدد مقاهي الانترنت	
86	عدد مراكز النداء	
08	الاستعلام الصوتي	
28	موفر الدخول للإنترنت FAI	
03	متعاملي نقل الصوت عبر بروتوكول الأنترنت VOIP	
03	GMPCS	

¹ آمنة عبد ربه، مرجع سابق، ص 50.

² المرجع نفسه، ص 51.

³ تاريخ الزيارة: مؤشرات-تكنولوجيات-الإعلام-والإتصال/ <https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/>

03		الأرضيات ذات الفتحة الصغيرة VSAT	
01		الهاتف الثابت	
01		الهاتف النقال GSM	
03		الهاتف النقال الجيل الثالث	
7148		عدد مواقع الانترنت (.dz)	مواقع الويب وخدمات الانترنت
587		عدد المواقع المؤسسية (الوزارات والهيئات التابعة)	
265		عدد الاستثمارات المتوفرة	
29		عدد الإجراءات المتوفرة على الانترنت	
81.872		طول الألياف البصرية (كم)	شبكة الانترنت
1541		عدد البلديات الموصولة بالألياف البصرية	
801.000		عرض نطاق الانترنت الوطنية	
810.155		عرض نطاق الانترنت الدولية	
2246727	ADSL	مشركي الانترنت	
919368	الجيل الرابع للهاتف النقال 4G LTE		
621	WIMAX		
23701023	3G		
10968495	4G		
3.130.090	الهاتف السلكي	تطور عدد المشتركين في الشبكة	شبكة الهاتف الثابت
	الهاتف اللاسلكي		
2.743.961	السكنية	اشتراكات الهاتف الثابت السكنية والمهنية	
386.129	المهنية		
35,76%		ولوح شبكة الهاتف الثابت للأسرة	
44.979	الدفع المسبق	عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب	شبكة الهاتف النقال
4.893	الدفع البعدي	طريقة الدفع	

23701023		عدد الاشتراكات في الجيل الثالث
10968495		عدد الاشتراكات في الجيل الرابع
121.05%		نسبة ولوج شبكة الهاتف النقال

من خلال هذه الإحصائيات، تتضح العديد من النقاط، نجلها فيما يلي¹:

- انخفاض عدد الأكشاك متعدّدة الخدمات منذ 2015، وهذا ما هو قائم عالميا حيث انخفض عددها مع تطور وتعميم خدمات الهاتف النقال.
- بعكس سنة 2015 أين انخفضت مراكز النداء في الجزائر بصفة كبيرة، نشاط مراكز النداء في الشركات الجزائرية شهد نمواً في سنة 2016 مع دمج 17 مركز جديد.
- دخول ثلاثة موقري خدمة الانترنت جدد إلى السوق الجزائرية خلال السداسي الأول من سنة 2015.
- نشاط موقري خدمة الإنترنت (ISP) لا يزال يشهد نمواً ملحوظاً في الجزائر، مع إدراج ثلاثة (ISP) جدد في السوق خلال عام 2015 وخمسة آخرين في عام 2016.
- فيما يخص شبكة الانترنت في الجزائر، فقد بلغ عدد المشتركين 37.83 مليون في أواخر 2017، من بينهم 34 مليون مشترك في الهاتف النقال، ومن المتوقع أن يرتفع الرقم أكثر مع استخدام تكنولوجيا التدفق العالي اللاسلكي للهاتف الثابت (G4LTE).
- في إطار عصرنة البنية التحتية والخدمات، تتواصل عمليات الربط بشبكة الألياف البصرية، ففي أواخر سنة 2017 تم ربط كل البلديات بشبكة الألياف البصرية.
- من أجل تلبية حاجيات مستخدمي الانترنت الجزائريين وكذا تقديم خدمة ذات نوعية، لم يتوقف النطاق الدولي عن التطور بحيث بلغ في أواخر سنة 2017 حوالي 810155 جيجابايت/ثانية.
- يتجه عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر في الثلاث سنوات الأخيرة نحو استقرار نوعي حيث فاق الثلاث ملايين مشترك منذ سنة 2015؛
- كما نجد أن كثافة الهاتف الثابت عرفت انخفاضاً، حيث بلغت في سنة 2017 نسبة 07,50 % وفي سنة 2016 نسبة 8,26 % ويرجع ذلك لتوجه المواطن إلى استخدام الهاتف النقال.

¹ <https://www.mpttn.gov.dz/ar/content/>, Op,cit.

- حتى سنة 2017، اشتراكات الهاتف الثابت السكنية لا تزال تهيمن من حيث العدد حيث وصلت النسبة إلى 87.66% من إجمالي عدد المشتركين، أما بخصوص عدد اشتراكات الهاتف الثابت المهنية فقد عرف انخفاضاً من سنة إلى أخرى، وهذا راجع إلى التوجه إلى تكنولوجيا الهاتف النقال.

3- الصحف الإلكترونية في الجزائر

1-3-1. عوامل ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر

يُمكن تلخيصها فيما يلي¹:

3-1-1. عوامل تكنولوجية: تتمثل هذه العوامل في التطور المتنامي الذي يشهده العالم الراهن من خلال ظهور تقنيات متطورة في النشر كالتيليتكست الذي ظهر سنة 1970، والفيديو تكست الذي جاء بعده، وكذلك الإسهامات المعتبرة التي يقدمها الحاسب الآلي في العمل الصحفي، سواء من حيث الإخراج، التحرير، العرض، إلى جانب تجارب تقديم خدمات صحفية بالهاتف.

3-1-2. عوامل سياسية: إنّ اعتماد السلطات السياسية على وسائل الإعلام لتوجيه الرأي العام وإحكام قبضتها على سير الأمور، أدّى إلى البحث عن وسائل حديثة لتحقيق الغرض، مُتبنية في ذلك الأساليب المُتبعة في دول أخرى، واعتمدت على هذا النوع الإعلامي الجديد، فظهر ما يُسمى بالنشر الإلكتروني "الصحافة الإلكترونية"، ولو أنّ درجة التنظيم والتأطير للصحافة الإلكترونية لا تُقارن مع مثيلاتها في الدول الأخرى.

3-1-3. عوامل اقتصادية: وهي ظهور ما يُسمى بالعملة الاقتصادية، وما تتطلبه من سرعة في رؤوس الأموال والسلع، وفي نفس الوقت الإسراع في تدفق المعلومات... انتشرت هذه الفكرة وأصبحت الجزائر مُضطرة لمواكبة التطورات التكنولوجية، ومحاولة السير بنفس وتيرة الاقتصاد العالمي.

3-1-4. عوامل صحفية: سعي الصحف المطبوعة للقضاء على انخفاض عدد القراء، بإنشاء مواقع إلكترونية لها تمكّن مُستخدم الانترنت من الاطلاع عليها وتصفحها وتعميق نسبة القراءة أو التصفح لهذه الجريدة.

¹ عبد الرزاق الدليمي، مرجع سابق، ص 284.

2-3. العناوين الأولى للصحف الإلكترونية في الجزائر

عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية في ظل انتشار واتساع القاعدة الجماهيرية للإنترنت، انتقالاً تدريجياً من أشكال الصحافة التقليدية وصولاً إلى الإعلام الرقمي الحديث، ففي البداية لم تكن هناك صحف إلكترونية خالصة، وإنما كانت عبارة عن نسخ إلكترونية لجرائد ورقية، وبعد مرحلة من الزمن بدأت بعض الصحف الإلكترونية تظهر إلى الوجود، وبدأت الجرائد الورقية تصمّم مواقع لها على الشبكة، واضعة بذلك الصحافة على طريق إنشاء صحف إلكترونية خالصة مستقلة عن النسخ الورقية.

وقد كانت البدايات الأولى للصحافة الإلكترونية في الجزائر مُتَشَمَّة جداً مقارنةً بنظيراتها في كافة أقطار العالم، وذلك بسبب عدّة عوامل، منها:

- ضعف انتشار الانترنت في الجزائر
- قلة عدد مُستخدمي الانترنت، مما أنتج تديّي في نسب قراءة الصحافة الإلكترونية.
- نظرة المُشتغلين بالصحافة التقليدية، وخاصة القائمين عليها ومُدرّاء التحرير، والتي تتجسّد في عدم اهتمامهم بهذا النوع الجديد وعدم اقتناعهم بالاستثمار فيه واعتباره مغامرة غير مضمونة¹.

إلا أنّ ذلك لم يستمرّ طويلاً بسبب تحوّل الصحف الإلكترونية إلى ضرورة فرضتها الثورة التكنولوجية مع ما أفرزته من أشكال صحفية جديدة كالصحف الإلكترونية، المدوّنات، والمواقع الشخصية... من أجل ذلك فقد تابعت الصحف الجزائرية على تصميم مواقع لها على شبكة الانترنت؛ بدأتها وكالة الأنباء "الخدمات الإعلامية الجزائرية" التي استثمرت في شبكة الانترنت في أكتوبر 1996 (وهي تملك حالياً موقعاً إلكترونياً، وبوابة للدخول إلى منتجات وكالة الأنباء الجزائرية بخدماتها المختلفة: نصوص عربية، إنجليزية، فرنسية وإسبانية، يتمّ تحديثها مرتين في اليوم إضافة إلى الصور)².

وقد كانت جريدة الوطن الصادرة باللغة الفرنسية هي السبّاقة إلى إنتاج نسخة إلكترونية لمثيلتها الورقية ابتداءً من نوفمبر 1997، أمّا بالنسبة للصحافة الصادرة باللغة العربية، فقد كانت جريدة الخبر هي الأولى، وهذا في أبريل 1998، وفيما يخصّ إعداد الصّحف، فهناك من تستخدم تركيبة PDF، وهي تركيبة تعطي

¹ إبراهيم بعزیز، مرجع سابق، ص 78.

² بوسجرة ليليا، الصحافة الإلكترونية وأثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2010/2009، ص 105.

الفصل الثالث..... الصحافة الإلكترونية

النسخة الورقية نفسها في شكل إلكتروني، أما تركيبة HTML فتتميّز بالعرض الجميل للصور والمقالات والعناوين، حيث يمكن قراءتها من خلال "Navigateur" مثل "Google chrome"، أما الدمج بين التركيبتين "PDF" و"HTML" فيضمن ويوفّر الامتيازات المشتركة. والملاحظ أنّ أغلب الصحف الجزائرية على الخط لا تختلف عن نسختها الورقية في المضمون، وهناك فقط بعض التعديلات الطفيفة التي نلاحظها على النسخة الورقية¹.

أمّا فيما يخصّ الصحف الإلكترونية التي لا تمتلك نظيراً لها في النسخة المطبوعة، فقد كانت أول تجربة في الجزائر لجريدة Algérie interface التي أسّسها أحد الإعلاميين الجزائريين سنة 1996. حيث كانت تقدّم تقارير وأخبار حول المسائل السياسية والاقتصادية والاجتماعية بمشاركة وكالة التنمية السويدية SIDA ثمّ تمّ التخلّي عنها لاحقاً، وتحوّلت الفكرة إلى إنشاء جريدة على الانترنت. وفي سنة 1998 ظهرت صحيفة Watch Algeria لتظهر بعدها العديد من الصحف الإلكترونية الخالصة مثل: Algérie focus، Tous Sur Algérie (TSA)، Algérie 24... وفي أغلبها تنشر من طرف صحفيين من خارج البلاد. وهكذا وفي أقلّ من عامين أنشأت كلّ الجرائد اليومية في الجزائر (وعددها آنذاك 20 جريدة باللغتين العربية والفرنسية) مواقعها الخاصة، والتحقّت بذلك ببعض الجرائد الخاصة التي خاضت هذه المغامرة ابتداءً من 1996؛ وقد سمح تحرير الشبكة بعد نضال طويل من طرف وسائل الإعلام خلال صيف 1998 بإحداث ما يمكن تسميته بـ"ثورة الناشرين"².

ويوضّح الجدول الموالي أولى الصحف الإلكترونية ظهوراً في الجزائر:

¹ حمدي محمد الفاتح، مرجع سابق، ص 143.

² Djamel Bouadjimi ; op cit, p 26.

جدول رقم (10) يوضح أولى الصحف الورقية ذات النسخ الإلكترونية ظهوراً في الجزائر¹

نوع الملكية	تاريخ إنشاء الموقع	الموقع الإلكتروني	الصحيفة
مستقلة	نوفمبر 1997	www.elwatan.com	El Watan
مستقلة	جانفي 1998	www.liberte-algerie.com	Liberté
مستقلة	فيفري 1998	www.akhbarelyoum.dz	أخبار اليوم
مستقلة	أفريل 1998	www.elkhabar.com	الخبر
مستقلة	أفريل 1998	www.horizons-dz.com	Horizons
مستقلة	أفريل 1998	www.lequotidien-oran.com	Quotidien d'Oran
مستقلة	أفريل 1998	www.ouestribune-dz.com	Ouest tribune
عمومية	جوان 1998	www.ech-chaab.com	الشعب
مستقلة	جوان 1998	www.jeune-independant.net	Jeune-indépendant
عمومية	جويلية 1998	www.elmoudjahid.com	El moudjahid
مستقلة	أكتوبر 1998	www.lematindz.net	Le matin
مستقلة	نوفمبر 1998	www.lesoirdalgerie.com	Le soir d'Algérie
مستقلة	مارس 2000	www.elacil.com	Elacil

¹ قجالي آمنة، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية - دراسة في استخدامات وإشباع النخبة الأكاديمية الجزائرية، دراسة تحليلية ميدانية-، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، الجزائر، 2016/2017، ص 202.

4- تقنين الانترنت والصحافة الإلكترونية في الجزائر

1-4. الإجراءات القانونية المنظمة لشبكة الانترنت في الجزائر

إنّ انتشار الانترنت في الجزائر ساهم في إيجاد صيغ قانونية تُنظّم بها الدولة هذا القطاع من أجل السّماح للمواطنين بالاستغلال الأمثل لهذه الخدمة. ونذكر فيما يلي أهم الإجراءات القانونية المُتخذة من طرف الدولة منذ دخول وانتشار الانترنت:

- صادقت الحكومة على المرسوم رقم 98-257 الصادر في 25 أوت 1998¹، والذي بموجبه تمّ الترخيص بإمكانية إنشاء موزعين وُسطاء للإنترنت، كما يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الانترنت واستغلالها. غير أنّه لم يتمّ الاستغلال الحقيقي لشبكة الانترنت إلا بعد 1999، أين أصبح لدينا 18 مُوزِعاً حتى عام 2000، واستمر في الارتفاع إلى أكتوبر من نفس السنة ليبلغ 65 موزِعاً، أي ما يُعادل موزعين (2) لكلّ 100.000 نسمة.

- المرسوم التنفيذي 2000-307 الصادر في 14/10/2000² تمّ فيه ترخيص الشراكة بين شركات أجنبية وفتح المجال للاستثمارات الخارجية في قطاع الانترنت، فكانت أول عملية جمعت مجموعة WANADOO بالشراكة مع موزِع EEPAD في مارس 2000.

- في 5 جوان 2005 أصدر رئيس الحكومة أحمد أويحيى مرسوماً يحظر فيه أي نشاط لمقاهي الانترنت بعد منتصف الليل، ورافق هذا المرسوم دعوات وزارية لتشريع قانون ينظم عمل مقاهي الانترنت.

- قانون 04-09 المؤرّخ في 5 أوت 2009³، وهو أول قانون في الجزائر اهتم بكيفية تبادل المعلومات الرقمية وتجري فيه كلّ أنواع المعاملات والخدمات الإلكترونية، والمتضمّن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المُتّصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، وجاء نصّ هذا القانون في 6 فصول على النحو الآتي:

■ الفصل الأول، يحتوي على أحكام عامة تبين أهداف القانون وتحدّد مفهوم التقنية الواردة فيه، فضلاً عن مجال تطبيق أحكامه.

¹ المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرّخ في 3 جمادى الأولى 1419 الموافق لـ 25 أوت 1998 المتعلق بشروط وكيفيات إقامة خدمات 'انترنات' واستغلالها، الجريدة الرسمية رقم 63 بتاريخ 1998/3/26.

² المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرّخ في 16 رجب 421 الموافق لـ 14 أكتوبر 2000 يعدّل المرسوم رقم 98-257 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات 'انترنات' واستغلالها، الجريدة الرسمية رقم 60 بتاريخ 15 أكتوبر 2000.

³ قانون رقم 04-09 المؤرّخ في 14 شعبان 1430 الموافق لـ 5 أوت 2009 يتضمّن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المُتّصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية رقم 47 بتاريخ 16 أوت 2009.

- الفصل الثاني، نصّت مواده على ضرورة مراقبة الاتصالات الإلكترونية.
- الفصل الثالث، يحتوي على القواعد الإجرائية التي تخصّ الحجز والتفتيش في مجال جرائم تكنولوجيايات الإعلام والاتصال وفقاً للمعايير العالمية المعمول بها.
- الفصل الرابع، تضمّن التزامات المتعاملين في مجال الاتصالات الإلكترونية.
- الفصل الخامس، أشار إلى الهيئة الوطنية للوقاية من الإجرام المتّصل بتكنولوجيايات الإعلام والاتصال ومكافحته.
- الفصل السادس، نصّ على التعاون والمساعدة القضائية الدولية؛ إذ تناول قواعد الاختصاص القضائي والتعاون الدولي.

وأهمّ الجرائم المعلوماتية المنصوص عليها في التشريع الجزائري¹:

- الجرائم الماسّة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات.

- استحداث قسم جديد في قانون العقوبات هو القسم السابع مكرر (المواد من 394 مكرر حتى 394 مكرر 7).

- الدخول أو البقاء عن طريق الغش في نظام المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر فقرة 1 من قانون العقوبات).

- تخريب نظام المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر الفقرة 3 من قانون العقوبات).

- المساس بسلامة المعلومات (المادة 394 مكرر 1 من قانون العقوبات).

- التصرف في المعطيات المتحصّل عليها من الجرائم الماسّة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرّر 2 فقرة 2 من قانون العقوبات).

- تجريم المشاركة في مجموعة أو اتفاق مسبق لارتكاب الجرائم الماسّة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرر 5 من قانون العقوبات).

- تجريم محاولة ارتكاب الجرائم الماسّة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات (المادة 394 مكرّر 7 من قانون العقوبات).

¹ القانون رقم 04-15 المؤرخ في 27 رمضان 1425 الموافق لـ 10 نوفمبر 2004 يعدّل ويتمّم الأمر رقم 66-156 والمتضمّن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية رقم 71 بتاريخ 10 نوفمبر 2004.

- تشديد العقوبات في حالة استهداف الدفاع الوطني أو الهيئات أو المؤسسات الخاضعة للقانون العام (المادة 394 مكرر 3 من قانون العقوبات).

4-2. القانون العضوي للإعلام 2012

تم الاعتراف بالوثيقة الإلكترونية في الجزائر سنة 1998 في أول مرسوم تنفيذي يعالج مواضيع خاصة بشبكة الانترنت ومضامينها، وبعد مرور حوالي 20 سنة على ظهور الصحافة الإلكترونية في الجزائر، تم تخصيص باب لها (الباب الخامس المكوّن من 06 مواد) في القانون العضوي رقم 05-12 الصادر في 12 جانفي 2012، وفيما يلي نتطرّق للمواد المتعلقة بالصحافة الإلكترونية فيه¹:

المادة 67: يُقصد بالصحافة الإلكترونية في مفهوم القانون العضوي، كلّ خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة معينة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكّم في محتواه الافتتاحي.

ويّضح من خلال هذه المادة أنّ مفهوم الصحافة الإلكترونية في هذا القانون يضمّ أنواعاً محدّدة، منها:

- الصحف الإلكترونية الخالصة
- الصحف الإلكترونية ذات النسخة الورقية
- الصحف الإلكترونية ذات الاتصال المكتوب (لأنّ هناك أنواعاً تعترف بالاتصال عبر الفيديو كصحافة إلكترونية).
- الصحف الإلكترونية الموجهة للجمهور العام
- الصحف الإلكترونية المتخصصة
- الصحف الإلكترونية المملوكة من مؤسسات
- الصحف الإلكترونية المملوكة من أشخاص طبيعيين، على أن يكون الشرط الأساسي فيها هو الخضوع للقانون الجزائري الذي يتحكّم في محتواها الافتتاحي.

¹ قانون عضوي رقم 05-12 مؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 جانفي 2012 المتعلّق بالإعلام، الجريدة الرسمية رقم 2 بتاريخ 15 جانفي 2012.

ويلاحظُ عبر تعريف القانون العضوي للصحافة الإلكترونية محدودية مفهومها واقتصارها فقط على نشاط الاتصال المكتوب، سواء كان الانترنت فقط أو النشر على الشبكة مع وجود نسخة ورقية، وأهم ما تتميز به حسب التشريع الجزائري هو النشر بصفة مهنية، أي أنه لا يعترف بصحافة الهواة أو ما بات يُعرف بصحافة المواطن، التي يقوم بالإشراف عليها وإنتاج مضمونها - في الغالب - مواطنون أو مُستخدمون عاديون.

المادة 68: يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويُجددُ بصفة منتظمة، ويتكوّن من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي. لا تدخل المطبوعات الورقية ضمن هذا الصنف، عندما تكون النسخة عبر الانترنت والنسخة الأصلية متطابقتين.

يُشترط في الصحافة الإلكترونية عبر الانترنت حسب هذا القانون:

- إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام
- تجديد المضمون بصفة منتظمة، أي التحديث المستمر
- نقل أخبار واقعية ترتبط بأحداث واقعية
- احترام المبادئ الفنية والمهنية الإعلامية
- لا تدخل ضمن هذا الصنف النسخ الإلكترونية المطابقة للورقية.

المادة 69: يُقصد بخدمة السّمي البصري عبر الانترنت في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال عبر الانترنت (واب-تلفزيون، واب-إذاعة) موجهة للجمهور أو فئة منه، وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواه الافتتاحي.

يتّضح من خلال هذا التعريف أنّ هناك اعترافاً بمواقع المؤسسات السمعية البصرية على شبكة الانترنت، نظراً لكون المؤسسة التلفزيونية والإذاعية الرسمية ممثلة على الشبكة.

المادة 70: يتمثل النشاط السمي البصري عبر الانترنت، في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويجدد بصفة منتظمة، ويتكوّن من أخبار لها صلة بالأحداث، وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي.

المادة 71: يُمارسُ نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمي البصري في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون العضوي. يُشار إلى أنّ المادة 2 تنص على:

المادة 2: يُمارَسُ نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما، وفي ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الدين الإسلامي وباقي الأديان، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، السيادة الوطنية والوحدة الوطنية، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني، متطلبات النظام العام، المصالح الاقتصادية للبلاد، مهام والتزامات الخدمة العمومية، حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي، سرية التحقيق القضائي، الطابع التعددي للآراء والأفكار، كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.

المادة 72: تستثنى من هذه التعاريف الأخبار التي تشكل أداة للترويج أو فرعا لنشاط صناعي أو تجاري.

ونستنتج من خلال هذا القانون العضوي عدة نقاط حول مفهوم الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري:

- الفصل في التعاريف بين الصحافة الإلكترونية وخدمات السمع البصري على الانترنت.
- الفصل في التعاريف بين الوسائل الإلكترونية المحضة، وذات الأصل التقليدي (صحافة، تلفزيون، إذاعة...)
- الفصل بين وسائل الإعلام الإلكترونية ومواقع الشركات والمؤسسات الصناعية والتجارية.
- اشتراط المهنية واحترام قواعد العمل الصحفي في كل وسائل الإعلام الإلكترونية، أي استثناء صحافة المواطن أو المواقع التشاركية من أحكام هذا القانون.
- اشتراط التحديث المستمر للوسائل الإلكترونية.
- اشتراط الخضوع لأحكام القانون الجزائري في المحتوى الافتتاحي للوسائل الإلكترونية.

ومع صياغة هذا القانون غير التفصيلي، لازالت الصحافة الإلكترونية تعاني من الكثير من الفراغ القانوني الخاص بكل مقتضيات عملها، ومن أهم الإشكالات القانونية التي لازالت تعانيها الصحافة الإلكترونية في الجزائر¹:

- الجوانب القانونية الخاصة بالصحفي الإلكتروني الذي يزاول عمله في الصحف الإلكترونية، والإداريين الذين يسيرونها.
- الجوانب التشريعية الخاصة بالجديد المتعلق بأخلاقيات مهنة الصحافة في ظل البيئة الجديدة، سواء ما يجب الالتزام به، أو الخروقات الواجب تلافيها.

¹ قجالي آمنة، مرجع سابق، ص 198.

الفصل الثالث..... الصحافة الإلكترونية

- تشريعات تنظيمية لنشاط الصحف الإلكترونية تأخذ بعين الاعتبار طبيعة وخصوصية الصحافة الإلكترونية.
- قضية حقوق المؤلف، وكيفية حماية مقالاته من الجرائم الإلكترونية، مثل القرصنة والتعدي على كتاباته.
- إشكالات تتعلق بتهم القذف الموجهة للصحفيين، هل يتحمل مسؤوليتها مدير الجريدة أم الصحفي كاتب المقال؟ وهل تتم محاكمتهم وفق القوانين التقليدية أم يتم استحداث قوانين جديدة؟
- قضية الوضع السوسيو-مهني للصحفي، كمنحه البطاقة المهنية من عدمه، وكيفية اعتبار موقع ما بمثابة صحيفة إلكترونية، وكيفية اعتمادها وحصولها على ترخيص، وكيفية الخضوع لقوانين الضرائب.
- أمّا المشكلة الأكثر خطورة في العالم الثالث، فهي عدم الاعتراف بالصحف الإلكترونية أصلاً، وبذلك عدم القيام بسن القوانين التنظيمية والتشريعية الخاصة بالإعلام الإلكتروني.
- مازالت تطبيقات الموبايل في الجزائر في فترة الحضانة، وهي التي أصبحت في كل العالم مرافقة لخدمات الصحافة الإلكترونية، فلم تُفلح أية مؤسسة إعلامية بعد في تقديم تطبيقات منافسة محلياً علاوة على المنافسة العالمية، وهذا راجع أساساً إلى التأخر الفادح في تسويق خدمات الانترنت المحمول بجيله الثالث والرابع، وكذا إلى مستوى التكوين الأكاديمي الذي يتلقاه الطالب في كليات الإعلام الآلي، والذي يبقى بعيداً عن تلبية احتياجات السوق المحليّة من المطوّرين والمبرمجين، وعليه فواقع هذه التطبيقات مازال في خانة "تطبيقات الهواة".

سادساً: معوقات تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر

يرى عبد الرزاق الدليمي أنّ الصحافة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات، منها¹:

- صعوبات مادية في تسديد مصاريفها؛
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المُتعلّقة بمستقبل هذا النوع من الصحافة؛
- غياب اللوائح والأنظمة والقوانين الرقابية؛
- عدم وجود عائد مادي للصحافة الإلكترونية من خلال الإعلانات لعدم الإيمان المطلق للمؤسسات والشركات بها؛
- الحاجة للسرعة في الحصول على الأخبار؛
- عدم القدرة على التأكد من صحة مصادر المعلومات.

لكن مع مرور الوقت، بدأت العديد من الصحف الإلكترونية الجزائرية تتجاوز مشاكلها المادية، وذلك من خلال التمويل الذاتي بالإعلانات والاشتراكات ضمن الخدمات الإخبارية التي تتيحها لمشتركها، وبدأت هذه الصحف تضع لنفسها نظاماً وأسلوباً يميّزها عن الصحافة المكتوبة، حيث برز للعديد منها مراسلون خاصون بها، لتنفرد بالخبر الصحفي وتتفادى الاعتماد على القنوات الفضائية ووكالات الأنباء في الحصول على الأخبار. والدّارس المُتمعّن لواقع الصحافة الإلكترونية الجزائرية، يدرك أنّ أهمّ المعوقات التي تحول دون تطوّرها بالمستوى المطلوب لمواكبة الصحافة الإلكترونية العالمية تتجلى في النقاط الآتية:

1- قلة مُتصفّحي الصحف الإلكترونية في الجزائر، وضعف البنى التحتية للإنترنت

لا زال الفرد الجزائري يستقي أخباره ومعلوماته من التلفزيون ثم الصحافة الورقية وأخيراً الإنترنت، على الرّغم من رواج شبكات التواصل الاجتماعي بين الشّباب الجزائري وتسجيل -حسب الإحصائيات التي نشرها موقع weedoo لنهاية سنة 2017- أكثر من 16 مليون مُستخدم لهذه الشبكات -بما يعادل 43% من عدد السكان- وعلى رأسها الفايسبوك، وذلك بزيادة قدرها 9.3 مليون مُستخدم². وشهدت السّاحة الإعلامية منذ 2012 سيطرة القنوات الخاصة على قطاع كبير من جمهور وسائل الإعلام الجزائرية، حيث

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 22- 23.

² <https://weedoo.tech/2017-2> /إحصائيات-فيس-بوك-في-البلدان-العربية تاريخ النشر : 9 مارس 2017، تاريخ الاطلاع : 17 فيفري 2019.

استحوذت على كل اهتمامه خصوصاً بعدما حلّ "الربيع العربي" في البلدان المجاورة، وانتهاج هذه القنوات خلاله لسياسة الدفاع عن حقوق الإنسان، ورفع مطالبه وانشغالاته على كافة الأصعدة من خلال نشراتها وبرامجها. كما يسجّل ضعف شديد في البنى التحتية للإنترنت في الجزائر في مقابل تدفق عالٍ للشبكة في دول عربية مجاورة كتونس والمغرب مثلاً، فعلى الرغم من إطلاق الجيلين الثالث والرابع من التدفق العالي للإنترنت، إلا أنّ التغطية وسرعة التدفق لا زالتا من أكبر المشاكل التي تواجه هذه التقنيات.

2- نظرة المُشتغلين بالصحافة التقليدية وخاصة القائمين عليها من مُدراء ومُلاك ورؤساء تحرير

تجسّد في عدم اهتمامهم بهذا النمط الصحفي الجديد، واعتبارهم له مغامرة غير مضمونة العواقب، خاصة بالنسبة لصحفيها، الذين يتخوّفون من عدم نجاح تجربة الصحافة الإلكترونية، وبالتالي ضياع مستقبلهم، وإن كان هذا التخوّف مُبرراً إلى حدّ كبير بحكم العدد المُعتبر من الصحف الإلكترونية التي اختفت بعد مدّة وجيزة من ظهورها، إلا أنّه ينمّ في ذات الوقت عن جهلهم بالصحافة الإلكترونية كشكل جديد من الصحافة المواكبة لتطوّرات العصر، والمسايرة لاحتياجات الجماهير، التي أصبح توجّوها إلى الانترنت مُلفتاً¹.

3- غياب الإطار القانوني المفصّل والكافي لحماية الصحف الإلكترونية كوسائل، والعاملين فيها

تعاني الصحافة الإلكترونية من غياب الإطار القانوني حتى وإن اعتبره الكثيرون فرصة للهروب من مقصّ الرقابة أو الحذف، أو تعليق مقال أو حتى جريدة. ولكن في نفس الوقت، قد يسبّب فتح المجال أمام السّلطة لاعتماد بعض مواد قانون الإعلام لصالحها بصورة اعتباطية. فحتى بعد قانون الإعلام 2012 لازالت الصحف الإلكترونية تعاني من ضعف في تنظيمها القانوني، حيث اكتفى هذا القانون بإعطاء مفاهيم عامة لها ولبعض من أقسامها، كأذرع القنوات التلفزيونية والإذاعية دونما تفصيل في بنائها وتنظيم تسييرها والجرائم الخاصة بها بالنظر إلى خصوصية مضامينها وطبيعة العمل فيها².

¹ إبراهيم بعزیز، مرجع سابق، ص 78.

² آمنة قجالي، مرجع سابق، ص 249.

4- هشاشة النظام المصرفي والبنكي في الجزائر، وتأثيراته على الإعلان الإلكتروني والخدمات

المدفوعة الممكن توفرها عبر الصحف الإلكترونية الجزائرية

يتسبب الوضع الاقتصادي حالياً في تعطيل عملية تطوّر الصحافة الإلكترونية من خلال تغييب التعامل التجاري عبر الانترنت لضمان المورد المالي، وحتى على مستوى الإدارات، لآزال التعامل بالصكوك البريدية أو البنكية هو السائد، فالسياسة المصرفية والبنكية الجزائرية تخلق معوقات أمام المؤسسات والشركات الأجنبية المستثمرة، بحيث أنّ الوضعية التي تعيشها البنوك العمومية لا تتعد من حيث محتواها عن الوضعية التي عاشتها بعض البنوك التابعة للقطاع الخاص، والتي بلغت درجة تصفيتها بالكامل بسبب هشاشة النظام البنكي، وهذا باعتراف المسؤولين عن القطاع المصرفي والبنكي. إضافة إلى ذلك يخلق عدم تنظيم النظام البنكي والمصرفي إشكالية لدى الصحيفة حين يغيب المورد المالي عن طريق الإشهار الإلكتروني أو الخدمات المدفوعة لعدم قناعة صاحب الإشهار بتبني سياسة إشهارية عبر الانترنت لصعوبات الدفع والتعامل عبرها¹.

بالتالي، وتأسيساً على ما سبق، نلاحظ أنّ كل المعوقات المذكورة مجتمعة، والتي تمسّ مختلف الجوانب الأساسية التي تعدّ دعائم لقيام أي مشروع في أيّ دولة، لآزالت الصحافة الإلكترونية في الجزائر تعاني من قلة الدعم وعدم الاهتمام، ممّا انعكس على أدائها، سواء من ناحية تصميم المواقع التي لا تزال بعيدة عن ركب الصحف العالمية، أو من حيث المضامين، التي لا تزال في أساسها نسخاً لمضامين الصحف التقليدية مع زيادات بسيطة لا ترقّ لتغطّي وتستخدم كلّ التطبيقات والمزايا التي تتيحها المواقع الإلكترونية، بالتالي لا تحقّق الإشباع الكافي لجمهورها، ولم تتمكّن من أن تتحوّل إلى مرافق دائم للمستخدم في حياته اليومية، أو تنفذ لتشاركه في نشاطاته، أو تحقّق له الفائدة المرجوة كما هو الحال في الصحف الإلكترونية العالمية، سواء من حيث الاشتراكات التي تحقّق السبق الصحفي، أو التطبيقات التي تسهّل الاطلاع والمشاركة في صنع الحدث، وهذا ما ينعكس بدوره من جهة أخرى على أداء العاملين في هذه المواقع، فتعريفهم القانوني ووضعيتهم كصحفيين إلكترونيين لم يتمّ الفصل فيها بعد، كما لم يتم أخذ خصوصيات العمل الإلكتروني بكل جوانبه بعين الاعتبار، ما انجر عنه انتشار الانتهاكات الأخلاقية والتجاوزات التي لم يتمّ التعامل معها على المستوى القانوني بأيّ شكل من الأشكال.

¹ يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدّي الواقع والتطلّع نحو المستقبل، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، أبريل 2006، ص 160.

جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية

الفصل الرابع: الدراسة التحليلية والميدانية

أولاً: عرض جداول الدراسة التحليلية وتحليلها كمياً

1- تحليل فئات المضمون

1-1- فئة القيم

1-2- فئة المصادر

1-3- فئة الشخصيات

1-4- فئة الاتجاه

1-5- فئة الوظائف

1-6- فئة الهدف

2- تحليل فئات الشكل

2-1- فئة اللغة

2-2- فئة التطبيقات التفاعلية

2-1- فئة الأساليب

2-2- فئة الوسائط المتعددة

ثانياً: عرض جداول الدراسة الميدانية وتحليلها كميّاً

- 1- وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية
- 2- الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية
- 3- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية
- 4- تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر
- 5- العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة

ثالثاً: النتائج التفصيلية للدراسة ومناقشتها

- 1- النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية ومناقشتها
- 2- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية ومناقشتها
- 3- النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة وفرضياتها

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

أولاً: عرض جداول الدراسة التحليلية وتحليلها كمياً

سنستعرض فيما يلي الجزء التحليلي من الدراسة التطبيقية، والذي تمّ إنجازه بالاستعانة باستمارة تحليل المضمون للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، من خلال تحليل فئات المضمون وفئات الشكل، كما هو موضح في الجداول أدناه.

أما الجدولان رقم (11) و(12)، فيقدّمان لنا لمحة أولية عن عينة الدراسة، من خلال البيانات الأولية للصحيفة الإلكترونية، وكذا عدد المواضيع التي تمّ تحليلها حسب الأركان المختارة من جملة الأركان التي تطرحها الشروق أون لاين.

الجدول رقم (11) البيانات الأولية للصحيفة الإلكترونية

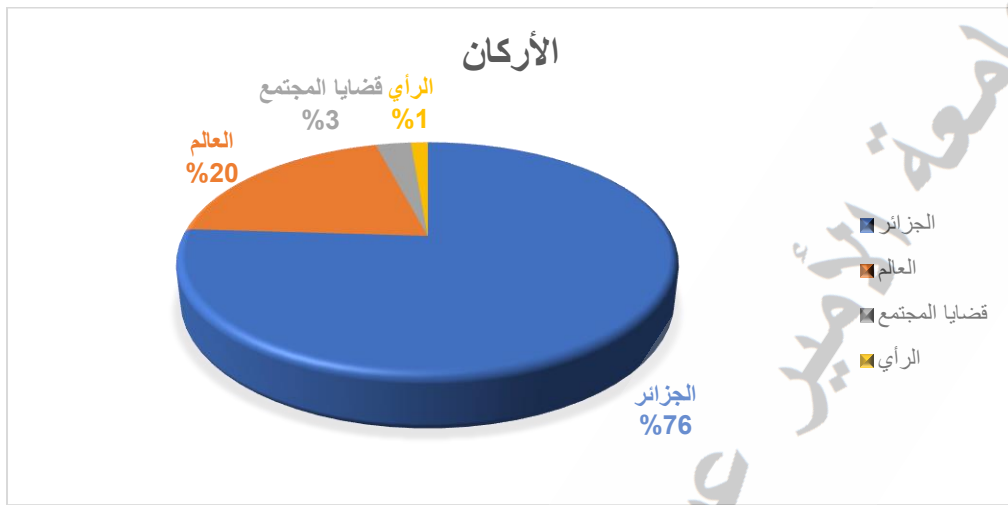
اسم الصفحة	الشروق أون لاين
الرتبة حسب موقع أليكسا	الرتبة 14 وطنياً (سبتمبر 2019) ¹
شعار الصفحة	عينك على الجزائر ... والعالم
الأعداد	12 عدد (عينة الأسبوع الصناعي)
التواريخ	1 جانفي 2018 - 25 جانفي 2019
الأركان	الجزائر- العالم- قضايا المجتمع- الرأي
مجموع المواضيع	321

الجدول رقم (12) يبين عدد المواضيع حسب الأركان

الأركان	عدد المواضيع	النسبة المئوية
الجزائر	221	68,85
العالم	58	18,07
قضايا المجتمع	8	2,49
الرأي	34	10,59
المجموع	321	100

¹ <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ> visité le : 07/09/19 - 15 :21

الشكل رقم (2) يبين عدد المواضيع حسب الأركان



نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أنّ الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" قد خصصت النسبة الأكبر من مواضيعها لتلك المتعلقة بالوطن - الجزائر - إذ قُدِّرت نسبتها بـ 68,85%، وهذا أمر طبيعي كونها صحيفة إلكترونية جزائرية تُعنى بالدرجة الأولى بالأخبار الوطنية، وهذا ما جاء واضحاً في شعارها "عينك على الجزائر... والعالم"، ما يوضّح أنّها تركز في تغطياتها على أخبار الوطن أولاً، يليها ركن "العالم" بنسبة 18,07%، ثمّ مواضيع "الرأي" بـ 10,59% وهذا ما بيّن لنا تركيز الصحيفة الإلكترونية على إبداء الرأي كجانب مهم من العمل الصحفي، وليس الاقتصار فقط على الأخبار، لنجد أنّ "قضايا المجتمع" تمثّل الركن الأقل بروزاً في الصحيفة الإلكترونية، فقط بـ 2,49%، وهذا ما يمكن أن نربطه بطبيعة الوسيلة الإلكترونية التي تركز أساساً على تسارع الأخبار والمستجدات في تغطياتها، كما أنّها تقصد تلك الأوسع نطاقاً واهتماماً من طرف الجمهور، وهذا ما تلاقيه الأخبار السياسية عادة.

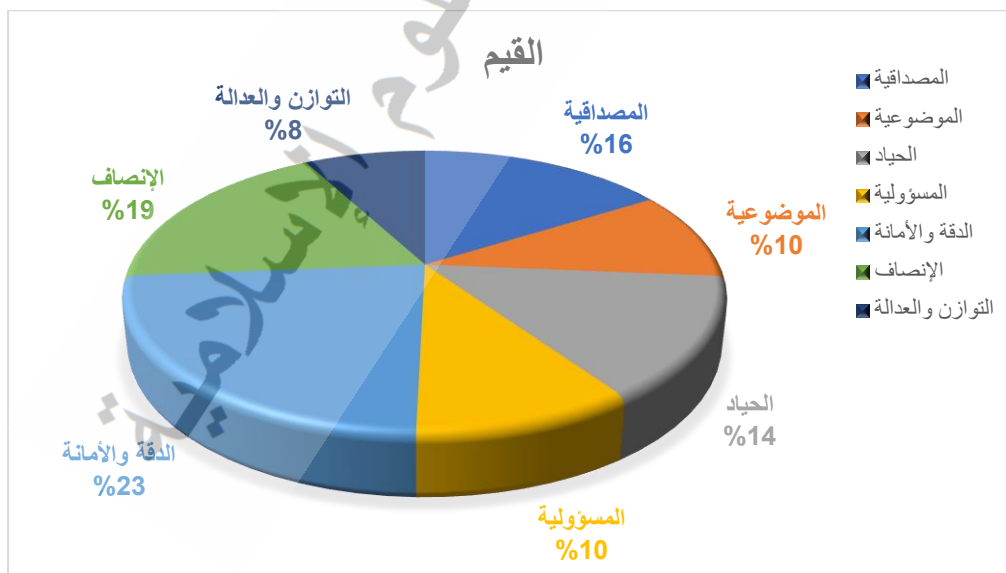
1- تحليل فئات المضمون (ماذا قيل):

1-1- فئة القيم

الجدول رقم (13) يمثل توزيع نسب القيم في المواضيع المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	القيم
16,14	328	المصدقية
10,19	207	الموضوعية
14,02	285	الحياد
10,04	204	المسؤولية
23,33	474	الدقة والأمانة
18,41	374	الإنصاف
7,87	160	التوازن والعدالة في عرض الأخبار
100	2032	المجموع

الشكل رقم (3) يمثل توزيع نسب القيم في المواضيع المدروسة



يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أنّ الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" تركز أساساً في عملها الصحفي على "الدقة والأمانة" والتي قُدِّرت نسبتها بـ 23,33%، يليها "الإنصاف" كثاني أهم قيمة

أخلاقية في العمل الصحفي بنسبة 18,41%، ثم "المصدقية" بـ 16,14%، ليحتل "الحياد" المرتبة الرابعة من بين أهم القيم الأخلاقية بنسبة قُدِّرت بـ 14,02%، أما كلٌّ من "الموضوعية" و"المسؤولية" فقد تقاربتا في النسبة من حيث الأهمية في العمل الصحفي الإلكتروني، إذ حققنا على التوالي 10,19% و 10,04%، ليحتل "التوازن والعدالة في عرض الأخبار" ذيل ترتيب القيم في الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة بنسبة لم تتجاوز 7,87% في المواضيع المدروسة.

الجدول رقم (14) يمثّل توزيع مؤشرات الدقة والأمانة في المواضيع المدروسة

مؤشرات الدقة والأمانة	ك	%
التأكد من صحة المعلومات	70	14,77
نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية	95	20,04
توظيف الأرقام والإحصائيات	126	26,58
توظيف صور وفيديوهات أصلية غير مفبركة	183	38,61
المجموع	474	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلت "الدقة والأمانة" المرتبة الأولى في المواضيع محل الدراسة، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "توظيف صور وفيديوهات أصلية غير مفبركة" بنسبة 38,61%، فما تمت ملاحظته على مواضيع الشروق أون لاين هو إرفاقها جميعاً بصورة في بداية الموضوع، وأحياناً إضافة صور في صلب الموضوع أو فيديوهات لها علاقة بالموضوع المطروح، تدعّمه وتوثّقه، لأنّ الكلمات وحدها لا تكفي، والصحافة اليوم باتت تحتاج إلى أكثر من كلمة، والجمهور كذلك في ظلّ تكاثر وسائل الإعلام وتزايد فبركة وتزييف الأخبار وانتشار الإشاعات، بات لزاماً توظيف العديد من الوسائط لضمان الأمانة والدقة وكسب ثقة الجمهور، يليه مؤشر "توظيف الأرقام والإحصائيات" بنسبة 26,58% إذ أنّه يعتبر عاملاً مهماً يدعم دقة الموضوع، إلّا أنّ ما يُلاحظ هو توظيفها بطريقة تقليدية مثلما يتمّ العمل به في الصحافة المكتوبة، بتقديم الأرقام والإحصائيات مجرّدة دون إضافة ذلك الجانب التنظيمي بالأشكال البيانية على اختلاف أنواعها ودلالاتها، فيما بات يُسمّى اليوم "صحافة البيانات"، حيث أنّ هذا النوع "يختلف عن كافة أنماط الصحافة الأخرى، فهو يعتمد بشكل أساسي على قواعد البيانات حيث يجد الصحفيون قصصهم الخبرية بين ثنايا الأرقام

ويضيفون لها أبعاداً جديدة، حتى تصبح الأداة الرئيسية لكشف وشرح سياق الخبر هي البيانات¹. وفي الحديث عن أهميتها يشير الباحث المصري "عمرو العراقي" مؤسس أول موقع متخصص في صحافة البيانات في العالم العربي Info Times في كتابه "صحافة البيانات" بأنّ "التنافس بين المؤسسات الصحفية، لم يعد على السبق الصحفي، بل أصبح الأمر يتعلق أكثر بطرق جذب الشريحة الأكبر من الزوار وزيادة نسبة تفاعلهم مع المحتوى الصحفي المعروض على المنصات الإلكترونية"².

أمّا مؤشر "نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية" فقد حقق نسبة 20,06% إذ حرص الصحفيون في الأخبار التي تمّ إرفاقها بتصريحات وآراء، على نسب هذه الأخيرة إلى أصحابها من أجل ضمان الأمانة وللوقوف على الحدّ بين الخبر والرأي. يليه مؤشر "التأكد من صحة المعلومات" بـ 14,77% الذي ظهر من خلال توظيف المصادر ونسب المعلومات إلى أصحابها، وكذا تنوع المصادر، والانتظار في بعض الحالات إلى صدور أخبار من جهات رسمية حتى تُنشر وليس قبل ذلك.

الجدول رقم (15) يمثل توزيع مؤشرات قيمة الإنصاف في المواضيع المدروسة

مؤشرات الإنصاف	ك	%
احترام كرامة الإنسان	11	2,94
حماية خصوصية الأفراد	06	1,60
تجنب التشهير بالأفراد	36	9,63
فتح المجال للردود	321	85,83
المجموع	374	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلت قيمة "الإنصاف" المرتبة الثانية في المواضيع محل الدراسة، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "فتح المجال للردود" بنسبة 85,83%، إذ أنّ الموقع يفتح تلقائياً مجال الردود أو التعليقات في نهاية كل موضوع يتمّ نشره، إلا أنّ هناك من المواضيع من يستقطب الردود ويحتدّ فيه النقاش بين القراء، وهناك من المواضيع من لا تتلقّى أيّ ردود، وهذا يعدّ عاملاً مهماً في قياس أهمية المواضيع بالنسبة للجمهور، إذ أنّ هذا

¹ خالد كريمة، "صحافة البيانات.. الأرقام تسرد القصة"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، تاريخ النشر: 9 أكتوبر 2016، تاريخ الاطلاع:

<https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/230>، متاح على الرابط: 13:00 2019-7-12

² المرجع نفسه.

الأخير لا يتفاعل إلا مع المواضيع التي تمهه، كما أنّ التحليل سمح لنا برصد العديد من الملاحظات حول هذه الردود، أولها غلق المجال أمام التعليقات بعد بضعة أيام من نشر الخبر، فيُكتب في المكان المخصّص لها "التعليقات في هذا الموضوع مغلقة"، من جهة أخرى وفيما يتعلّق بعدد التعليقات، أبرزت الملاحظة أنّ التعليقات لا تُنشر جميعاً وإمّا تمرّ على عملية الفلترة، فبعد كتابة التعليق وقبل نشره، يمرّ على "قسم التعليقات" المسؤول عن معالجة التعليقات، ونشر تلك التي تستجيب للمعايير، وحجب تلك التي تحتوي على خروقات أو انتهاكات من أي نوع كانت، ففي عدد من المواضيع تمت ملاحظة أنّ عدد التعليقات المشار إليه في بداية الموضوع (10 تعليقات مثلاً) لا يقابله نفس العدد من التعليقات عند النزول إلى الخانة المخصّصة لها (مثلاً 3 تعليقات فقط).

يليه مؤشر "تجنّب التشهير بالأفراد" الوارد بنسبة 9,63%، الذي يظهر على مستوى الأخبار المتعلقة بالانتهاكات أو الجرح أو الجرائم، سواء في صلب الموضوع أو الصور والفيديوهات المرافقة له، بتجنّب الإشارة إلى الاسم الكامل للمقصودين، والاكتفاء بالحروف الأولى من أسمائهم فقط، ومن حيث الصور أو الفيديوهات من خلال تمويه وجوههم، أما فيما يتعلق بمؤشر "احترام كرامة الإنسان" فقد ظهر في المضامين المُعالجة بنسبة 2,94% من خلال تجنب إيراد كلّ ما من شأنه المساس بكرامة الإنسان، كالسبّ والشتيم أو الإهانة، بجعل الكرامة الإنسانية فوق كلّ اعتبار. وكآخر مؤشر لقيمة الإنصاف والمتمثّل في "حماية خصوصية الأفراد" بنسبة 1,60% والمتعلّق دائماً بالمواضيع ذات الطابع الحساس، فقد أظهر التحليل تجنب الصحيفة على مستوى المواضيع المدروسة للتعرّض إلى خصوصيات الأفراد الواقعين في الاشتباه بجرائم أو جنح، وحتى من ثبت عليهم ذلك، سواء كانت شخصيات مغمورة أو عمومية، والاكتفاء بتغطية الحدث فقط لا غير.

الجدول رقم (16) يمثّل توزيع مؤشرات قيمة المصدقية في المواضيع المدروسة

مؤشرات المصدقية	ك	%
توظيف المصادر الرسمية	187	57,01
تنويع المصادر	61	18,59
التعريف بمصادر المعلومات قدر الإمكان	80	24,40
المجموع	328	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلت قيمة "المصدقية" المرتبة الثالثة في المواضيع محل الدراسة، وقد تم رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "توظيف المصادر الرسمية" بنسبة 57,01% إذ يعدّ استهلال الأخبار بمصادر رسمية، أو نسب المعلومات إلى هذا النوع من المصادر مؤشراً مهماً على مدى مصداقيتها، وأنّ الصحفي قد تأكد مما لديه قبل النشر، خاصة مع انتشار الأخبار المكذوبة والمفبركة، والإشاعات في الفضاء الرقمي، لذا يعد التركيز على المصادر عاملاً مهماً في ضمان مصداقيتها لدى الجمهور، أما ثاني مؤشر من مؤشرات المصدقية فهو "التعريف بمصادر المعلومات قدر الإمكان" والذي قُدِّرت نسبته بـ 24,40%، إذ أنّ الجمهور بمختلف أطيافه ومستوياته قد تغيب عنه بعض التسميات والمعلومات الخاصة بالمصادر، لذا وجب على الصحفي الانتباه إلى هذه النقطة، والتركيز على التعريف بمصادر معلوماته وليس الاقتصار فقط على تسمياتها المختصرة، حتى تتضح الرؤية للجميع، أمّا ثالث مؤشر فهو "تنوع المصادر" وذلك بنسبة 18,59%، فعلى الصحفي لضمان مصداقية أخباره، محاولة تنوع مصادر معلوماته وليس الاقتصار على مصدر واحد فقط، فالفضاء الإلكتروني أكثر عرضة لتزييف الأخبار وفبركتها، بالتالي على الصحفي تحري المصدقية من أكثر من مصدر قبل نشر المعلومة لتفادي الأخطاء التي يمكن أن تنجر عنها آثار جسيمة.

الجدول رقم (17) يمثل توزيع مؤشرات قيمة الحياد في المواضيع المدروسة

مؤشرات الحياد	ك	%
غياب العبارات الدالة على الرأي	110	38,60
استخدام أدوات الاقتباس	143	50,18
توثيق الوقائع والمعلومات	32	11,22
المجموع	285	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلت قيمة "الحياد" المرتبة الرابعة في المواضيع محل الدراسة، وقد تم رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "استخدام أدوات الاقتباس" بنسبة 50,18% إذ حرص الصحفيون على تحديد الآراء ووجهات النظر المطروحة -بعد نسبها إلى أصحابها- بين شولتين، تفصل بوضوح بين الخبر الذي يقدمه الصحفي، والآراء المُستفاد من أفواه المصريحين بها، ما يجعل الصحفي يقف على الحياد من هذه الآراء ولا يتعدّ دوره

كناقل لها، يليه مؤشر "غياب العبارات الدالة على الرأي" بنسبة قُدِّرت بـ 38,60% وهذا ما يدعم المؤشر السابق، يليه مؤشر "توثيق الوقائع والمعلومات" بنسبة 11,22% وذلك من خلال إرفاق الموضوع بصور، فيديوهات، قرارات، موثيق، مراسيم... وكل ما يثبت صحة الحقائق والمعلومات المقدمة في مضمون الموضوع.

الجدول رقم (18) يمثل توزيع مؤشرات قيمة الموضوعية في المواضيع المدروسة

مؤشرات الموضوعية	ك	%
الفصل بين الرأي والخبر	76	36,72
عرض مختلف الآراء	46	22,22
إبراز الحقائق	85	41,06
المجموع	207	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلت قيمة "الموضوعية" المرتبة الخامسة في المواضيع محل الدراسة، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "إبراز الحقائق" بنسبة 41,06% إذ تمّ التركيز في الأخبار على تقديم معلومات وأرقام وإحصائيات، وكذا حقائق تمّ التوصل إليها عن طريق أبحاث ودراسات أو من خلال التحقيقات وقرارات الشرطة وأحكام القضاء، ولم يتمّ الاقتصار على تقديم الأخبار والمعلومات جافة خالية من المتابعة والتمحيص، أما مؤشر "الفصل بين الرأي والخبر" فقد برز بنسبة 36,72%، إذ تميّزت الأخبار المنشورة بعرض المعلومات والحقائق على حدى، ونسب الآراء ووجهات النظر إلى أصحابها بشكل واضح لا يترك مجالاً للخلط بين الرأي والخبر، يليه مؤشر "عرض مختلف الآراء" بنسبة 22,22%، أي محاولة حصر مختلف الآراء والتوجهات نظير القضايا المطروحة، وبالتالي فتح الباب أمام الجمهور للتعرف على مختلف وجهات النظر، وهي الخطوة الأولى التي تسهم في تكوين رأي عام واعى وسليم تجاه القضايا الراهنة.

الجدول رقم (19) يمثل توزيع مؤشرات قيمة المسؤولية في المواضيع المدروسة

مؤشرات المسؤولية	ك	%
نشر الأخبار التي تهم الصالح العام	195	95,59
الالتزام بالتصحيح عند الخطأ	00	00
احترام قيم المجتمع وأخلاقه	9	4,41
المجموع	204	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلت قيمة "المسؤولية" المرتبة السادسة في المواضيع محل الدراسة، وقد تم رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "نشر الأخبار التي تهم الصالح العام" بنسبة 95,59% وهذا المؤشر اتضح بشكل جلي من خلال الأيقونة التي تتيحها الصحيفة الإلكترونية والمتمثلة في "أيقونة عدد المشاهدات" التي تراوحت في النسبة المذكورة بين 2000 و8000 مشاهدة، لتعبّر عن اهتمام زوار الموقع بالأخبار المنشورة، وتعكس مدى تلبيتها لاهتماماتهم، أما ثاني المؤشرات فقد ظهر في "احترام قيم المجتمع وأخلاقه" بنسبة 4,41% وهذا في بعض المواضيع الحساسة، والتي تمت معالجتها بطريقة لا تخدش الحياء وتحترم الأخلاقيات والآداب العامة، لنجد أنّ المؤشر الأخير "الالتزام بالتصحيح عند الخطأ" لم يظهر في المواضيع المطروحة قيد الدراسة، رغم إشارة بعض التعليقات الواردة عقب بعض المواضيع إلى أخطاء واردة في الأخبار إلا أنّها لم تؤخذ بعين الاعتبار، لا في الموضوع ذاته ولا في مواضيع لاحقة.

الجدول رقم (20) يمثل توزيع مؤشرات التوازن والعدالة في المواضيع المدروسة

مؤشرات التوازن والعدالة في نشر الأخبار	ك	%
توفير نطاق واسع من المعلومات	74	46,25
التركيز على الأخبار ذات الأهمية والقيمة بالنسبة للجمهور	86	53,75
المجموع	160	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع القيم، احتلّ "التوازن والعدالة في نشر الأخبار" المرتبة السابعة في المواضيع محل الدراسة، وقد تم رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات تظهر من خلال

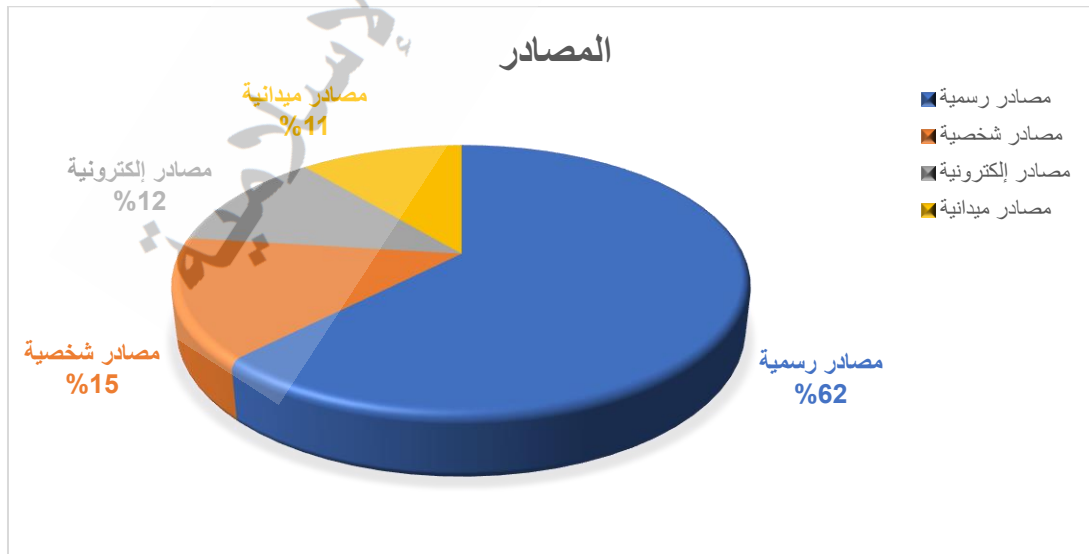
الجدول أعلاه، على رأسها "التركيز على الأخبار ذات الأهمية والقيمة بالنسبة للجمهور" بنسبة 53,75% وهذا ما اتضح جلياً من خلال أيقونة عدد المشاهدات، وكذا وجود التعليقات على مواضيع دون أخرى، والمعروف أنّ الجمهور يطّلع ويتفاعل أساساً مع المواضيع التي تهّمه، يليه مؤشّر "توفير نطاق واسع من المعلومات" بنسبة 46,25%، أين يتمّ الرجوع إلى خلفيات الموضوع والعمل على تقديم أكبر قدر ممكن من المعلومات حوله، لإعطاء الجمهور صورة كاملة المعالم، تسمح له بتكوين رأي عام مؤسّس وسليم لا يتأثر بالإشاعات أو محاولات التوجيه.

2-1- فئة المصادر

الجدول رقم (21) يمثل توزيع فئة المصادر في المواضيع المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	المصادر
69,14	260	مصادر رسمية
16,22	61	مصادر شخصية
13,30	50	مصادر إلكترونية
12,23	46	مصادر ميدانية
100	376	المجموع

الشكل رقم (4) يمثل توزيع نسب المصادر في المواضيع المدروسة



تعتبر المصادر المستخدمة في استقاء الأخبار والمعلومات من أهم مؤشرات المصدقية، وكسب ثقة الجماهير، ويشير كل من الجدول والشكل أعلاه إلى أنواع المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين"، إذ يتضح أنّها تعتمد أساساً على المصادر الرسمية بنسبة 69,14% تليها المصادر الشخصية الخاصة بالصحفي بنسبة 16,22%، أمّا كلّ من المصادر الإلكترونية والميدانية، فنجد أنّها كما يبدو خارج حسابات الصحفيين إلى حدّ ما، إذ لم يتمّ الاعتماد عليهما إلاّ بنسب ضئيلة جاءت على التوالي 13,30% و 12,23% فقط.

الجدول رقم (22) يمثّل توزيع مؤشرات المصادر الرسمية في المواضيع المدروسة

مؤشرات المصادر الرسمية	ك	%
إطارات في الدولة	80	30,77
هيئات حكومية	103	39,62
وسائل إعلام رسمية	76	29,23
الأرشيف	01	0,38
المجموع	260	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع المصادر، تمّ التركيز أساساً على "المصادر الرسمية" في المواضيع محل الدراسة، وينضوي تحت هذا النوع عدة مؤشرات تتضح من خلال الجدول أعلاه، على رأسها "الهيئات الحكومية" بنسبة 39,62% فيما يتعلّق أساساً بالأخبار السياسية سواء الوطنية منها أو الدولية، إذ تعتمد الصحيفة في نشر مواضيعها على البيانات الرسمية لهذه المؤسسات كإطلاقة أو كمدعم لما تقدّمه لجمهورها مما يرفع من مصداقيتها لديه، يليها مؤشر "إطارات في الدولة" بنسبة 30,77% من خلال تصريحات مختلف الإطارات سواء الوطنية أو الدولية في مختلف المحافل (مؤتمرات، ندوات، مجالس، مناسبات...)، إضافة إلى الاعتماد على "وسائل الإعلام الرسمية" كمصدر للأخبار بنسبة 29,23% على رأسها وكالات الأنباء الوطنية والدولية، وكذا قنوات إعلامية عمومية وخاصة، إضافة إلى ما تنشره بعض الجرائد والمجلات، أخيراً نلاحظ من خلال الأرقام النقص الشديد في استخدام الأرشيف (أرشيف الموقع) كمصدر لأخبار جديدة، إذ اقتصر استعماله على نسبة ضئيلة جداً لم تتجاوز 0,38%.

الجدول رقم (23) يمثل توزيع مؤشرات المصادر الشخصية في المواضيع المدروسة

مؤشرات المصادر الشخصية	ك	%
مصادر غير مُصرَّح بها	34	55,74
مصادر مجهولة	24	39,34
شهود عيان	03	4,92
المجموع	61	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع المصادر، تحتل "المصادر الشخصية" المرتبة الثانية من حيث المصادر الأكثر اعتماداً في المواضيع المدروسة، وينضوي تحت هذا النوع عدة مؤشرات تتضح في الجدول أعلاه، على رأسها "المصادر غير المصرَّح بها" بنسبة 55,74% والتي ظهرت في المواضيع المدروسة بأشكال من قبيل: ، مصدر مسؤول (دون ذكر اسمه)، أحد المسؤولين، مصادر أمنية، مصادر متطابقة، مصادر موثوقة، مصادر مُطلعة... وغيرها من الصياغات التي تُبدي في ظاهرها الاعتماد على جهات في تقصي وتتبع الأنباء، لكنها تفتح مجالاً للشك في مدى صدقيتها لدى الجمهور نظير عدم التعريف بها، يُضاف إلى ذلك الاعتماد على "المصادر المجهولة" بنسبة 39,34% وذلك ما ظهر من خلال استخدام عبارات من قبيل: عَلِمنا، حسب مصادرنا، حسب مراقبين، حسب متابعين... (إضافة بعض المعلومات عن المصادر المجهولة) كمؤشر آخر عن المصادر الشخصية، تم الاعتماد على "شهود العيان" بنسبة 4,92% وهذا المؤشر على العكس من السابقين، يدعم بشكل كبير مصداقية الأخبار خاصة إذا تم إرفاقه بهذه الشهادات الحية على شكل تسجيلات صوتية أو فيديو، وهذا ما لم يتم استخدامه في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين.

الجدول رقم (24) يمثل توزيع مؤشرات المصادر الإلكترونية في المواضيع المدروسة

مؤشرات المصادر الإلكترونية	ك	%
الإحالة إلى مواقع إلكترونية	12	24
الإحالة إلى مدونات شخصية	00	00
الإحالة إلى صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي	38	76
المجموع	50	100

حسب ما تبين من خلال جدول توزيع المصادر، تحتل "المصادر الإلكترونية" المرتبة الثالثة من حيث الاعتماد في المواضيع المدروسة، وينضوي تحت هذا النوع عدة مؤشرات تتضح في الجدول أعلاه، على رأسها "الإحالة إلى مواقع التواصل الاجتماعي" بنسبة 76% خاصة منشورات على صفحات الفيسبوك وتغريدات على حسابات تويتر، أما "الإحالة إلى المواقع الإلكترونية" فقد اقتصر على نسبة 24% فيما يتعلق بالمواقع الرسمية الخاصة بالمؤسسات الحكومية أو الخاصة، فيما انعدمت "الإحالة إلى المدونات الشخصية".

الجدول رقم (25) يمثل توزيع مؤشرات المصادر الميدانية في المواضيع المدروسة

مؤشرات المصادر الميدانية	ك	%
تواجد الصحفي في أرض الميدان	46	100
المباشر	00	00
المجموع	46	100

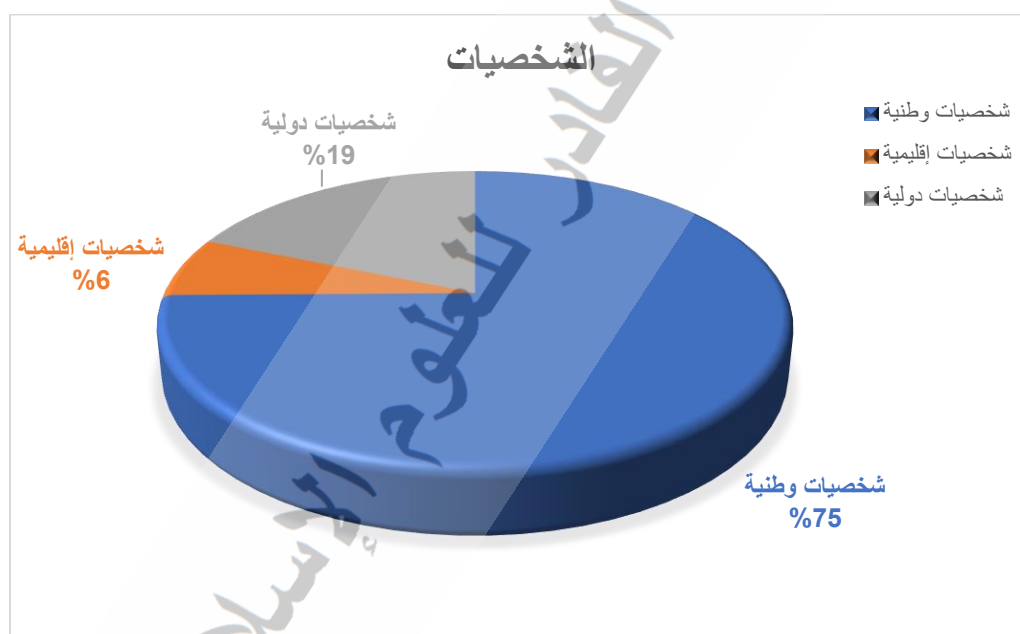
حسب ما تبين من خلال جدول توزيع المصادر، تحتل "المصادر الميدانية" المرتبة الأخيرة من حيث الاعتماد في المواضيع المدروسة، ومن خلال المؤشرات التي تم وضعها لهذا النوع من المصادر، نلاحظ الاعتماد الكلي بنسبة 100% على تواجد الصحفي في أرض الميدان، والمقصود بالصحفي هنا "المراسل" إذ لوحظ الاعتماد على هذا النوع من المصادر في الأخبار المكتوبة من طرف مراسلين، وهذا ما يتضح من خلال أيقونة كاتب الخبر التي تظهر في أعلى كل موضوع، في حين أنّ الأخبار التي تُنسب إلى موقع الصحيفة "الشروق أون لاين" أو إلى صحفيين قارين آخرين -سواء عاملين بالجريدة الورقية أو على الموقع- نجد أنّ الاعتماد يكون حسب ما تم الإشارة إليه سابقاً، أمّا مؤشر الاعتماد على النقل المباشر فقد انعدم كلياً على الموقع رغم أهمية هذا النوع من الأشكال الصحفية والمصدقية الكبيرة التي يحملها.

3-1- فئة الشخصيات

الجدول رقم (26) يمثّل توزيع فئة الشخصيات في المواضيع المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	الشخصيات
74,78	172	شخصيات وطنية
6,52	15	شخصيات إقليمية
18,70	43	شخصيات دولية
100	230	المجموع

الشكل رقم (5) يمثّل توزيع نسب الشخصيات في المواضيع المدروسة



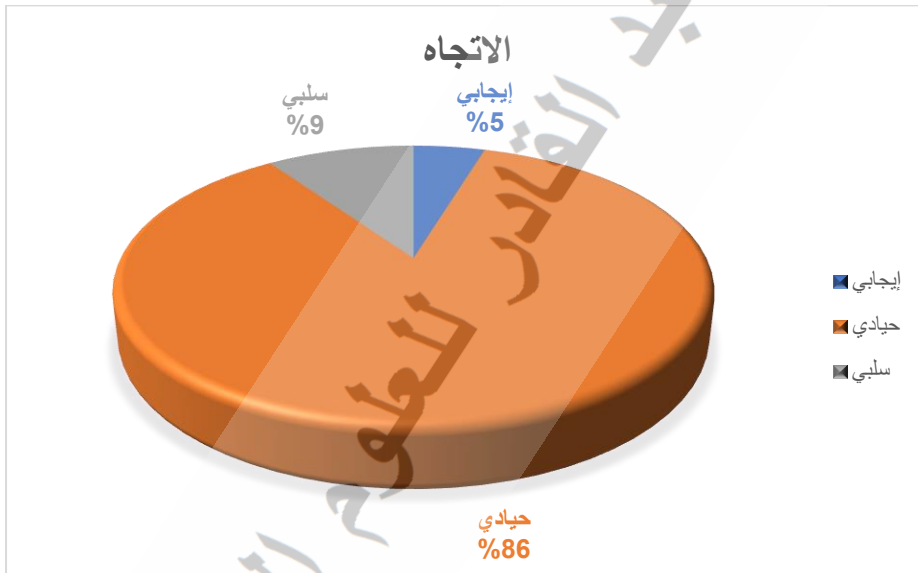
نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه التنوع في الشخصيات الواردة في المواضيع محل الدراسة، إذ احتلت الشخصيات الوطنية الصدارة بنسبة 74,78% وهذا ما يتوافق من نتائج الأركان الواردة في الجدول (12) أين تصدّرت المواضيع الوطنية عينة الدراسة، وقد تنوعت هذه الشخصيات بين سياسية، اجتماعية، رسمية غير رسمية، تليها الشخصيات الدولية بنسبة 18,70% وقد تمثّلت أساساً في رؤساء الدول، سياسيين معروفين، شخصيات رياضية عالمية... أما الشخصيات الدولية فلم تتجاوز نسبتها 6,52% والتي تمحورت أساساً حول رؤساء بعض الدول العربية والشخصيات البارزة محل الجدل في الفترة المدروسة.

4-1- فئة الاتجاه

الجدول رقم (27) يمثل توزيع فئة الاتجاه في المواضيع المدروسة

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
إيجابي	15	4,67
حيادي	275	85,67
سليبي	31	9,66
المجموع	321	100

الشكل رقم (6) يمثل توزيع الاتجاهات في المواضيع المدروسة



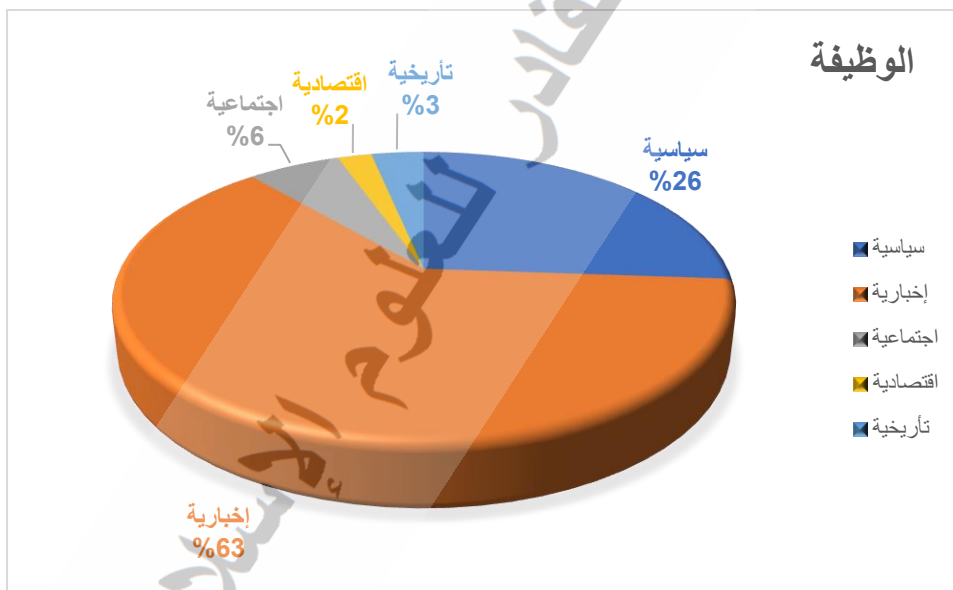
يمثل كل من الجدول والشكل أعلاه الاتجاه الغالب في المواضيع محل الدراسة نحو القضايا أو الأحداث المطروحة، من ذلك يتضح غلبة "الحياد" في الطرح بنسبة 85,67% وهذا ما يؤكد على قيمة "الموضوعية" التي برزت من أهم القيم الأخلاقية التي تم احترامها من خلال المواضيع المدروسة، يليه الاتجاه "السليبي" بنسبة 9,66% الذي تجلّى أساساً في مواضيع الرأي، فمن المعروف أنّ المقالات أو مواضيع الرأي تأتي عادةً لانتقاد ظاهرة معينة أو وضع مُعاش يثير نقمة الجمهور أو فئة منه، فيتم ترجمتها من خلال مقالات الرأي، أما الاتجاه الإيجابي فلم يبرز إلا في نسبة قليلة من المواضيع لم تتجاوز 4,67% والمتمثلة -أيضاً- في مواضيع الرأي، أين تمّ تبيين بعض المبادرات أو المشاريع والإنجازات التي تصبّ في فائدة الشعب، والهدف من ذلك الدفع بالمسؤولين للعمل على تطبيق المزيد من هذه المبادرات.

5-1- فئة الوظائف

الجدول رقم (28) يمثل توزيع فئة الوظائف في المواضيع المدروسة

الوظائف	التكرار	النسبة المئوية
وظيفة سياسية	134	26,12
وظيفة إخبارية	321	62,57
وظيفة اجتماعية	30	5,85
وظيفة اقتصادية	11	2,14
وظيفة تاريخية	17	3,31
المجموع	513	100

الشكل رقم (7) يمثل توزيع نسب الوظائف في المواضيع المدروسة



تضطلع مهنة الصحافة بالعديد من الوظائف التي تؤديها لفائدة المجتمع باعتبارها جزءاً من النسق الاجتماعي، وهذا ما تمّ رصده من خلال الجدول والشكل أعلاه، ولا يختلف اثنان على أنّ الوظيفة الإخبارية هي أهم وظيفة تقوم بها الصحافة، وهذا ما اتضح من خلال تصدّرها الوظائف الأخرى بنسبة 62,57% تليها الوظيفة السياسية بنسبة 26,12% وهذا ما يبيّن لنا النشاط السياسي المتسارع والذي يحتاج دوماً إلى التغطية، بالإضافة إلى توجّه الاهتمام عادة نحو الأخبار السياسية التي تمثل عصب الحياة في أي دولة، والتي تنبني عليها بقية المجالات الأخرى، أما الوظيفة الاجتماعية، والتي تقوم الصحافة من خلالها

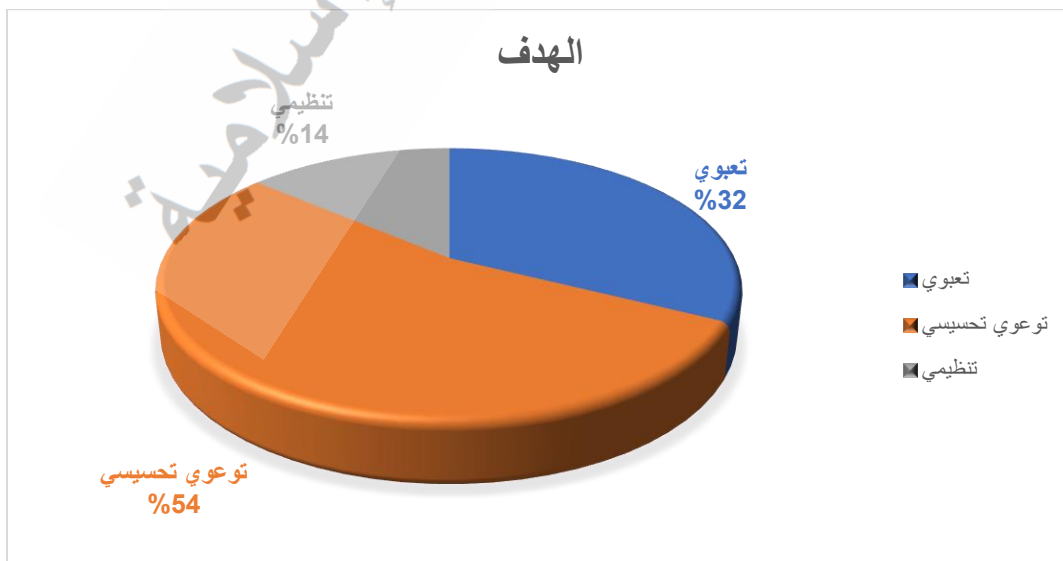
بالتركيز على القضايا والظواهر الاجتماعية -الإيجابية أو السلبية- المنتشرة في المجتمع، فقد ظهرت في عينة الدراسة بنسبة 5,85% مُتمثلة أساساً في ركن "قضايا المجتمع"، تليها الوظيفة التاريخية بنسبة 3,31% من خلال مواضيع تزامنت مع بعض المناسبات الوطنية كعيد الاستقلال، وذكرى اندلاع الثورة، وبعض المناسبات الأخرى، والتي عملت فيها الصحيفة الإلكترونية على التماشي مع هذه الأحداث بإحياء ذكرى بعض الشخصيات، وإعادة سرد بعض الوقائع التاريخية بهدف المحافظة على ذلك الرابط بين الماضي والحاضر. أما الوظيفة الاقتصادية فلم تتجاوز نسبة ظهورها 2,14% وذلك لعدم تخصيص ركن لهذا المجال، وكذا قلة الاهتمام به، وقد يعود ذلك إما لركود المجال الاقتصادي في الجزائر أو غياب المتخصصين بهذه المواضيع في الصحيفة أو لصعوبة توضيحها وتبسيطها للمتلقي.

6-1- فئة الهدف

الجدول رقم (29) يمثل توزيع فئة الهدف في المواضيع المدروسة

الهدف	التكرار	النسبة المئوية
تعبوي	104	32,40
توعوي تحسيبي	173	53,89
تنظيمي	44	13,71
المجموع	321	100

الشكل رقم (8) يمثل توزيع نسب الأهداف في المواضيع المدروسة



يبتغي الصحفي عادة من خلال المادة الإعلامية التي يقدمها لجمهوره تحقيق هدف معين، ويتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أهم الأهداف الواردة من خلال العينة المدروسة، وقد جاء على رأسها الهدف "التوعوي والتحسيسي" بنسبة 53,89%، أين يسعى الصحفي عن طريق المادة التي ينشرها إلى توعية الجمهور بالظواهر سواء الإيجابية أو السلبية، من أجل اتخاذ موقف صائب تجاهها يتجلى بعد ذلك في سلوكيات إيجابية وملائمة، أما الهدف الثاني الذي تم رصدته فقد جاء "تعبوياً" بنسبة 32,40% تجاه القضايا والأحداث الراهنة، في سبيل تكوين رأي عام واعي، قادر على اتخاذ القرارات الصائبة والقيام بالتصرفات اللازمة، أما الهدف التنظيمي فلم يحتلّ حيزاً واسعاً في عينة الدراسة، إذ لم تتجاوز نسبته 13,71% وقد شمل المواضيع الروتينية التي تحمل في طياتها بعض الإرشادات والتوجيهات التنظيمية والإدارية لمؤسسات الدولة ومصالحها.

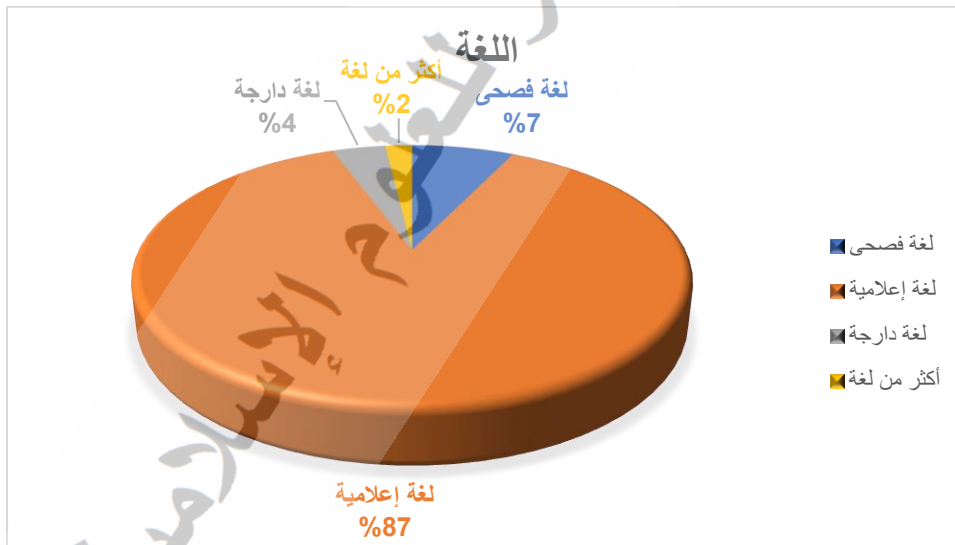
2- تحليل فئات الشكل (كيف قيل)

1-2- فئة اللغة

الجدول رقم (30) يمثّل طبيعة اللغة المستخدمة في المواضيع المدروسة

اللغة	التكرار	النسبة المئوية
لغة عربية فصحي	23	7,16
لغة إعلامية تراعي مستوى الجمهور	280	87,23
لغة دارجة	12	3,74
استخدام أكثر من لغة	06	1,87
المجموع	321	100

الشكل رقم (9) يوضّح طبيعة اللغة المستخدمة في المواضيع المدروسة



يتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه -المتعلق بطبيعة اللغة المستخدمة في مواضيع عينة الدراسة- أنّ اللغة الإعلامية هي الأكثر استخداماً بنسبة 87,23%، وهذا ما يدلّنا على احترام الصحيفة الإلكترونية للغة المتناسبة مع طبيعة العمل الإعلامي والمواضيع من جهة، ومع الجمهور بمختلف أطيافه ومستوياته من جهة أخرى، فهي بذلك تتمكن من بلوغ أكبر شريحة من الجماهير، تليها "اللغة الفصحى" بنسبة 7,16% وقد لاحظنا استخدامها على مستوى مقالات الرأي، ذلك أنّها في الغالب لا تُكتب من طرف صحفيين،

وإنما شخصيات مختلفة (أدباء، شخصيات سياسية، مؤرخين، أساتذة جامعيين...) بالتالي فبعدهم عن المجال الإعلامي ومقتضياته يُعدهم نوعاً ما عن استخدام اللغة الملائمة لمخاطبة مختلف مستويات الجماهير، اللغة "الدارجة" هي الأخرى وردت في المواضيع المدروسة لكن بنسبة قليلة لم تتجاوز 3,74%، وقد جاءت هي أيضاً في مواضيع الرأي، للتعبير عن بعض الأفكار المستقاة من الحياة اليومية ومن نبض الشارع، فلا توجد وسيلة أحسن للتعبير عنها من العبارات التي وردت بها بالدارجة أساساً، أما عن استخدام "أكثر من لغة" في المواضيع، فقد ورد بنسبة 1,87% من خلال بعض الكلمات والعبارات المستوحاة من الواقع المُعاش، أو بعض المصطلحات المتفق عليها والمستخدمة كثيراً في الجزائر.

وللإشارة يوفر موقع الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين نسختين، الأولى بالفرنسية والثانية بالإنجليزية من خلال 3 صحفيين مسؤولين عن ترجمة بعض المواضيع يومياً والتي تتراوح بين 3 إلى 6 مواضيع يومياً باللغتين الفرنسية والإنجليزية، فإذا قَدِّنا عدد المواضيع اليومية بـ 50 موضوعاً يُترجم منها 5 فإنَّ النسبة ستُقارب 10% وهذا ما يعدّ قليلاً جداً مقارنة مع العدد الكبير جداً من المواضيع المنشورة يومياً على الموقع، وهذا ما يدلُّنا على نقص الاهتمام بتعدد اللغات والتكيز على العربية فقط، وهذا ما يختلف مع النتيجة التي توصلت إليها دراسة حلمي محسب¹ التي أكدت أنَّ نسبة استخدام صحف الدراسة لديه والتي شملت صحيفتي الـ CNN الموقع الدولي، وموقع فضائية الجزيرة، حيث كانت نسبة استخدام اللغات غير العربية هو 100%، وأشارت الدراسة إلى أنَّ موقع CNN قد استخدم ستّ لغات، في حين استخدم موقع الجزيرة لغتين فقط، مثل موقع الشروق أون لاين الذي أتاح هو الآخر لغتين فقط إضافة إلى العربية.

2-2- فئة التطبيقات التفاعلية

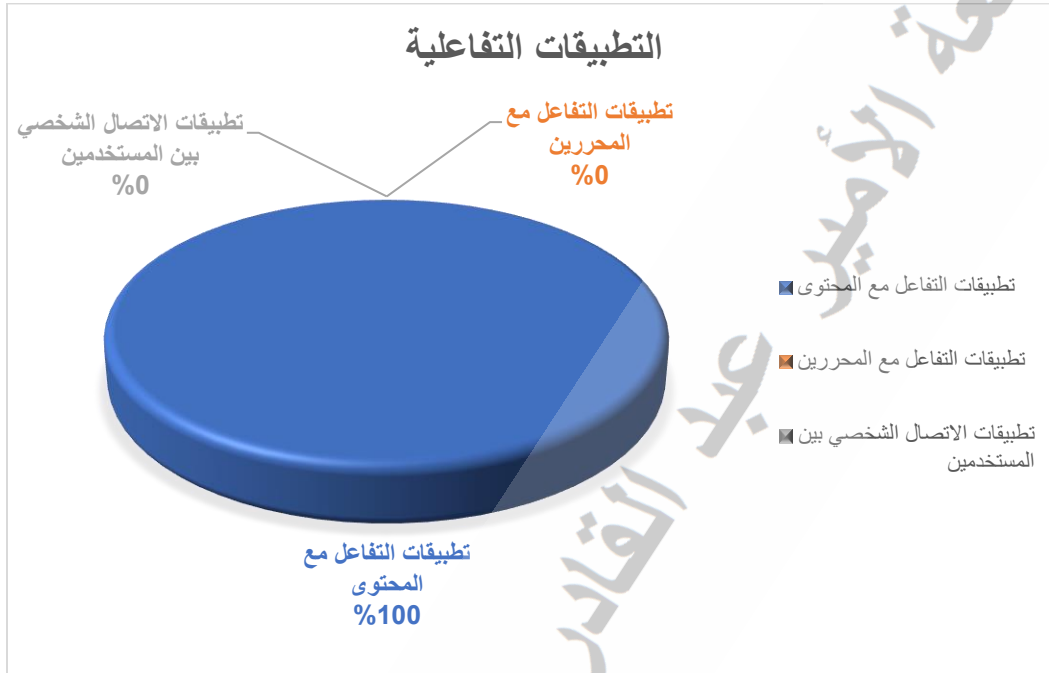
الجدول رقم (31) يمثل توزيع فئة التطبيقات التفاعلية في المواضيع المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	التطبيقات التفاعلية
100	321	تطبيقات التفاعل مع المحتوى
00	00	تطبيقات التفاعل مع المحررين
00	00	تطبيقات الاتصال الشخصي بين المستخدمين

¹ حلمي محسب، قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الانترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة و CNN، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 29، جانفي-مارس 2008، القاهرة (مصر)، ص 237.

100	321	المجموع
-----	-----	---------

الجدول رقم (10) يوضح التطبيقات التفاعلية المُستخدمة في عينة الدراسة



تعتبر التطبيقات التفاعلية من أهم العناصر التي تميز الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها التقليدية، وتنقسم أساساً إلى ثلاثة أقسام: تطبيقات التفاعل مع المحتوى، تطبيقات التفاعل مع المحررين وأخيراً تطبيقات التفاعل الشخصي بين المُستخدمين، وكلما زاد تنوع هذه التطبيقات، ارتقت قيمة التفاعلية وتمّ إشراك الجمهور أكثر في صناعة المحتوى، لكن ما تمت ملاحظته من خلال الدراسة التحليلية، أنّ الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" قد فتحت الباب أمام نوع واحد فقط من التطبيقات التفاعلية وهو "تطبيقات التفاعل مع المحتوى" بنسبة 100% أي في جميع المواضيع محلّ الدراسة، وذلك عن طريق خدمة التعليقات في نهاية كل موضوع.

وتتوافق نتائج الدراسة فيما يتعلّق بغياب تطبيقات التفاعل مع المحرّرين مع العديد من الدراسات السابقة التي إمّا توفر سبل التفاعل معهم بشكل ضئيل جداً أو لا توفرها تماماً، منها -على سبيل المثال لا الحصر- دراسة ماجد تزيان التي أظهرت نتائجها أنّ الصحف الإلكترونية الفلسطينية تتيح البريد الإلكتروني لمحرّر المادة المنشورة بنسبة ضعيفة وصلت إلى 17,4% من صحف الدراسة التي بلغت 69 صحيفة¹، كما

¹ ماجد تزيان، مرجع سابق، ص 199.

تتوافق مع نتائج دراسة سعيد الغريب النجار التي أشارت إلى أنّ 11,3% من صحف الدراسة تتيح إمكانية الاتصال بمحرري القصص الإخبارية لموقع الصحيفة¹، وهذا ما يعزّز ما ذهب إليه Schultz في دراسته، حيث أكد أنّ العديد من الصّحف الإلكترونية تُستخدم كصورة مُطابقة للصّحف المطبوعة، أو كوسيلة لإعادة نشر نفس المحتوى الصحفي للنسخة المطبوعة من الجريدة².

وهي نفس النتيجة التي توصل إليها حلمي محسب في دراسته التي بيّنت أن صحيفتي الدراسة، لم تستخدم بريدًا خاصًا لمحرر المادة المنشورة، وأرجع محسب ذلك بالنسبة للصحف العربية إلى أنها مازالت تنشر نفس المواد المنشورة في الصحف الورقية، وبالتالي ليس هناك علاقة بين المحرر وما يُنشر في الصحف الإلكترونية، الأمر الذي لا يتطلب إضافة بريده الإلكتروني مع الخبر، في حين استخدمت الصحيفتان الأمريكيتان هذه الخدمة³.

وهذا ما لاحظته الباحثة عند إجراء الدراسة التحليلية، إذ أنّ المواضيع المنشورة، كانت تُنشر تبعاً لكتابها بإحدى الصيغ التي يوضحها الجدول أدناه:

الجدول رقم (32) يبين صيغ نشر المواضيع تبعاً لكتابها

صاحب المادة المنشورة	التكرار	النسبة المئوية
الشروق أون لاين	126	39,25
صحفي بالموقع الإلكتروني	13	4,05
صحفي بالجريدة الورقية	120	37,39
مراسل	35	10,90
كُتاب متعاقدين	27	8,41
المجموع	321	100

¹ سعيد الغريب النجار، "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي "الإعلام الدولي: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد" جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، مطبعة جامعة البحرين، البحرين، ص 573.

² T. Schultz, "Interactive Option in Online Journalism : a Content Analysis of 100 U.S. Newspaper" Journal of computer-mediated-communication. Volume 5. Issue 1,1999.

³ حلمي محسب، مرجع سابق، ص 212.

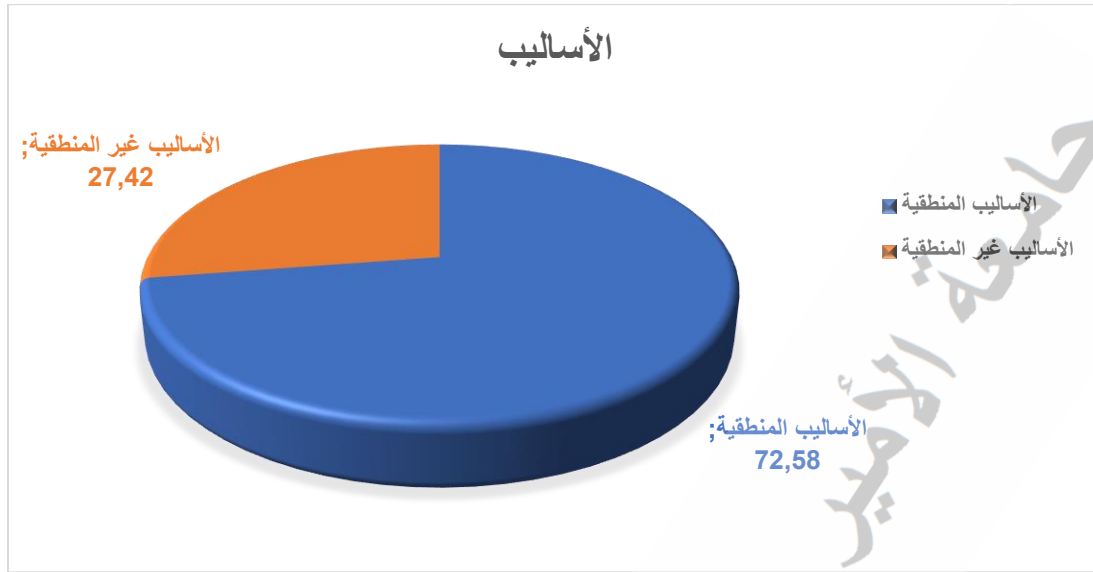
يتضح من خلال الجدول أعلاه أنّ المواضيع التي تُنشر على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، تأخذ عدّة أشكال وصيغ، جاء على رأسها المواضيع التي تُنسب للموقع عامة تحت مسمى "الشروق أون لاين" بنسبة %39,25 وعن تفسير هذه الصيغة أجابت الصحيفة خديجة عليواش في المقابلة التي أجريناها معها، أنّهم يلجأون إليها عندما تكون المادة المنشورة ليست من إنجاز الصحفي بدرجة كبيرة، أي يكون قد عمل على جمع المادة وتنسيقها فقط دون المساهمة في التحرير، كذلك في بعض الأحيان عندما يكون الموضوع مستقى من وكالات الأنباء دون تغييرات كبيرة، بالتالي هذه الصيغة تُستخدم في المواضيع الجاهزة، أما عن المواضيع التي تُنسب إلى صحفيي الجريدة الورقية "الشروق اليومي" فقد وردت بنسبة عالية هي الأخرى بلغت %37,39 وهذا ما يؤكد النتيجة المُشار إليها سابقاً، على أنّ الصحف الإلكترونية العربية -الجزائرية هنا- هي فضاء لإعادة نشر نفس مواد الصحف الورقية، فهي لم تتمكن من الاستقلال عنها بعد، وما يزيد تأكيد ذلك هي النسبة الضئيلة جداً للمواضيع التي يساهم بها الصحفيون العاملون بالموقع، إذ لم تتجاوز %4,05.

3-2- فئة الأساليب

الجدول رقم (33) يمثل توزيع فئة أنواع الأساليب في المواضيع المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	الأساليب
72,58	315	الأساليب المنطقية
27,42	119	الأساليب غير المنطقية
100	434	المجموع

الشكل رقم (11) يمثل توزيع أنواع الأساليب في المواضيع المدروسة



يعتمد الصحفي أثناء كتابة المادة الإعلامية التي سينشرها على مجموعة من الأساليب التي تهدف إلى إقناع الجمهور بالأفكار والمعلومات والمعتقدات وكذا الآراء والتوجهات المُتضمنة في موضوعه، فهو عن طريق هذه الأساليب يرتب محتوى الرسالة بما يتضمنه من معلومات وحجج وأدلة وأمثلة وأسانيد بطريقة تساعد على تحقيق الهدف وهو الإقناع، ويتضح من خلال الجدول والشكل أعلاه أنّ المواضيع المنشورة في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين قد اتّسمت باعتمادها على الأساليب المنطقية بالدرجة الأولى، حيث بلغت نسبتها 72,58% فيما لم تتجاوز نسبة الأساليب غير المنطقية 27,42%، وفي الجدولين المواليين سيتم توضيح مؤشرات كلّ من الأسلوبين.

الجدول رقم (34) يمثل توزيع مؤشرات الأساليب المنطقية في المواضيع المدروسة

مؤشرات الأساليب المنطقية	ك	%
الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية	103	32,70
تدعيم الموضوع بالوثائق الرسمية والشهادات الحية	25	7,94
تقديم الأرقام والإحصائيات	97	30,79
تقديم وجهة النظر الأخرى (الرأي الآخر)	90	28,57
المجموع	315	100

يتّضح من خلال الجدول أعلاه أنّ الاستمالات المنطقية قد أخذت عدّة أشكال في المضامين المدروسة، جاء على رأسها "الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية" بنسبة 32,70% إذ يعمل

الصحفي على تضمين موضوعه بأكبر قدر من المعلومات والأحداث ليجيب على أول سؤال يتبادر إلى ذهن المتلقي وهو "ماذا حدث؟"، يليه "تقديم الأرقام والإحصائيات" بنسبة بلغت 30,79% فالصحفي من خلال هذه الأرقام يبيّن للمتلقّي مدى اطلاعه وإحاطته بالموضوع، وكذا حرصه على تقديم كلّ التفاصيل التي من الممكن أن تعود بالفائدة على شريحة واسعة من المجتمع، كما لجأ الصحفيون في المواضيع المنشورة إلى "تقديم وجهة النظر الأخرى" أي الحرص على تعدّد الآراء بنسبة 28,57% من أجل ضمان الموضوعية والوقوف على الحياد إلى أقصى درجة، فمهمة الصحفي هي تقديم الآراء دون التدخّل فيها أو التحييز إلى رأي دون آخر، وهذا ما يعزّز ثقة الجمهور في المؤسسة الإعلامية ككلّ، أما عن الأساليب المنطقية الأقلّ استخداماً في المضامين المدروسة، فلم يتجاوز "تدعيم المواضيع بالوثائق الرسمية والشهادات الحية" النسبة 7,94%.

الجدول رقم (35) يمثل توزيع مؤشرات الأساليب غير المنطقية في المواضيع المدروسة

مؤشرات الأساليب غير المنطقية	ك	%
الترغيب	86	72,27
الترهيب	33	27,73
المجموع	119	100

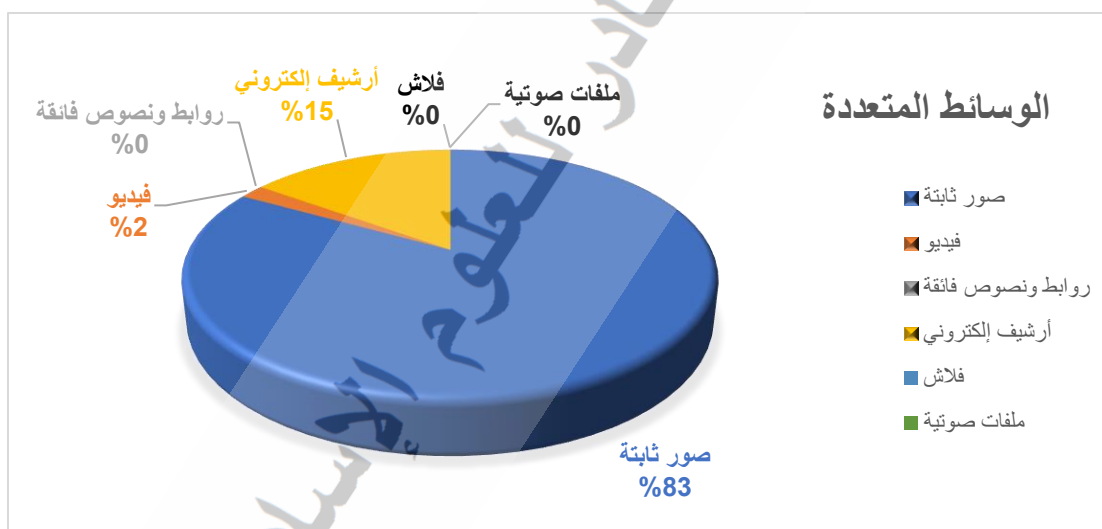
يتمحور الجدول أعلاه حول مؤشرات الأساليب غير المنطقية التي وردت في المواضيع المدروسة من عينة الدراسة التحليلية، والتي يبدو جلياً أنّها لم تُستخدم بدرجة كبيرة مقارنة بالأساليب المنطقية، وقد توزعت - الأساليب غير المنطقية - على مؤشرين أساسيين؛ أوّلها أساليب "الترغيب" والتي شكلت 72,27% من مجموعها، وقد تركّزت في المواضيع التي تحمل في طياتها دعوة إلى التشجيع على بعض السلوكيات المحمودة في المجتمع والحثّ على نشرها، كالصدقة والتسامح والتعاون وصلّة الأرحام، إذ تمّ ربطها ببعض الآيات القرآنية والأحاديث النبوية وقصص السلف الصالح وكذا بعض الحكايات المتداولة في تراثنا المحليّ، فيما لم يتجاوز أسلوب "الترهيب" النسبة 27,73% أين ارتبط بالتحذير من العديد من التصرفات السيئة والتي تنعكس سلباً على المجتمع وتعود عليه بعواقب وخيمة.

4-2- فئة الوسائط المتعددة

الجدول رقم (36) يمثل توزيع فئة الوسائط المتعددة في المواضيع المدروسة

النسبة المئوية	التكرار	الوسائط المتعددة
83,16	321	صور ثابتة
1,81	07	فيديو
-	-	روابط ونصوص فائقة
-	-	فلاش
-	-	ملفات صوتية
15,03	58	أرشيف إلكتروني
100	386	المجموع

الشكل رقم (12) يمثل فئة الوسائط المتعددة



علاوة على التطبيقات التفاعلية -المذكورة سابقاً- تعدّ الوسائط المتعددة المستخدمة في المواد الإعلامية أحد أهم المظاهر الجديدة المُميّزة لمضامين الصحافة الإلكترونية، ويتّضح من خلال الجدول أعلاه، أنّ الموقع قد اعتمد على الصور الثابتة بالدرجة الأولى كأهم وسيط توضيحي مرافق للمواضيع بنسبة 83,16%، كان يتواجد دائماً في أعلى الموضوع مقابلاً للعنوان، وفي بعض الأحيان كانت تُدرج مجموعة من الصور في صلب الموضوع كوسيلة من الوسائل الإيضاحية، إذ أنّ الصورة تعطي قوة للمادة التحريرية المرافقة لها، مما يزيد من تفاعلية المستخدمين مع هذه المادة الحقيقية، حيث تُعتبر الصورة لغة يفهمها كل من يعيش

على الكرة الأرضية، ولديها قدرة لإلغاء الفروق بين الثقافات، وربط الإنسان بعائلته الكبرى (البشرية)، وتعكس الحياة والأحداث بصدق، وتسمح أن يُشارك الإنسان الآخرين آمالهم وطموحاتهم ويصبح الإنسان بواسطتها شاهد عيان على الأحداث والمواقف¹. وتختلف نتائج دراستنا في هذا الصدد مع نتائج دراسة ماجد تربان التي أظهرت أنّ نسبة استخدام الصورة في مواقع الدراسة بلغت 20,3% وأنّ 79,7% من صحف الدراسة لا تدعم وجود صور مصاحبة للموضوعات المنشورة².

يليه الأرشيف الإلكتروني بنسبة 15,03% بشكل صور أرشيفية سابقة الاستعمال يُعاد توظيفها حسب الحاجة، أما وسيط "الفيديو" فلم يتم الاعتماد عليه إلا بنسبة ضئيلة قُدّرت بـ 1,81%، ويعود ذلك حسب تقدير الباحثة إلى تخصيص الموقع لركن خاص تحت مسمى "الميليميديا" يُدرج على مستواه فيديوهات مُنجزه من طرف صحفيي موقع الشروق أون لاين تُلخّص بعض الأحداث أو التطورات في بعض القضايا المثيرة للجدل، لكن ورغم ذلك هذا الأمر لا يبرّر هذه النسبة الضئيلة جداً للفيديوهات المصاحبة للمادة التحريرية في المواضيع المنشورة. في حين انعدم استخدام العديد من الوسائط المتعددة أهمها "الروابط التشعبية والنصوص الفائقة" تماماً في المواضيع المنشورة، سواء الروابط الداخلية، أو الخارجية، ويرجع هذا حسب الصحفي "محمد هوازي" إلى تعقيد عملية إدراج هذه الروابط واحتياجها لبعض الوقت، وهذا ما لا يملكه الصحفي الإلكتروني خاصة، مع قلة عدد العاملين بموقع الشروق أون لاين، ما يلقي على عاتق كلّ منهم مسؤوليات أكبر تشغل الكثير من وقتهم³. وتجد الإشارة في هذا الصدد إلى أنّ استخدام خاصية الروابط التشعبية تحتاج إلى متابعة من قبل المحرّر، لأنّ إدراج هذه الخاصية يقع على عاتق المُحرّر، حيث يجب عليه أن ينتقي ما يمكن اختصاره من المادة التحريرية، ووضع رابط تشعبي له في حال احتياج المُستخدم إلى المزيد من التفاصيل، كما أنّها تحتاج إلى جهد تقني وفني يدعم هذه الخاصية⁴.

كما أشار في هذا الصدد إلى أنّ الروابط التشعبية الداخلية -داخل الموقع- أكثر أهمية من نظيرتها الخارجية، لأنّ التوجه العام وإحصائيات المواقع باتت تركز اليوم على المدّة التي يتمّ فيها الحفاظ على الزائر

¹ Bussele Michael, « Guide To Photographing Landscapes and Gardens », rockport publishers, 2002, p1.

² ماجد تربان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة (مصر)، ص 203.

³ مقابلة شخصية مع: محمد هوازي، صحفي محرّر في موقع الشروق أون لاين، بتاريخ 31 جويلية 2019.

⁴ ماجد فضل صقر حبيب، النفاذية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية-دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2014، ص 175.

داخل الموقع وهذا ما تدعمه الروابط الداخلية، عكس الخارجية التي تشكل خطراً على هذا العامل، لذا بات الاعتماد عليها يتناقص شيئاً فشيئاً¹.

وتتفق هذه النتيجة مع النتائج التي توصلت إليها دراسة **نجوى فهمي**² التي أشارت إلى عدم ربط المضمون الإخباري بمضمون متوافر في أرشيف الجريدة لتوضيح خلفيات الخبر، بالإضافة إلى عدم وجود إحالة للقارئ إلى أيّ موقع آخر قد يحتوي على معلومات إضافية حول الموضوع الذي يتناوله الخبر.

وعند النظر إلى دراسة **نجوى فهمي** والتي أجريت العام 2001م، يجب عدم إغفال أن الصحافة الإلكترونية لم تكن بالتطور التي هي عليه اليوم في العام 2019م، حيث توافرت الكثير من الخدمات الإلكترونية، وأصبح هناك سهولة في استخدام الكثير من الأدوات والتطبيقات التي كانت في السابق معقدة، ويصعب استخدامها، مما يبرز قصور موقع الشروق أون لاين في استخدامه لخاصية النص المتشعب التي تُوفّر على المستخدم الكثير من الوقت والجهد، وتعطيه أكبر كمّ من المعلومات في أقل عدد من الكلمات.

وما يزيد هذه الفكرة يقيناً ما توصلت إليه دراسة **حلمي محسب** التي تختلف عن تلك التي توصلت إليها دراسة **نجوى فهمي**، حيث أشارت -دراسة حلمي محسب- إلى أنّ مواقع الدراسة قد استخدمت النصّ الفائق في مواضيعها بدرجة كبيرة، حيث حصل موقع CNN على نسبة 100% من حيث استخدام النصّ الفائق، إذ قدّمه بطرقه الثلاث (نص فائق خارجي، نص فائق داخلي، نص فائق محلي) فيما أحصى موقع الجزيرة نسبة توظيف للنص الفائق قُدّرت بـ 66,6%، الذي لم يدعم الروابط الخارجية التي تربط المُستخدم بمواقع أخرى خلاف موقع القناة للاستزادة من الموضوعات³، مما يؤكد أنّ عنصر الزمن له تأثير على استخدام الأدوات في الصحافة الإلكترونية.

من الوسائط المتعدّدة التي لوحظ إهمالها وغيبها تماماً عن المواضيع المدروسة على مستوى الموقع نجد "الملفات الصوتية" وكذا تقنية "الFLASH"؛ إذ لم يُسجّل طوال مدة الدراسة استخدام أيّ ملفات صوتية، رغم أنّه من المعروف أنّ الصوت يُعتبر داعماً رئيسياً للمادة التحريرية، بحيث توضع كتأكيد وتوثيق للمادة المنشورة، خاصة عندما يتعلّق الأمر بالشهادات الحيّة أو التصريحات، أمّا تقنية الفلاش فرغم أنّها تقنية برمجية

¹ محمد لهوازي، مرجع سابق.

² نجوى فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت-دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر-ديسمبر 2001، القاهرة-مصر، 242.

³ حلمي محسب، مرجع سابق، ص 239.

ولا تحتاج لجهد بشري كبير، إلا أنّ دراستنا سجّلت غياب تام لهذه التقنية، وترى الباحثة أنّه كان من الأجدر بموقع الشروق أون لاين استخدام هذه التقنية نظير ما تحقّقه من فوائد، نذكر منها¹:

- تقديم نمط جديد للقصص الخبرية يعتمد على تقديم سيناريو الخبر من خلال مجموعة من الصور التي يتم عرضها متتابعة وفقاً لنظام معين.

- تقديم موضوعات وتقارير إخبارية من خلال عرض الشرائح، فيستطيع المستخدم التحكم في زمن عرضها وتقديمها متى شاء.

- إعداد رسوم متحركة لأهداف معلومانية، وإتاحة الفرصة للمستخدم في التحكم بحركة الرسوم.

- إعداد وحدات إخبارية متكاملة، بحيث يحتوي الخبر الواحد على روابط لمشاهدة الفيديو أو

استعراض الخرائط أو معارض الصور أو النصوص الإضافية، وتتجمع كل هذه العناصر في شاشة واحدة.

الجدول رقم (37) يمثل توزيع مؤشرات الصور الثابتة في المواضيع المدروسة

مؤشرات الصور الثابتة	ك	%
صور أصلية غير مركبة	183	57,01
صور مُحسّنة فنياً	95	29,60
صور مأخوذة من مواقع الانترنت	43	13,39
المجموع	321	100

حسب ما تبين من خلال جدول الوسائط المتعدّدة، تحتلّ "الصور الثابتة" المرتبة الأولى من حيث الاعتماد في المواضيع المدروسة، وتوزّع هذه الفئة على 3 مؤشرات تتّضح في الجدول أعلاه، على رأسها "الصور الأصلية غير المركبة" إذ تمّ الاعتماد عليها بنسبة 57,01% وهي الصور المُلتقطه من طرف العاملين بمؤسسة الشروق، ذلك أنّ معظم المواضيع تكون مأخوذة من الجريدة، أي نتيجة عمل الصحفيين والمصورين، تليها "الصور المُحسّنة فنياً" بنسبة 29,6% والتي يتمّ تعديلها من طرف الفنيين العاملين بالموقع باستخدام برامج تعديل الصور على رأسها "الفوتوشوب" وعادة ما تُصمّم هذه الصور في المواضيع الحساسة والمثيرة للجدل، ويتم وضع شعار "مؤسسة الشروق" بها لحمايتها من السرقة أو القرصنة، أما آخر مؤشر للصور الثابتة فهو "الصور المأخوذة من شبكة الانترنت" قد تمّ الاعتماد على هذا النوع بنسبة 13,39%

¹ منار محمد، مرجع سابق، ص 95.

خاصة في المواضيع ذات الطابع الدولي، أو تلك المرتبطة بقضايا اجتماعية أو اقتصادية عامة، تُقدّم من خلالها شروحات أو توجيهات، أو تلك المواضيع المناسبة التي تُستخدم فيها صور متداولة على الشبكة فقط.

الجدول رقم (38) يمثل توزيع مؤشرات الأرشيف الإلكتروني في المواضيع المدروسة

مؤشرات الأرشيف الإلكتروني	ك	%
أرشيف PDF	-	-
أرشيف html	-	-
أرشيف صور	58	100
المجموع	58	100

حسب ما تبين من خلال جدول الوسائط المتعدّدة، يحتلّ "الأرشيف الإلكتروني" المرتبة الثانية من حيث الاعتماد في المواضيع المدروسة، وتوزّع هذه الفئة على 3 مؤشرات تتّضح في الجدول أعلاه، لكن ما تمت ملاحظته من خلال التحليل هو الاعتماد على "أرشيف الصور" فقط، دون النوعين الآخرين، ولدى استفسارنا عن السبب في المقابلة التي أجريناها مع الصحفية "عليواش خديجة" أفادتنا بأنّ أرشيف الموقع قد ضاع جزء كبير منه عند تغيير الشركة المستضيفة للموقع (Dz Security) إلى شركة أخرى، على اعتبار أنّها المسؤولة عن الاحتفاظ بقاعدة بيانات الموقع لديها، بالتالي أثناء عملية نقل الأرشيف من قاعدة البيانات القديمة إلى الجديدة ضاع جزء كبير منه.

ثانياً: عرض جداول الدراسة الميدانية وتحليلها كميّاً

1- وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية

الجدول رقم (39) يوضّح مدى إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب

مدي إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب	ك	%
نعم	20	100
لا	00	00
المجموع	20	100

يُتّضح من خلال الجدول أعلاه أنّ كلّ الصحفيين العاملين بموقع الشروق أون لاین (أي بنسبة 100%) يُتقنون استخدام برمجيات الحاسوب، وهذا أمر طبيعي كون العمل الإلكتروني يعتمد أساساً على الحاسوب وبرمجياته، بالتالي يُعد شرطاً أساسياً لقبول الصحفي للعمل بالمواقع الإلكترونية أن يكون على دراية وإلمام -على الأقل- بالأبجديات.

الجدول رقم (40) يوضّح طرق إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب

طرق إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب	ك	%
تكوين سابق	6	30
تدريب معتمد من طرف المؤسسة	00	00
خبرة ذاتية	14	70
المجموع	20	100

يُوضّح الجدول أعلاه طرق إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب، إذ صرّح 70% منهم أنّ إتقانهم ناتج عن خبرة ذاتية، أما 30% فإتقانهم ناتج عن تكوينات سابقة قاموا بها، أما التدريبات المعتمدة من طرف المؤسسة، فقد صرّح الصحفيون أنّ المؤسسة منذ التحاقهم لم تُبرمج لهم أيّ تكوينات في إطار برمجيات الحاسوب، وإتّما أيّ مُلتحق جديد يتعلّم من سابقيه، ثمّ يلحق بهم شيئاً فشيئاً عن طريق الممارسة.

الجدول رقم (41) يوضح أهمية إتقان برمجيات الحاسوب في الولوج إلى الصحافة الإلكترونية

أهمية إتقان برمجيات الحاسوب في الولوج إلى الصحافة الإلكترونية	ك	%
نعم	18	90
لا	02	10
المجموع	20	100

من خلال الجدول أعلاه، أعرب 90% من صحفيي الشروق أون لاين أنّ إتقانهم لاستخدام برمجيات الحاسوب ساعدهم كثيراً في الولوج إلى عالم الصحافة الإلكترونية، على اعتبار استناد جميع العمليات من جمع المادة الإعلامية، إلى ترتيبها ومعالجتها، فنشرها على الحاسوب أساساً، فيما صرّح 10% فقط بكون إتقان العمل بهذه البرمجيات لم يكن له دور في وولوجهم عالم الصحافة الإلكترونية.

الجدول رقم (42) يوضح كيفية ولوج الصحفيين إلى الصحافة الإلكترونية

كيفية ولوج الصحفيين إلى الصحافة الإلكترونية	ك	%
استدعاء من المؤسسة الصحفية	00	00
طلب توظيف في الموقع الإلكتروني التابع للمجمّع	15	75
الانتقال من الصحافة المكتوبة إلى الإلكترونية	5	25
المجموع	20	100

يتبيّن من خلال الأرقام والنسب الواردة في الجدول أعلاه، أنّ 75% من الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني للشروق أون لاين قد التحقوا بمناصبهم نتيجة تقديمهم طلب توظيف في الموقع الإلكتروني التابع للمجمّع، أمّا الـ 25% الأخرى فقد تم نقلها من العمل بالصحيفة المكتوبة إلى الصحيفة الإلكترونية، وهذا ما تمّ بطلب من الصحفيين الذين كانوا أساساً يميلون للعمل الإلكتروني، وهذا يعدّ جانباً إيجابياً في الانطلاقة الأساسية للموقع، إذ أنّ الصحفي قد اكتسب خبرة وقاعدة متينة من خلال العمل بالصحيفة المكتوبة، ليضيف لها بعد ذلك الخبرة بالعمل الإلكتروني، ما يجعل العمل أكثر إتقاناً وأكثر تلبية لحاجيات ومتطلبات العمل الصحفي، وهو بذلك يتحوّل إلى دعامة أساسية ومرجع يعود إليه الزملاء لاكتساب الخبرة المهنية خاصة في البدايات الأولى، وهذا ما تلجأ إليه جلّ الصّحف إلى توسيع نشاطها من التقليدي إلى

الإلكتروني، فهي بذلك تحافظ على شخصية المؤسسة من خلال صحفيها، وليس الاعتماد على صحفيين جدد يقتصر عملهم على الموقع الإلكتروني فقط.

الجدول رقم (43) يوضح مدى اختلاف العمل في الصحيفة الإلكترونية عن الورقية

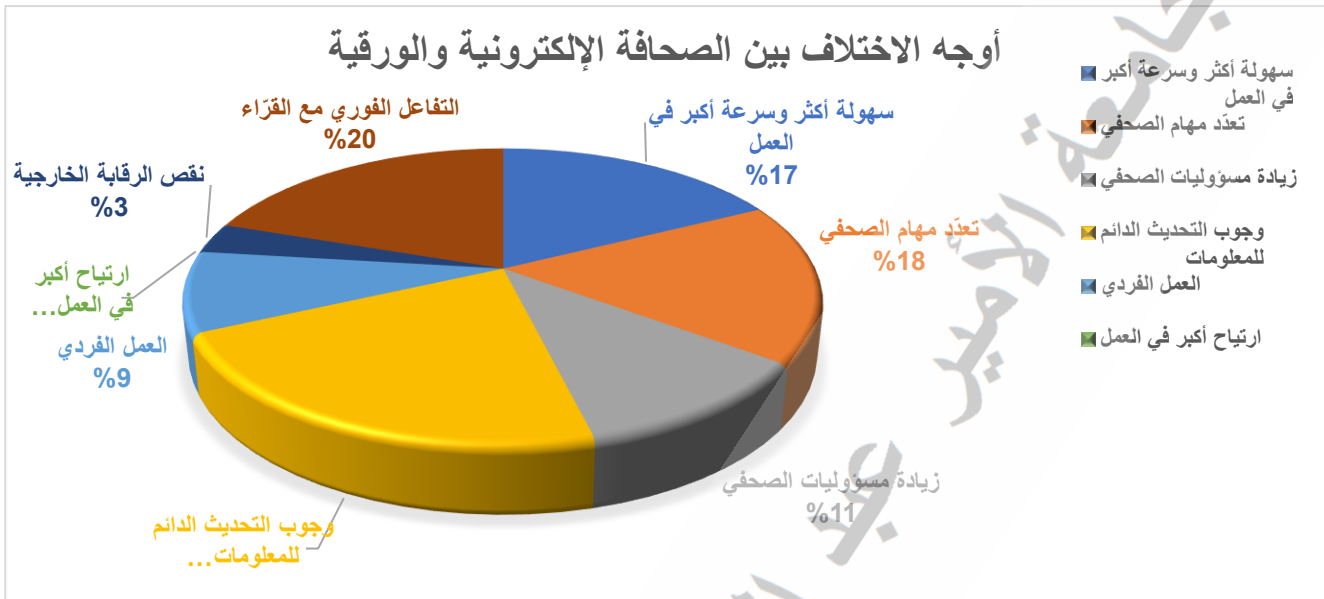
مدي اختلاف العمل في الصحيفة الإلكترونية عن الورقية	ك	%
بشكل كلي	10	50
قليلا	10	50
لا يختلف	00	00
المجموع	20	100

يتمحور الجدول أعلاه حول مدى الاختلاف الذي يلمسه الصحفيون في العمل بين الصحافة الإلكترونية والتقليدية، وقد أكد الجميع على وجود هذا الاختلاف، أما عن مدها، فقد تناصفت النسبة بين "الاختلاف الكلي"، والاختلاف الجزئي لمن اختار الإجابة "قليلاً"، والجدول الموالي كفيل بتوضيح أوجه هذا الاختلاف.

الجدول رقم (44) يوضح أوجه الاختلاف في العمل بين الصحافة الإلكترونية والورقية

أوجه الاختلاف في العمل بين الصحافة الإلكترونية والورقية	ك	%
سهولة أكثر وسرعة أكبر في العمل	16	17,58
تعدد مهام الصحفي	16	17,58
زيادة مسؤوليات الصحفي	10	10,99
وجوب التحديث الدائم للمعلومات	20	21,98
تمتاز بالعمل الفردي	08	8,79
ارتياح أكبر في العمل	00	00
نقص الرقابة الخارجية	03	3,30
التفاعل الفوري مع القراء	18	19,78
المجموع	91	100

الشكل رقم (13) يوضح أوجه الاختلاف في العمل بين الصحافة الإلكترونية والورقية



يعدّ الصحفي أكثر من يستطيع الحكم على طبيعة الممارسة الإعلامية، ذلك أنّه في أرض الميدان ومن يحتك معها يومياً ويُدرك خباياها ومختلف جوانبها، بالتالي هو الأقدر على تقديم أوجه الاختلاف بين العمل في الصحافة الورقية التقليدية والصحافة الإلكترونية، وهذا ما وقفنا عليه من خلال الجدول أعلاه، حيث أشار 21,98% من الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين أنّ "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" هو أهم أوجه الاختلاف، إذ تملك النسخة الورقية للصحيفة حيزاً زمنياً ثابتاً لجمع المعلومات ومعالجتها ومن ثم تحريرها في انتظار صدور العدد المقبل، والذي يُقدّر عادة بـ 24 ساعة، فالصحيفة تصدر يومياً، بالتالي الأعمال تكون مخطّطة ومنظمة ولا تتأثر بالظروف الخارجية، فحتى لو وقع حدث عاجل لا يمكن نشره ويجب الانتظار للعدد الموالي حتى يصدر فيه، لكن الأمر يختلف تماماً في الصحافة الإلكترونية، فالتحديث يجب أن يكون دائماً ومتزامناً مع كل جديد، وهذا ما يفرض ضغطاً كبيراً على الصحفيين، ويجعلهم ملزمين بالبحث عن كل جديد من عدة مصادر، والاستعداد الدائم للتحديث والتجديد.

من جهة أخرى، أكّد 19,78% من الصحفيين أنّ ثاني أوجه الاختلاف بين الصحافة التقليدية والإلكترونية يكمن في "التفاعل الفوري مع القراء" وهذا ما باتت تتيحه التطبيقات التفاعلية التي تأخذ حيزاً أوسع يوماً بعد يوم في الصحف الإلكترونية ومواقع الأنباء وشبكات التواصل الاجتماعي، إلى الحين الذي

أصبح فيه القارئ أو المُستخدم صانعاً للأخبار، فتفاعله لا يقتصر على التعليق على المواد المنشورة فقط، بل في بعض الأحيان هو من يقدّم المعلومة والصورة والفيديو، وهذا ما كان مُنعداً تماماً في الصحف الورقية.

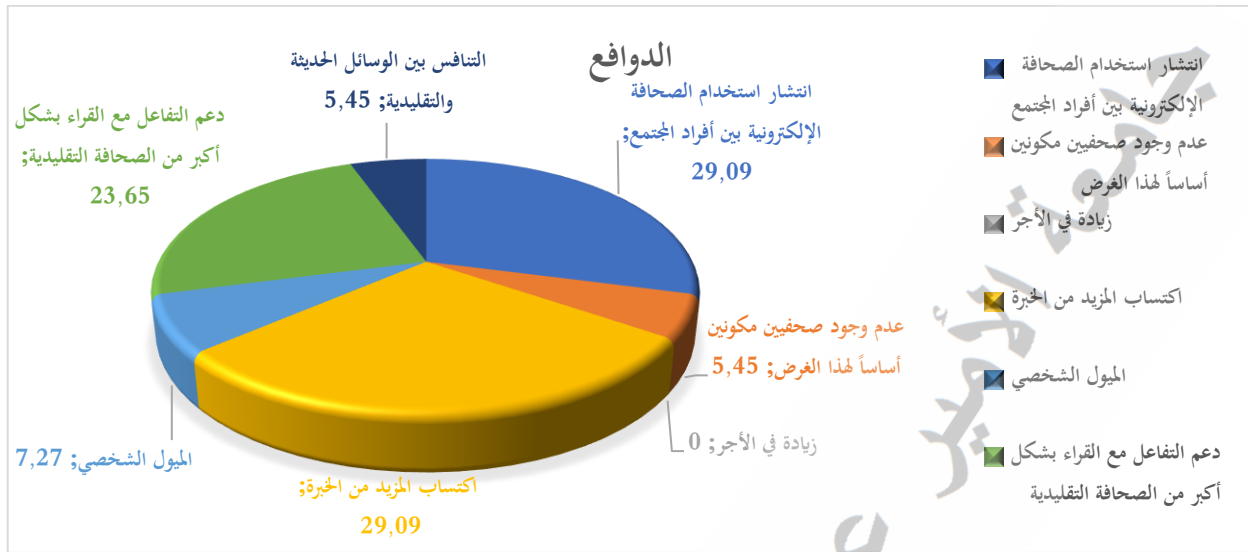
فيما أفاد 17,58% بوجود وجهين مهمين آخرين للاختلاف، أولهما "سهولة أكثر وسرعة أكبر في العمل" وهذا من خلال ما يتيح العمل باستخدام الحاسوب وبرمجياته، والابتعاد بالتالي عن العمل اليدوي الذي يحتاج إلى جهد أكبر ووقت أطول في الإنجاز، وثانيهما "تعدد مهام الصحفي" فحسب ما أفادتنا به الصحفية عليواش خديجة¹ في المقابلة التي أجريناها معها، أنّ كل صحفي عامل بالموقع الإلكتروني ليس له عمل محدد منوط به، بل يُشرف كلّ منهم على العديد من الأعمال حسب ما يتوفر عليه من وقت، فيجمع المادة، ويجرّر المواضيع، ويُحدّث الموقع، ويطلّع على التعليقات ليقوم بتصنيفها واختيار تلك التي لا تحتوي على ما هو مُنافٍ للأخلاقيات والآداب العامة حتى يتم نشرها.

الجدول رقم (45) يوضّح دوافع الصحفيين لتفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية عن الورقية

الدوافع	ك	%
انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع	16	29,09
عدم وجود صحفيين مكّونين أساساً لهذا الغرض	3	5,45
زيادة في الأجر	00	00
اكتساب المزيد من الخبرة	16	29,09
الميول الشخصي	4	7,27
دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحافة التقليدية	13	23,65
التنافس بين الوسائل الحديثة والتقليدية	3	5,45
المجموع	55	100

¹ مقابلة شخصية مع: عليواش خديجة، صحفية محررة في موقع الشروق أون لاين، بتاريخ 31 جويلية 2019.

الشكل رقم (14) يوضح دوافع الصحفيين لتفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية عن الورقية



يدعم الإطار العام الحالي والتطور التكنولوجي الحاصل في جميع المجالات التوجه نحو العمل في الصحف الإلكترونية أكثر من الصحف الورقية، نظير العديد من الأسباب والدوافع الموضحة من خلال الجدول أعلاه، إذ أظهرت الدراسة أنّ أكثر سببين يدفعان بالصحفيين للبحث عن فرص العمل في الصحافة الإلكترونية بنسبة 29,09% هما؛ أولاً "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع"، فحسب رئيس مجلس سلطة ضبط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية "محمد أحمد ناصر" في الندوة الصحفية التي حُصّصت لعرض حصيلة سوق البريد والمواصلات لسلكية واللاسلكية في الجزائر خلال سنة 2017، بلغ عدد المشتركين في شبكات الهاتف الثابت والتّقال 49.897.292 مُشترك، فيما بلغ عدد المشتركين في شبكة الانترنت 34.5 مليون مشترك، بزيادة قُدّرت بـ 21% مقارنة بسنة 2016¹، وثانيهما "السعي لاكتساب المزيد من الخبرة"، فعالم التكنولوجيا في تطور وتحديث مستمر، مما يجعل الخبرات والمعلومات والتقنيات الجديدة في ظهور وتزايد مستمر، والعمل فيه يعني خبرة جديدة في كل لحظة، بالتالي فهي أرض خصبة بالنسبة للصحفيين الذين يهدفون إلى تطوير ذاتهم وتحسين مهاراتهم التحريرية من جهة والتكنولوجية كذلك.

من جهة أخرى أشار 23,65% من الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين، أنّ من دوافع الصحفيين لتفضيل الصحافة الإلكترونية عن الورقية "دعم التفاعل مع القراء" وهذا ما يتوافق بشكل

¹ "50 مليون مشترك في الهاتف الثابت والتّقال وأزيد من 34.5 مليون مشترك في الانترنت سنة 2017"، الإذاعة الجزائرية، نُشر بتاريخ:

23/4/2018، تاريخ الاطلاع: 07/09/2019، متوفر عبر الرابط:

<http://www.radioalgerie.dz/news/ar/article/20180423/139555.html>

كبير مع النتيجة المتوصل إليها من خلال الجدول رقم (15)، بالتالي فعامل التفاعلية قد شكّل فارقاً هائلاً في طبيعة العمل بين العمل الصحفي فيما مضى، وما يشهده علمنا اليوم، إذ بات كل من الصحفي والجمهور على اتصال مباشر وتفاعل دائم، فيوفر الصحفي لجمهوره المعلومات والأخبار التي هم بحاجة لمعرفة، ويطلب الجمهور ما يريد من وسيلته الإعلامية دون حواجز، كما بات له الحقّ -الجمهور- في إبداء رأيه وتقديم انتقاداته وحتى اقتراح البدائل، بل أكثر من ذلك صار الجمهور مصدراً للأخبار ومنبعاً للمواد والوثائق والشهادات الحية، وباتت عملية الاتصال والتواصل تتمّ بكل سلاسة بعيداً عن قيود الزمان والمكان.

2- الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية

الجدول رقم (46) يوضّح مدى التزام الصحافة الإلكترونية بالأسس والتشريعات الأخلاقية

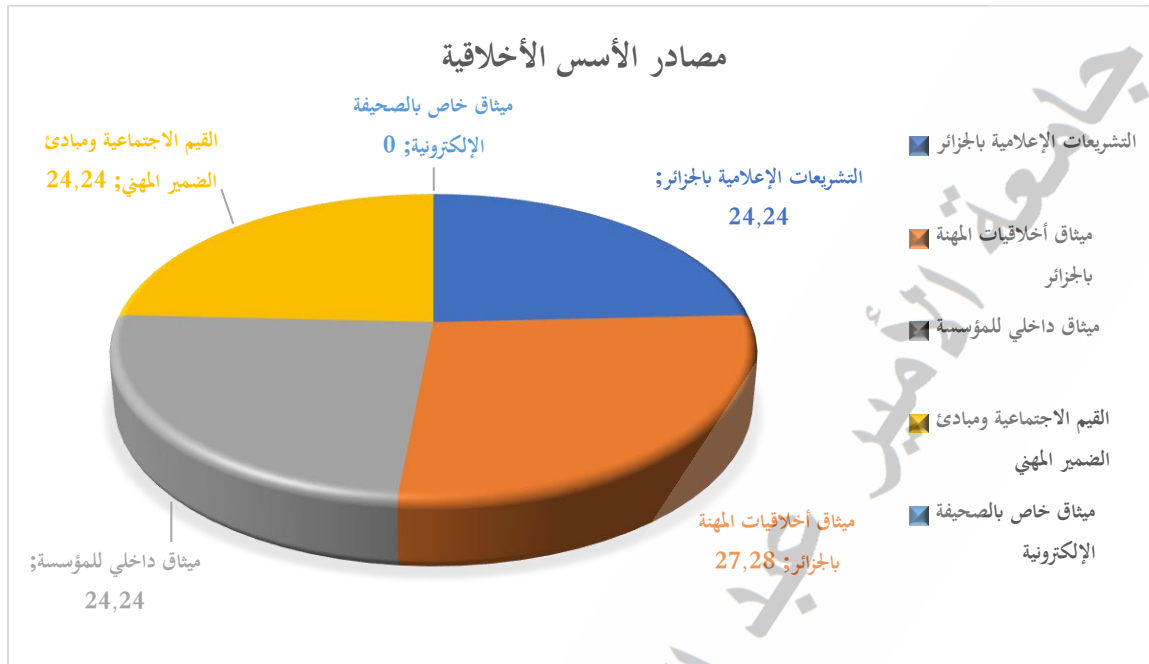
مدى التزام الصحافة الإلكترونية بالأسس والتشريعات الأخلاقية	ك	%
نعم	16	80
لا	4	20
المجموع	20	100

يعدّ احترام الأسس والتشريعات الأخلاقية عموداً أساساً للعمل الإعلامي ومقوماً من مقومات نجاح المؤسسات الإعلامية وضمان مصداقيتها لدى الجمهور، ويتّضح من خلال الجدول أعلاه تأكيد 80% من الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين على التزام صحيفتهم الإلكترونية بالأسس والتشريعات الأخلاقية، فيما نفت الـ 20% المتبقية منهم هذا الالتزام.

الجدول رقم (47) يوضّح مصادر الأسس الأخلاقية التي تعتمد عليها الصحافة الإلكترونية

مصادر الأسس الأخلاقية	ك	%
التشريعات الإعلامية بالجزائر	16	24,24
ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر	18	27,28
ميثاق داخلي للمؤسسة	16	24,24
القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني	16	24,24
ميثاق خاص بالصحيفة الإلكترونية	00	00
المجموع	66	100

الشكل رقم (15) يوضح مصادر الأسس الأخلاقية التي تعتمد عليها الصحيفة الإلكترونية



تستقي المؤسسات الإعلامية والعاملون بها الأسس الأخلاقية التي يعتمد عليها العمل الإعلامي من عدة مصادر، قد تكون داخلية أو خارجية، ومن خلال الجدول أعلاه تمّ رصد أهم المصادر التي تستمد منها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين أسسها الأخلاقية، وقد جاءت على النحو الآتي:

- أوّل وأهم مصدر أخلاقي تعتمد عليه الشروق أون لاين، وأجمع عليه الصحفيون العاملون بها بنسبة 27,28% هو الميثاق الجزائري لأخلاقيات مهنة الصحافة الصادر في شهر أفريل من سنة 2000، أي منذ حوالي 19 سنة، وذلك نظراً لعدم صدور أي ميثاق ينظم أخلاقيات المهنة من بعده رغم كل المستجدات التي شهدتها الساحة الإعلامية سواء العالمية أو الجزائرية، ممّا يطرح الكثير من علامات الاستفهام حول مدى جدوى وفاعلية هذا الميثاق وتناسبه مع واقع الإعلام اليوم في ظل غياب أي مؤسسة رقابية منبثقة عنه تهتم بالرقابة والمتابعة وتسليط العقوبات اللازمة. يلي هذا المصدر بالتساوي وبنسبة 24,24% عدة مصادر هي التشريعات الإعلامية بالجزائر، على غرار القانون العضوي للإعلام 2012 وقانون السمعى البصري 2014، وقانون العقوبات، تليها مصادر، يُمكن القول أنّها معنوية وغير مُلزِمة إلى حدّ بعيد، تتجلى في القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني، والتي تُعدّ أمراً نسبياً من شخص إلى آخر، إضافة إلى الميثاق الداخلي الخاص بمجمّع الشروق، والذي يطلع عليه كلّ ملتحقٍ جديد بالعمل في المجمع (سواء الصحيفة المكتوبة، القنوات التلفزيونية الخاصة وحتى الصحيفة الإلكترونية)، وعند تخصيصنا بالذكر

في أحد الاقتراحات عن وجود ميثاق خاص بالصحيفة الإلكترونية، لم يحصل هذه الخيار على أي نسبة بين المصادر الأخرى، ليتبين لنا أنّ الخلل لا يكمن فقط على مستوى الهيئات المُشَرِّعة فقط، وإنما المؤسسات الإعلامية وخاصة الإلكترونية في حد ذاتها، لم تُول أهمية لجانب الأخلاقيات فلم تكلف نفسها عناء اقتراح ميثاق داخلي من الممكن أن يتحوّل في المستقبل إلى ميثاق جزائري يشمل كافة الصحف الإلكترونية الناشطة.

الجدول رقم (48) يوضّح ترتيب القيم الإعلامية التي تركز عليها الصحيفة الإلكترونية عند النشر

الترتبة	%	ك	القيم الإعلامية
1	15,74	17	المصداقية
2	13,88	15	الموضوعية
3	15,74	17	الدقة والأمانة
4	10,18	11	المسؤولية
5	16,66	18	الحياد
6	15,74	17	التوازن والعدالة في عرض الأخبار
7	12,03	13	الإنصاف
	100	108	المجموع

تخضع عملية النشر الصحفي (سواء في الصحافة التقليدية أو الإلكترونية) إلى مجموعة من الأسس والمبادئ، يرتبط جانب منها بفنيات التحرير، أين يقوم الصحفي بتحويل الوقائع و الأحداث و الآراء و الأفكار و الخبرات من إطار التصور الذهني و الفكري إلى لغة إعلامية تتناسب والمستوى العام للجمهور وتجيّب عن تساؤلاته، أمّا الجانب الآخر من الأسس التي تحكم عملية النشر، فهي المبادئ والقيم الأخلاقية، وقد قمنا من خلال الجدول أعلاه برصد مجموعة من هذه القيم الإعلامية بهدف ترتيبها من طرف الصحفيين محل الدراسة لتسليط الضوء على أولويات النشر في الصحافة الإلكترونية، وقد تمّ ذلك على النحو الآتي:

- احتلت قيمة **المصداقية** المرتبة الأولى بنسبة 15,74% من حيث القيم التي يتمّ التركيز عليها عند النشر في الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، وهذا ما يعني أنّها تعطي أهمية كبيرة لتحرّي موثوقية المصادر التي تستقي منها أخبارها، كما تحرص على تنويعها والتأكد من المعلومة من عدد من المصادر قبل

نشرها، ذلك أنّ دقة وصحة المعلومات جزء مهم في تحديد مصداقية أي مؤسسة اعلامية معروفة وذات قيمة، وأي خطأ في الخبر أو التقرير، مهما كان صغيراً، يعرض مصداقية وقيمة المؤسسة الإعلامية للخطر، فتفقد تلك المؤسسة مصداقيتها وشعبيتها بين الناس، فلا يهتمون من جديد بالأخبار والتقارير التي تصدرها.

- جاءت الموضوعية في المرتبة الثانية من حيث أهم القيم بالنسبة للصحيفة الإلكترونية محل الدراسة، وذلك بنسبة 13,88%، ويقع تحقيق هذه القيمة على عاتق الصحفي بعد حصوله على المعلومات من مصادرها، إذ يتوجب عليه فصل الآراء والتوجهات عن الحقيقة، وتقديمها كما هي للجمهور حتى يتسنى للجمهور الحصول على كل المعلومات اللازمة، حول قضية، أو حدث من الأحداث، وبالتالي تكوين رأي عام واعي قادر على اتخاذ القرارات المناسبة وإبداء السلوكيات السليمة.

- يرى 15,74% من العاملين بالشروق أون لاين أنّ الدقة والأمانة ثالث أهم القيم الإعلامية الواجب على الصحفي تحريها أثناء نشره للأخبار في وسيلته الإعلامية، خاصة على مستوى الصحافة الإلكترونية، أين بات من الصعب التفريق بين الحقائق والإشاعات، لذلك أصبح لزاماً على الصحفي التحقق أكثر من المعلومات والأرقام التي يحصل عليها قبل نشرها للجمهور.

- لا بد للمؤسسة الإعلامية أولاً والصحفي ثانياً تحمّل مسؤولية الأخبار التي يتم نشرها، لهذا اتفق 10,18% من الصحفيين على احتلالها المرتبة الرابعة من حيث أهم القيم الإعلامية الواجب احترامها أثناء النشر، بمعنى لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته، فعلى قدر التأني في نشر الأخبار، تقلّ التبعات المترتبة عن الأخطاء.

- يمثل الحياد وجهاً آخر للموضوعية، أين يقوم الصحفي بتغطية الأحداث ونقل الأخبار كما هي دون الميل لطرف ما، أو ترجيح الكفة لدى أحدهم ودون إبداء الرأي، وقد احتلت هذه القيمة المرتبة الخامسة في ترتيب القيم الإعلامية لدى 16,66% من المبحوثين.

- مراعاة التوازن والعدالة في عرض الأخبار جاءت كسادس قيمة من حيث الترتيب في نظر 15,74% من الصحفيين، أين يجب على الصحفي لتحقيقها السعي إلى تغطية الأخبار ونشر القضايا والأحداث التي تهم الرأي العام وتثير الجدل لديه، إضافة إلى توفير أكبر قدر من المعلومات حولها، حتى يتمكن الجمهور من تكوين فكرة وافية حولها وتشكيل رأي عام ذي أسس وقواعد ثابتة.

- جاء الإنصاف في ذيل ترتيب القيم الإعلامية حسب %12,03 من الصحفيين، وتنطوي هذه القيمة على أهمية كبيرة إذ أنّ الصحفي باحترامه لهذه القيمة يتجنّب العديد من الانتهاكات كالتشهير وانتهاك الحياة الخاصة للأفراد والإساءة إلى كرامتهم وسمعتهم.

الجدول رقم (49) يوضّح ترتيب أهم انتهاكات العمل الصحفي حسب رأي الصحفيين

الرتبة	%	ك	انتهاكات العمل الصحفي
1	13,33	12	نشر الأخبار الكاذبة
2	13,33	12	السبّ والقذف
3	12,22	11	إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي
4	14,44	13	انتهاك أسرار الحياة الخاصة
5	13,33	12	إفشاء أسرار العدالة
6	15,55	14	الدعوة إلى قلب النظام
7	14,44	13	عدم الانصياع للقوانين
8	12,22	11	التحريض على الجريمة
	100	90	المجموع

تحاول الهيئات العمومية ومؤسسات الدولة تنظيم مختلف القطاعات من خلال سنّ قوانين ولوائح تتضمن عقوبات متفاوتة الدرجات، وقطاع الإعلام هو الآخر، وفي محاولة من السلطة للحدّ من الانتهاكات التي يعرفها وضعت مجموعة من العقوبات مُتضمّنة في القانون العضوي للإعلام 2012 وكذا في قانون العقوبات، ورغم ذلك تتعدّد وتنوع الانتهاكات، ومن خلال الجدول أعلاه حاولنا رصد وترتيب الانتهاكات التي تعرفها الصحافة الإلكترونية في الجزائر، وقد جاءت على النحو الآتي:

- جاءت "جرائم الإفشاء والتضليل" لتحتل المرتبة الأولى بنسبة %13,33 من أكثر الانتهاكات انتشاراً والمتتمثل في نشر الأخبار الكاذبة والترويج للإشاعات، وهذا أمر منطقي نظير الانتشار الواسع لمنصات الأخبار الناشطة بطريقة عشوائية، فكلّ من يملك جهاز حاسوب واتصال بشبكة الانترنت يمكنه إنشاء صفحة في أي مجال شاء، ويعدّ مجال الأخبار أكثر المجالات استقطاباً للناس، من جهة أخرى السرعة التي يفرضها العالم الإلكتروني تحول دون إيجاد الوقت الكافي للتحقق من صحة الأخبار والمعلومات في ظل التسابق المحموم علىسبق الصحفي والأخبار الحصرية، وجلب أكبر عدد من المشاهدات والزيارات

للصفحات لكسب المزيد من المعلنين، بالتالي يمثل هذا الانتهاك ضربة قاصمة لمصدقية الوسائل الإعلامية الإلكترونية لدى الجمهور.

- احتلت "جرائم العدوان على الاعتبار" المرتبة الثانية بين أكثر الانتهاكات انتشاراً في الأوساط الإلكترونية، نظير تفشي السبّ والقذف حسب 13,33% من المبحوثين، ويعود انتشار هذا النوع من الانتهاكات إلى غياب الرقابة القبلية، فالمواضيع التي يكتبها الصحفيون أو أصحاب المواضيع تمرّ مباشرة للنشر دون مراقبتها من طرف رؤساء الأقسام أو التحرير، وهو المتعارف عليه في الصحافة التقليدية، كذلك إتاحة المجال أمام الجمهور للتفاعل والتعليق على المنشورات يحمل في طياته مجالاً مفتوحاً للانتهاكات والخروقات عند غياب الرقابة القبلية.

- عادت "جرائم الإفشاء والتضليل" لتحتل المراتب الثالثة والرابعة والخامسة من خلال مجموعة من الانتهاكات جاءت على الترتيب: إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي، انتهاك أسرار الحياة الخاصة، إفشاء أسرار العدالة، ويعود انتشار هذا النوع من الانتهاكات إلى عاملين أساسيين هما غياب الرقابة القبلية على المواضيع، وغياب تشريع منظم للإعلام الإلكتروني في الجزائر، وحتى إسقاط المواد المتعلقة بالصحافة الورقية على الإلكترونية، يصطدم الوضع بغياب مؤسسة مسؤولة عن متابعة وتنظيم العمل في المجال الإلكتروني.

- تشاركت "جرائم التحريض" المراتب الثلاث الأخيرة، وهي على التوالي: الدعوة إلى قلب النظام، عدم الانصياع للقوانين والتحريض على الجريمة، وهي جرائم يقوم من خلالها الصحفي بالترويج لأفكار والتحريض على سلوكيات وتصرفات خطيرة تؤثر على النظام العام للدولة، وتهدد أمن المواطنين وسلامتهم.

الجدول رقم (50) يوضح ترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

الرتبة	%	ك	أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية
1	11,81	15	نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني
2	10,23	13	السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني
3	9,44	12	نقص في تكوين وخبرة الصحفيين
4	10,23	13	غياب رقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية
5	8,66	11	غياب حرية العمل الصحفي
6	12,59	16	غياب الرقابة الذاتية
7	9,44	12	غياب الرقابة القبلية في المؤسسة
8	8,66	11	نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية
9	10,23	13	تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور
10	8,66	11	قلة العائد المادي
	100	127	المجموع

بعد تسليط الضوء على أكثر الانتهاكات الأخلاقية انتشاراً في الصحافة الإلكترونية بالجزائر، قمنا من خلال الجدول أعلاه برصد مجموعة من الأسباب والمسوغات التي ساهمت في انتشارها، بهدف ترتيبها من طرف الصحفيين، وقد جاءت على النحو الآتي:

- أرجع 11,81% من الصحفيين المبحوثين الانتهاكات المرتكبة بالدرجة الأولى إلى "نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني"، فالقانون العضوي للإعلام 2012 لم يُعالج الجوانب المهمة منه، كما لم يتم إصدار أي قانون خاص بعده يُعنى بالإعلام الإلكتروني أو الصحافة الإلكترونية، لذا لا يوجد أي مرجع يعود إليه أصحاب هذه المؤسسات ولا الصحفيون العاملون بها لتنظيم ممارساتهم.

- يفرض الفضاء الإلكتروني سرعة جنونية في نشر وتناقل المعلومات، لذا تجد الصحف الإلكترونية والمواقع نفسها في خضم هذا السباق المحموم لتوفير المعلومة الحديثة والتحديث الدائم، هذا ما يرى 10,23% من الصحفيين أنه ثاني أسباب انتشار الانتهاكات، فالسعي إلى السرعة ومواكبة كل جديد يجعل الصحفي يغفل عن التأكد الكافي من صحة المعلومات فيقع بالتالي في أخطاء ومخالفات قد لا تُحمد عقباه.

- يُمثّل "النقص في تكوين الصحفيين وخبرتهم المهنية" ثالث أسباب انتشار الانتهاكات في فضاء الصحافة الإلكترونية حسب 9,44% من المبحوثين، فالجزائر حديثة العهد من جهة بمجال الصحافة الإلكترونية وما يتعلّق بها، كما أنّ المؤسسات التي فتحت لنفسها باباً إلكترونياً لم تُرافقه بدورات تدريبية وتكوينية للصحفيين العاملين بها، مما يجعلهم يقعون في أخطاء بسبب جهلهم التعامل مع التكنولوجيا.

- الجانب النقابي هو الآخر غائب تماماً عن العاملين في الصحافة الإلكترونية، فليس هناك من يطالب بحقوقهم، ولا من يرفع طلباتهم واحتياجاتهم ويبلغها للجهات الوصية، وهذا حسب 10,23% من المبحوثين يشكّل رابع أسباب انتشار الانتهاكات.

- "الحرية" مطلب شرعي أزي سعت الصحافة منذ بداياتها الأولى إلى افتكاكه من السلطة الدينية أولاً بالسلم ثمّ بالحروب والثورات، ومازالت إلى اليوم تسعى للحصول عليه من السلطات السياسية التي تستخدم سطوتها ونفوذها لتكتم أفواه الصحفيين والسّماح لهم فقط بنشر ما يتناسب مع سياستها ويخدم مصالحها، وإلاّ تعرّض هو والمؤسسة التي يعمل بها إلى عقوبات تصل حدّ السّجن أو غلق المؤسسة، وهذا هو الحال سواء في الصحافة التقليدية أو الإلكترونية، لذا يعتبر 8,66% من المبحوثين أنّ "غياب حرية العمل الصحفي" يعدّ خامس أسباب انتشار الانتهاكات في الصحافة الإلكترونية.

- يعدّ "الضمير المهني" الرّادع الأول للصحفي أمام ارتكاب المخالفات والانتهاكات، وذلك عن طريق الرقابة الذاتية ومحاسبة النّفس ومراجعة العمل من الناحية الأخلاقية قبل نشره، وغياب هذا النوع من الرقابة يُعتبر حسب 12,59% من الصحفيين سادس الأسباب التي ساهمت في نفّسي الانتهاكات والمخالفات، فالصحفي هو اللبنة الأولى في العمل، إنّ صلّحت صلّح العمل كله.

- تعمل المؤسسات الإعلامية الإلكترونية بنظام يختلف نوعاً ما عن نظام المؤسسات التقليدية فيما يتعلّق بـ"الرقابة القبليّة" على الموضوعات قبل نشرها، فمن المُتعارف عليه أنّ تمرّ المواضيع إلى رئيس التحرير للتّقيح والمراجعة قبل النّشر عن طريق الشبكة الداخلية للحواسيب في المؤسسة، لكن ليس هو الحال في الصحافة الإلكترونية، فلكلّ صحفي الحقّ في نشر موضوعه على الموقع مباشرة بعد كتابته، وهذا ما يُعدّ حسب 9,44% من الصحفيين محل الدراسة سابع العوامل المساهمة في انتشار الانتهاكات التي تعرفها الصحافة الإلكترونية في الجزائر.

- حسب 8,66% من المبحوثين يُشكّل "نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية" ثامن أسباب انتشار الانتهاكات، وهذا ما لمسناه في مؤسسة الشروق أون لاين، ف 20 عاملاً بين صحفيين

وتقنين عدد قليل مُقارنة بضخامة الموقع الذي يعملون عليه، ممَّا يُثقل كاهل الصحفي بالمهام في ظل السَّعة الكبيرة في الإنجاز التي يتطلبها العالم الإلكتروني، ولزوم التحديث الدائم للأخبار والموضوعات والبحث عن المستجدات، ومراجعة التعليقات قبل نشرها، وإعداد الصور والفيديوهات، وغيرها من الأعباء اليومية الدائمة التي ترتبط بالعمل الإلكتروني.

- في المرتبة التاسعة وحسب %10,23 من المبحوثين، يُمثّل "تدخل الجمهور في صناعة المحتوى" أحد أسباب انتشار الانتهاكات، وهذا ما لمسناه بشكل ضئيل جداً في موقع الشروق، فالصحفيون يقومون بمراجعة التعليقات وفلترتها، فما يحتوي على أي انتهاك للأخلاقيات لا يمرّ، فقط في بعض الحالات عندما يكون الضغط رهيباً على الصفحة من طرف التعليقات قد تمرّ بعضها سهواً، علاوة على ذلك، التعليقات هي الطريقة الوحيدة التي يُشارك بها الجمهور في المضامين في موقع الشروق أون لاين، لهذا لا يشكّل عاملاً مهماً في الانتهاكات التي يتمّ رصدها.

- وكآخر سبب يُمكن أن يُسهم في انتشار الانتهاكات رجّح %8,66 من الصحفيين المبحوثين "قلة العائد المادي" للعاملين، فهناك من يستغل مهنته كمطية للحصول على الهدايا والامتيازات نظير نشر بعض المواضيع التي تُخدم جهات معينة.

3- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية

الجدول رقم (51) يوضح الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		معارض بشدة		محايد		موافق		معارض بشدة		العبارة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
6,78232998	4	100	20	-	-	10	2	-	-	10	2	80	16	يلتزم الصحفيون بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة
7,87400787	4	100	20	-	-	-	-	-	-	90	18	10	2	يُعرّف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	80	16	20	4	يلتزم الصحفي بالسر المهني
5,47722558	4	100	20	-	-	-	-	-	-	50	10	50	10	يُسند الصحفي المعلومات إلى مصادرها
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	20	4	80	16	يحترم الصحفي الحقوق الأدبية والملكية الفكرية
6,78232998	4	100	20	-	-	-	-	10	2	10	2	80	16	يتحرى الصحفي اللجوء إلى المصادر الموثوقة
6,78232998	4	100	20	10	2	10	2	80	16	-	-	-	-	يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار
6,79351855	4	المتوسط العام												

تعدّ مصادر المعلومات الحجر الأساس الذي يتحكم في مدى مصداقية الأخبار المُقدّمة للجمهور، لهذا يحرص الصحفي على استقاء الأخبار والمعلومات من مصادرها الأصلية، ثمّ التركيز على هذه المصادر في صلب الموضوع من خلال استهلال الموضوع بالإحالة إلى مصدره، ومن هذا المنطلق كانت علاقة الصحفي مع مصادره جانباً مهماً من جوانب أخلاقيات المهنة، وقد قمنا من خلال الجدول أعلاه برصد

أهم العبارات التي ذكرها بعض الصحفيين عن الأخلاقيات السائدة التي يتعامل من خلالها الصحفي مع مصادره، وقد تم تسجيل تأييد عام تجاه هذه العبارات، كالاتي:

- وافق غالبية الصحفيين على العبارة " يلتزم الصحفيون بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة "، وقد توزعت هذه الموافقة بين "الموافقة بشدة" بنسبة 80% و"الموافقة" بنسبة 10%، فيما عارضها فقط 10% من الصحفيين المستجوبين، وقد سجّل هذا الخيار بفضل هذه النسب اتجاه إيجابي قوي من طرف الصحفيين بمتوسط حسابي قُدِّر ب 4 بالتالي ما عزّز التثشت بانحراف معياري بلغ 6,78232998.

- أكّد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاین موافقتهم على وجوب تعريف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، إذ "وافق بشدة" على هذه العبارة 10% من الصحفيين و"وافقها" 90% منهم، هذا التوجه الإيجابي اتّضح من خلال الانحراف المعياري الذي فاق المتوسط الحسابي (4) إذ بلغ 7,87400787.

- أمّا عن السرّ المهني، الذي يعدّ ركيزة من ركائز الممارسة الإعلامية التقليدية، نجد أنّ الحال هو ذاته في الصحافة الإلكترونية، إذ أيد كل الصحفيون المُستجوبون وجوب "التزام الصحفي بالسر المهني"، وهذا ما ظهر من خلال النسب المُسجّلة، إذ "وافق بشدة" عليها 20% منهم، و"وافقها" 80% المتبقون، لتسجّل هذه العبارة هي الأخرى انعدام المعارضة أو الحياد، فالسرّ المهني نقطة لا تقبل النقاش، وما يعزّز النسب زيادة التثشت الظاهر من خلال ارتفاع الانحراف المعياري الذي بلغ في هذه العبارة 6,92820323.

- من واجب الصحفي عند نشر موضوعاته إسناد المعلومات إلى مصادرها، وهذا ما وافق عليه الصحفيون العاملون بالشروق أون لاین، وقد سجلت هذه العبارة متوسط حسابي قُدِّر ب 4، ونظراً لانعدام أي آراء محايدة أو رافضة لهذه الفكرة، فقد ارتفع الانحراف المعياري الدال على التباين والتثشت، وبلغ 5,47722558، وبذلك يكون الصحفيون قد عبّروا عن موافقتهم بنسبة 50% وموافقتهم بشدة بنسبة 50%.

- يعدّ احترام الحقوق الأدبية والملكية الفكرية من الواجبات الأخلاقية للصحفي، إذ عليه عند نشر أي مادة إعلامية نسب المعلومات إلى مصادرها، والتصريحات والأفكار إلى أصحابها، وقد أعرب الصحفيون هنا أيضاً عن تأييدهم الكبير لهذه الفكرة في العالم الإلكتروني، إذ عبّر 80% منهم عن "موافقتهم

بشدة"، أمّا الـ 20% المتبقية فقد "وافقوا" على هذه العبارة، فيما انعدم الحياد أو الرّفص تجاه هذه العبارة، ممّا عزّز التباين عن طريق ارتفاع قيمة الانحراف المعياري الذي قُدّر بـ 6,92820323.

- تتنوع مصادر المعلومات وتتعدّد لكنّ الأساس فيها هو الموثوقية، لذا كان لزاماً على الصحفي تحريّ اللجوء إلى المصادر الموثوقة، وفيما يتعلّق بهذه الفكرة، عبّر الصحفيون المستجوبون بنسبة 80% عن موافقتهم بشدة لها، فيما اتخذ 10% منهم موقفاً محايداً، ولم يوافق على هذه الفكرة الـ 10% المتبقية لأنهم يرون أنّ الصحفي غير قادر دائماً على الوصول إلى المصادر الموثوقة، نظراً للعديد من العراقيل الموضوعية أمامه، بالتالي يلجأ إلى مصادر أخرى، ونظير هذا التعدّد في الآراء فقد انخفضت قيمة الانحراف المعياري بشكل طفيف إذ بلغت 6,78232998.

- تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهمّ مظاهر العصر الرقمي الجديد، وعلاوة على كونها مواقع تساهم في تعارف الأشخاص على بعضهم، باتت فضاءً موازياً لنشر الأخبار والمعلومات حيث تعتمد عليها بعض القنوات والمواقع والصحف الإلكترونية كمصدر للأخبار، ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنّ 80% من الصحفيين المستجوبين لم يبدو رأيهم تجاه هذه العبارة ووقفوا موقف الحياد، فيما عبّر 10% عن معارضتهم لها، والـ 10% المتبقية عبرت عن رفضها الشديد لهذه الفكرة.

الجدول رقم (52) يوضّح الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		معارض بشدة		محايد		موافق		معارض بشدة		العبارة		
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	20	4	80	16	يحترم حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية	
6,78232998	4	100	20	-	-	-	-	10	2	80	16	10	2	يقدم المساعدة للزملاء دون مقابل
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	18	16	20	4	يحترم التدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته	
8,94427191	4	100	20	100	20	-	-	-	-	-	-	-	-	يسرق عمل زميله وينسبه إلى نفسه
7,39575209	4	المتوسط العام												

تعدّ المؤسسة الإعلامية الوجه الآخر للإعلام، الذي يخفى عن الجمهور، إذ تُمثّل البيئة الأساس التي يتمّ فيها إنتاج المادة الإعلامية التي تُقدّم للمتلقي فيما بعد، هذه المؤسسة تعبّر عن مجموعة العلاقات التي تربط بين الصحفيين العاملين بها، وتحكمها هي الأخرى جملة من الأسس والمبادئ الأخلاقية الواجب احترامها، وقد حاولنا رصد أبرزها في الجدول أعلاه:

- تعدّ الزمالة العمود الفقري في طريقة العمل، فهي المؤشر الحقيقي لسلامته أو نجاح أي فريق، ذلك أنّها من المفترض أن تكون مبعثاً على الإنتاج والنشاط، وللزمالة حقوق وقواعد وجب على المنضوين تحتها احترامها، منها: الاحترام المتبادل، الحوار البناء، تبادل الخبرات، تبادل الثقافات والمعارف، الرؤية الموحدة التي تجمعهم، القيادة الفعالة التي تقود هذا الفريق لإنجاح ما يتم إنجازه...، وقد أكّد جميع المستجوبين على وجوب احترام حقوق الزمالة نظير كلّ ما سبق، ف 80% منهم "وافقوا بشدة" على هذه العبارة، و 20% المتبقية "وافقوا" عليها، فيما انعدم أي حياد أو معارضة لهذه العبارة، ما يؤكد على التوجه الإيجابي القوي من طرف العاملين بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين على مضمون العبارة بمتوسط حسابي بلغت قيمته 4، وانحراف معياري مرتفع قدر ب 6,92820323.

- تحوي المؤسسة الإعلامية صحفيين وعاملين مختلفين من عدة نواحي كالسنّ والنوع، وحتى الخبرة في العمل، ما يستوجب من الصحفيين الأكثر خبرة تقديم يد العون والمساعدة للأحدث عهداً منهم دون مقابل، وقد لاقت هذه الفكرة موافقة 80% من الصحفيين المُستجوبين، فيما وافق عليها بشدة 10% منهم، أمّا الـ 10% المتبقية فلم تُبدِ رأيها في الفكرة واكتفت بالحياد، وهذا ما جعل الانحراف المعياري المُعبّر عن التباين ينخفض بقيمة طفيفة ليبلغ 6,78232998.

- المؤسسة الإعلامية، كأبي مؤسسة أخرى، تخضع لتسلسل هرمي إداري يحكم العمليات المُنجزّة والقرارات المُتخذة على مستواها، والصحفي كونه عاملاً بهذه المؤسسة، فهو جزء من هذا الهرم، وجب عليه احترام عنصر التسلسل فيه، فلا يتجاوز مسؤوليه، ولا يسمح أن يتم تجاوزه من الأدنى منه في هذا التسلسل، وقد لاقت هذه الفكرة تأييداً تاماً من طرف الصحفيين محلّ الدراسة، إذ عبّر 80% منهم عن "موافقتهم" و 20% الأخرى عبّرت عن "موافقتها بشدة"، هذا التوجه الإيجابي نحو العبارة ظهر جلياً من خلال ارتفاع قيمة الانحراف المعياري التي بلغت 6,92820323.

- انتهاك أخلاقيات المهنة لا يكون على مستوى عملية النشر فقط، وإنّما قد يحدث بين الزملاء في المؤسسة، وقد تمّ رصد إحدى هذه الانتهاكات على مستوى الجدول من خلال العبارة "يسرق عمل زميله

وينسبه إلى نفسه"، وقد لاقى هذه العبارة معارضة شديدة بنسبة 100%، ما جعل الانحراف المعياري يبلغ أشد قيمه ارتفاعاً بـ 8,94427191.

الجدول رقم (53) يوضح الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	موافق بشدة		معارض بشدة		محايد		موافق		معارض		موافق بشدة		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	20	4	80	16	يلتزم بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان
6,36396103	4	100	20	-	-	-	-	5	1	20	4	75	15	يلتزم بالتفرقة بين الرأي والمعلومة
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	80	16	20	4	يتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات
7,87400787	4	100	20	-	-	-	-	10	2	90	18	-	-	يلتزم بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية
6,78232998	4	100	20	-	-	-	-	10	2	10	2	80	16	يلتزم بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية
6,97534107	4	المتوسط العام												

يعتبر الإعلان مادة من المواد التي تشغل نسبة من المساحة الكلية للمنشورات من جهة، ومورداً من أهم موارد المؤسسات الإعلامية، سواء في الصحف الورقية أو الإلكترونية، ولهذا يحكمه طابع خاص لا بد ألا يختلط مع المادة التحريرية، ولهذا تحكم الصحفي في التعامل مع الإعلانات مجموعة من الأخلاقيات لا بد من احترامها، تمّ رصدها من خلال الجدول أعلاه:

- من أولويات الصحفي الالتزام بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان حتى يحافظ على موضوعيته في الطرح ومصادقته لدى الجمهور، هذه الفكرة لاقى تأييداً تاماً من طرف المبحوثين، إذ وافق

بشدة" 80% منهم، و"وافق" العبارة الـ 20% المتبقية، هذا الاتجاه الإيجابي القوي اتضح من خلال المتوسط الحسابي الذي راوح القيمة 4، وارتفاع الانحراف المعياري، الذي بلغت قيمته 6,92820323.

- التفريق بين الآراء والمعلومات المُقدّمة، يعدّ هو الآخر من الأخلاقيات الواجب احترامها من طرف الصحفيين عند التعامل مع الإعلانات المنشورة في الصحيفة، وقد أيدّ هذه الفكرة بشدة 75% من المُستجوبين، وأيدّها أيضاً 20% من الصحفيين، فيما اكتفت الـ 5% المتبقية بالوقوف على الحياد. هذا التباين الطفيف في الآراء قلّل من قيمة الانحراف المعياري، إذ قُدّرت بـ 6,36396103.

- التأكّد من الأرقام والإحصائيات المُقدّمة في الإعلانات جزء من عمل الصحفي قبل نشر أي إعلان يصل إلى المؤسسة الإعلامية، وكلّما حرص الصحفيون على إنجاز هذه المهمة، كلّما تحققت قيمة الأمانة لديهم، وقد لاقت هذه الفكرة تأييداً كاملاً من طرف المبحوثين، إذ "وافق" عليها 80% منهم، و"وافقها بشدة" الـ 20% المتبقية منهم، وقد تدعّم هذا الاتجاه الإيجابي القوي من خلال القيمة المرتفعة للانحراف المعياري والتي بلغت 6,92820323.

- تأخذ الإعلانات عادة طابعاً اقتصادياً يتعلّق بالسلع والمنتجات الاستهلاكية، لكن في بعض الأحيان تصل إلى المؤسسة من طرف المُعلنين أو الممولّين أو بعض الهيئات الأجنبية إعلانات ذات مضامين سياسية - قد تكون مُعلنة أم ضمنية- ويطلب من الصحفي تمريرها لقاء مكافآت أو علاوات أو هدايا، هنا يكون لزاماً على الصحفي أخلاقياً أن يمتنع عن نشر مثل هذه الإعلانات، هذه الفكرة المطروحة في الجدول أعلاه لاقت تأييداً كبيراً من طرف الصحفيين المُستجوبين بنسبة 90%، فيما فضّلت الـ 10% المتبقية الوقوف على الحياد، وقد ظهرت الإيجابية القوية تجاه هذه العبارة من خلال ارتفاع قيمة الانحراف المعياري التي بلغت أعلى مستوياتها في الجدول بـ 7,87400787.

- تُحتمُّ أخلاقيات المهنة على الصحفيين انتقاء مضامين الإعلانات مهما كانت قيمة العائدات التي تقدّمها للمؤسسة مرتفعة، والامتناع التام عن نشر تلك التي تحوي مضامين مخلّة بالأداب العامة أو خادشة للحياء، وقد لاقت هذه الفكرة تأييداً غالبية الصحفيين، إذ "وافق بشدة" عليها 80% منهم، و"وافقها" 10%، في حين "عارض" هذه الفكرة 10% منهم فقط، هذا التباين في الآراء والتوجه نحو التأييد ظهر جلياً أيضاً من خلال المتوسط الحسابي الذي بلغت قيمته 4، والانحراف المعياري المرتفع والمُقدّر بـ 6,78232998.

الجدول رقم (54) يوضح الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مؤيد		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		العبارة
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	20	4	80	16	يحترم الصحفي خصوصيات الأفراد
6,36396103	4	100	20	-	-	-	-	5	1	20	4	75	15	يحترم عقل الإنسان وكرامته
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	20	4			80	16	يلتزم بعدم التشهير بالأفراد
7,87400787	4	100	20	-	-	-	-	-	-	10	2	90	18	يلتزم بعدم السب والشتم والقذف
7,87400787	4	100	20	-	-	-	-	-	-	10	2	90	18	يلتزم بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	80	16	20	4	يمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة
6,92820323	4	100	20	-	-	-	-	-	-	20	4	80	16	يلتزم بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم
6,36396103	4	100	20	-	-	-	-	5	1	75	15	20	4	يُدافع عن حقوق المرأة
7,87400787	4	100	20	-	-	-	-	-	-	90	18	10	2	يتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة
7,11808429	4	المتوسط العام												

يُمثّل الجمهور الطرف الثاني المهم في العملية الإعلامية، فمن أجله تُصنع الرسالة، وله تتوجه الوسيلة الإعلامية بمضامينها، وبفضل دعمه وتفاعله تستمر المؤسسات في العمل وتزيد مداخيلها، من أجل ذلك

كان لزاماً على هذه المؤسسات والعاملين بها التعامل معه بحذر واحترام مجموعة من الأخلاقيات، التي تضمن إقباله عليها ووفاءه لها، وقد تمّ رصد جملة من أهم هذه الأخلاقيات على مستوى الجدول أعلاه:

- تعتبر خصوصيات الأفراد أمراً مقدساً يجب احترامه وعدم التدخّل فيه دون موافقة صاحب الشأن، مهما كان حال هذا الشخص، والصحفي باعتبار وظيفته الأساسية هي جمع الأخبار والمعلومات ثمّ نقلها للجمهور، عليه احترام ذلك، فليست كل المعلومات صالحة للنشر، وقد لاقى هذا المبدأ الأخلاقي موافقة تامة من طرف المبحوثين، إذ "أيدها بشدة" 80% منهم، و"أيدها" الـ 20% المتبقية، وقد برز هذا الاتجاه الإيجابي بشكل واضح من خلال قيمة المتوسط الحسابي التي بلغت 4، وكذا قيمة الانحراف المعياري المرتفعة، والتي قُدّرت بـ 6,92820323.

- يجب أن تكون الأخبار المنشورة من طرف الصحفيين على صفحات جرائدهم أو مواقعهم أو في قنواتهم منطقية وتحترم عقل الإنسان وكرامته، فلا تسيء إلى إنسانيته وأدميته، كما لا تنقل أفكار أو أحداث مهينة لأي من الأعراق أو الأجناس، ولا حتى الأديان والمعتقدات، فالكلّ سواسية، ولكلّ حريته الشخصية، وهذا ما كسب تأييد جلّ المبحوثين، إذ عبّر 75% منهم عن "تأييدهم بشدة" لهذا المبدأ، كما "أيده" 20% منهم، فيما اكتفت الـ 5% المتبقية منهم بالوقوف على الحياد، هذا ما ساهم في انخفاض طفيف لقيمة الانحراف المعياري التي بلغت 6,36396103.

- يُعتبر التشهير بالأفراد من أخطر الانتهاكات التي يُمكن أن يقع فيها الصحفي، والتي يُعاقب عليها القانون، كما لها أثر سلبي كبير على نفسية الأشخاص، لذا وجب على الصحفي الالتزام بالابتعاد عن هذا النوع من الانتهاكات، وهذا ما أكّد عليه الصحفيون العاملون بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين، إذ أيّد بشدة هذا المبدأ 80% منهم، فيما اكتفى 20% منهم بالبقاء على الحياد، وقد برز هذا من خلال القيمة المرتفعة للانحراف المعياري والبالغة 6,92820323.

- إنّ السب والشتم والقذف من أكثر الانتهاكات الأخلاقية إساءة للاعتبار والكرامة الإنسانية، لذا وجب على الصحفي الابتعاد بتاتا عنها وتجنّبها في أيّ موضوع مهما كان حساساً، فعمله أساساً يتمحور حول نقل المعلومة بكل موضوعية، دون إبداء رأي أو مشاعر وبعيداً عن أي إهانة لأي شخص كان، وهذا ما أكّد عليه المستجوبون، إذ "وافق بشدة" على مضمون العبارة 90% منهم، و"وافق" عليها الـ 10% المتبقية منهم، هذا الاتجاه الإيجابي القوي اتّضح أكثر من خلال قيمة الانحراف المعياري التي بلغت أعلى مستوياتها، إذ قُدّرت بـ 7,87400787.

- لا تقتصر الانتهاكات والخروقات الأخلاقية على الكلمات فقط، وإنما تتعداها أيضاً إلى الصور، نظير الانتشار الواسع لاستخدام برامج الحاسوب وحتى تطبيقات الهاتف النقال لفبركة الصور بما يتناسب وأغراض الأفراد، لذا وجب على الصحفي الالتزام بالنزاهة في هذا الإطار وتجنب تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم، هذه الفكرة لاقت هي الأخرى أعلى درجات التأييد، بأكبر قيمة للانحراف المعياري بلغت 7,87400787، إذ "وافق بشدة" على العبارة 90% من الصحفيين، و"وافق" عليها الـ 10% المتبقون منهم، دون أي أثر للرفض أو حتى الحياد.

- عند ورود أي معلومات خاطئة في المواضيع المنشورة، وجب على الصحفي أن يمنح حق الرد للأفراد، وينشره وفق المعايير والضوابط المتعارف عليها، ونجد أنّ هذه الالتزام الأخلاقي أيضاً قد لاقى موافقة كبيرة لدى الصحفيين، إذ "وافق" على هذه العبارة 80% منهم، و"وافقها بشدة" 20% منهم، هذا الاتجاه الإيجابي ظهر من خلال قيمة الانحراف المعياري المرتفعة والمقدّرة بـ 6,92820323.

- للتعامل مع الأطفال خصوصية كبيرة يجب على الصحفي احترامها والتعامل معهم على هذا الأساس، فلا يجوز مقابلة الأطفال أو التقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم، ذلك أنّهم لازالوا دون السنّ القانونية التي تسمح لهم باتخاذ القرارات الصائبة، هذا ما "وافق عليه بشدة" 80% من الصحفيين المستجوبين، و"وافق" عليه 20% منهم دون أثر للحياد أو الرفض، وهذا ما أكدته أكثر قيمة الانحراف المعياري البالغة 6,92820323.

- تشكّل المرأة عنصراً فاعلاً في المجتمع، لها حقوق وتقع على عاتقها واجبات، لكن كل ما يتعلّق بالمرأة لازال يقع حيز جدالات ونقاشات حادة، لذا على الصحفيين كعاملين بوسائل الإعلام التي تعد مرآة للمجتمع الدفاع عن حقوق المرأة في مجتمع اليوم، وقد "أيد" هذه الفكرة 75% من الصحفيين المستجوبين، كما "أيدها بشدة" 20%، فيما اتخذ 5% منهم موقفاً محايداً، ونظير ذلك انخفضت قيمة الانحراف المعياري انخفاضاً طفيفاً، إذ قدّرت بـ 6,36396103.

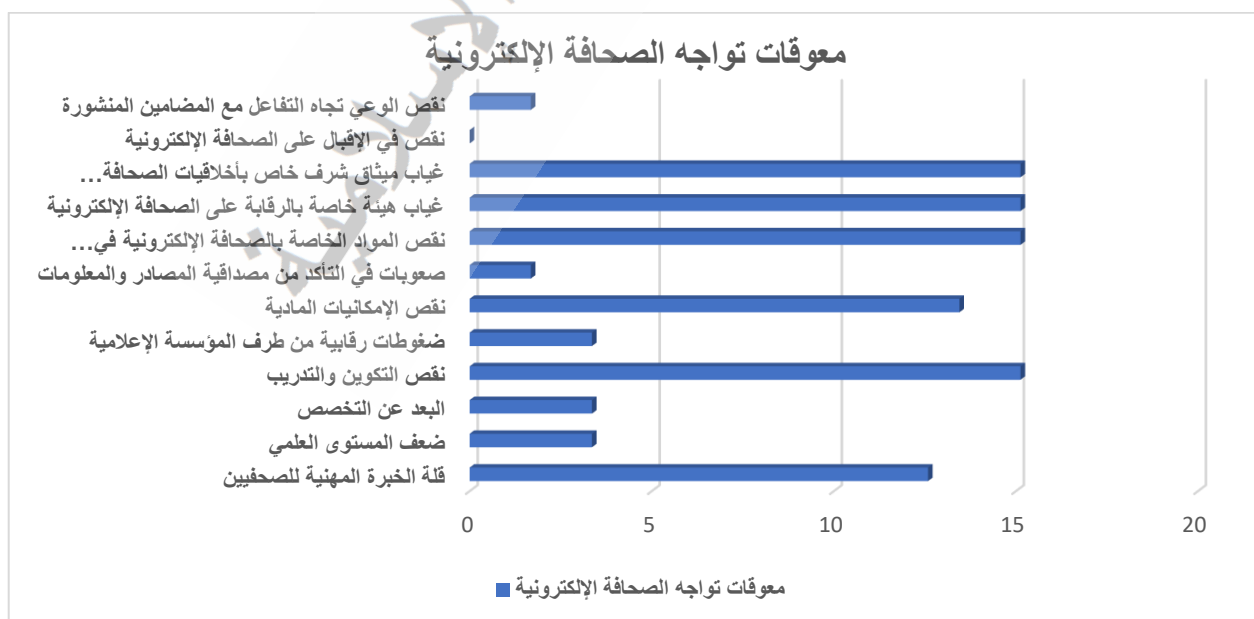
- تتميز الصحافة الإلكترونية عن التقليدية بتوافرها على التطبيقات التفاعلية التي تتيح التواصل المباشر مع الجمهور بعدّة طرق، لذا كان لزاماً على الصحفيين استغلال هذه القنوات وتدعيم العمل بها، لإتاحة فرصة أكبر للجمهور للتفاعل مع المضامين المنشورة، وقد أكّد 90% من المستجوبين "تأييدهم" لهذه الفكرة، فيما أعربت الـ 10% المتبقية عن "تأييدها الشديد" لها، هذا الاتجاه الإيجابي القوي برز من خلال الانحراف المعياري الذي بلغ أعلى قيمه في الجدول، والمقدّرة بـ 7,87400787.

4- تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر

الجدول رقم (55) يوضح المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية

المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	ك	%
قلة الخبرة المهنية للصحفيين	15	12,59
ضعف المستوى العلمي	04	3,36
البعد عن التخصص	04	3,36
نقص التكوين والتدريب	18	15,13
ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية	04	3,36
نقص الإمكانيات المادية	16	13,45
صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات	02	1,68
نقص المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام	18	15,13
غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية	18	15,13
غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية	18	15,13
نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية	00	00
نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة	02	1,68
المجموع	119	100

الشكل رقم (16) يوضح المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية



تعدّ تجربة الجزائر في عالم الصحافة الإلكترونية فتيّة مُقارنةً بمثيلاتها في العالم وحتى في العالم العربي، ومن خلال الجدول والشكل أعلاه تتّضح لنا أهمّ المعوقات التي تواجه التجربة الجزائرية في الصحافة الإلكترونية وتحول دون تطوّرها في سبيل اللحاق بركب الدول المتقدّمة في هذا المجال، وقد جاءت على النحو الآتي:

اتفق أغلبية الصحفيين بنسبة 15,13% على تصدّر جملة من المعوقات معاً، إذ أنّها تُعدّ مجتمعة ما يحول دون تطوّر الصحافة الإلكترونية في الجزائر، منها ما ارتبط بالصحفيين (معيقات شخصية) ومنها ما تعلق بالجانب القانوني (معيقات تشريعية) وهي:

- **نقص التكوين والتدريب؛** فعلى اعتبار أنّ العمل في إطار الصحافة الإلكترونية يحتاج إلى أكثر من الإلمام بعمليات التحرير والنزول إلى الميدان للبحث عن المعلومات واستقائها من مصادرها، يتوجب على الصحفي العامل بهذا المجال إتقان استخدام برمجيات الحاسوب، والقدرة على الإبحار في شبكة الانترنت بمختلف ما باتت توفره اليوم من خدمات وتطبيقات كقواعد البيانات، وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع المؤسسات والشركات... وكل هذا لا يمكن تحقيقه من خلال خبرة ذاتية بسيطة فقط، وإنما وجب على هذه المؤسسات تنظيم دورات تدريبية وتكوينية دورية للعاملين بها وكذا المُستقدمين الجدد إليها، وهو ما تعاني المؤسسات الصحفية الإلكترونية الجزائرية من قلّته إن لم نقل انعدامه، وهو ما يقف حائلاً أمام رقي العمل بها، إذ يقتصر عمل الصحفيين على العمليات السهلة فقط، وتغيب عنهم التقنيات المتطوّرة المعمول بها في المؤسسات الصحفية العالمية وهذا نظير نقص التكوين.

- **نقص المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام؛** عرف المشهد الإعلامي الجزائري صدور القانون العضوي للإعلام في جانفي 2012، والذي كانت تُبنى عليه آمال كبيرة في تنظيم العديد من قطاعات الإعلام وعلى رأسها مجال السمع البصري والصحافة الإلكترونية، لتتفاجأ الأسرة الإعلامية الجزائرية بشحّ المواد القانونية في هذا الأخير، إذ تمّ تخصيص الباب الخامس لوسائل الإعلام الإلكترونية والمكوّن من 6 مواد فقط، جاءت لتتحدّث بشكل عام وفضفاض عن مفهوم الصحافة الإلكترونية وخدمة السمع البصري في هذا القانون العضوي وبعض النقاط السطحية، لكنها لا زالت تعاني الكثير من الفراغ القانوني الخاص بكل مقتضيات عملها.

- **غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية؛** إذ جاء هذا القانون العضوي بهيئتين تنظيميتين-غير مُفعلتين لحد الآن- أولاهما سلطة ضبط السمع البصري، والثانية سلطة ضبط الصحافة

المكتوبة، إلا أنّ الصحافة الإلكترونية لم تُخصَّص لها أيّ سلطة ضابطة تضطلع بقضاياها سواء التنظيمية أو الأخلاقية.

- غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية؛ عرفت الصحافة الجزائرية ميثاقاً واحداً فقط لأخلاقيات مهنة الصحافة، تمّ إصداره بتاريخ 13 أفريل 2000 يتضمن حقوق وواجبات الصحفي بشكل عام، مُسنِداً الإجراءات والمتابعات والفصل في الانتهاكات إلى مجلس لأخلاقيات المهنة لم يرَ النور هو الآخر، هذا الميثاق لم يتمّ تحديثه أبداً أو إضافة مواد تتلاءم مع التغيرات الحاصلة بعد 19 سنة من إصداره، وبهذا مازالت الصحافة الإلكترونية تعاني من غياب تام لأي وثيقة تنظم الجانب الأخلاقي من الممارسة الإعلامية بها.

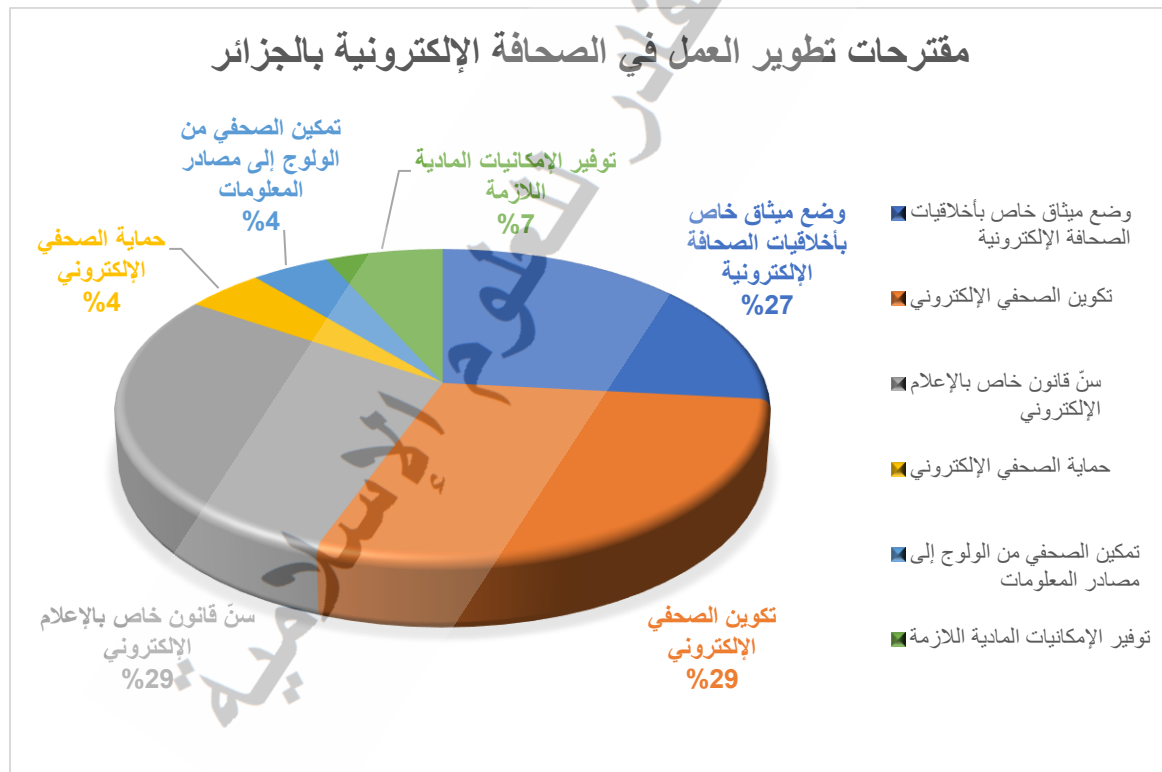
يلي هذه المعوقات معاً، حسب الصحفيين، وبنسبة 13,45% "نقص الإمكانيات المادية" كأحد أهم المعوقات المهنية، فبالرغم من الحاجة الكبيرة إلى التجهيزات الإلكترونية بحكم طبيعة العمل، والذي يستلزم وجود دعم مادي كبير للمكاتب وكذا للصحفيين، إلا أنّ الأمر على الواقع غير ذلك تماماً، فموقع بضخامة "بوابة الشروق" يُدار على مستوى مكتب واحد فقط في غرفة متوسطة الحجم تحوي 10 حواسيب قديمة الطراز نوعاً ما موصولة بشبكة الانترنت ومزوّدة ببعض البرامج الحاسوبية، ليس لديها فريق خاص بالتغطيات أو جمع المادة، وإنما تعتمد في ذلك على ما يتمّ إنجازه في الصحيفة الورقية ليُعاد نشره على الموقع، وفي بعض الأحيان بعض الإضافات والأخبار الأخرى المستقاة من مواقع أو شبكات اجتماعية مُرفقة بصور بسيطة، وهذا ما يقف بعيداً كلّ البعد عن أحدث التقنيات التي تعتمدها الصحف الإلكترونية العالمية.

من جهة أخرى وبنسبة 12,59% يرى العاملون بموقع الشروق أون لاين أنّ قلة الخبرة المهنية للصحفيين تعدّ من المعوقات الشخصية الكبيرة هي الأخرى جنباً إلى جنب مع ما تمّ ذكره آنفاً، وهذا يعود من جهة إلى توظيف عاملين متخرجين من تخصصات أخرى دون علوم الإعلام والاتصال، بالإضافة إلى قلة خبرة الصحفيين الذين يلتحقون مباشرة بالصحيفة الإلكترونية دون عمل سابق في صحف ورقية أو قنوات تلفزيونية، سواء عمومية أو خاصة، مما يجعلهم غير عالمين بالكثير من خبايا العمل الصحفي ويحتاج منهم إلى الكثير من الوقت والمزيد من الجهد لتحديث معارفهم وتكوين خبراتهم، ما يؤثر سلباً على أدائهم.

الجدول رقم (56) يوضح أهم المقترحات لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر

مقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	ك	%
وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية	12	26,67
تكوين الصحفي الإلكتروني	13	28,89
سن قانون خاص بالإعلام الإلكتروني	13	28,89
حماية الصحفي الإلكتروني	02	4,44
تمكين الصحفي الإلكتروني من الولوج إلى مصادر المعلومات	02	4,44
توفير الإمكانيات المادية اللازمة	03	6,67
المجموع	45	100

الشكل رقم (17) يوضح أهم المقترحات لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر



تعاني الصحافة الإلكترونية في الجزائر من العديد من النقائص والمعوقات -المشار إليها في الجدول رقم (55)- التي تحول دون تطوير أدائها، ونظير عدم الرضى الذي يشعر به الصحفيون العاملون في هذا المجال، وكونهم العاملين في أرض الميدان بالتالي فهم الأقدر على تقييم الوضع وتقديم الحلول الأنسب، لذلك فتحنا

المجال في هذا السؤال من أجل رصد أهم مقترحاتهم لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر، وقد قدّموا جملة من المقترحات جاءت على النحو الآتي:

- جاء في مقدّمة الاقتراحات التي قدّمها الصحفيون التركيز على جانبين أساسيين بنسب متساوية بلغت 28,89%، أولهما الجانب القانوني، إذ أكّدوا على ضرورة "سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني" نظير الوضعية القانونية الضبابية التي تكتنف الصحافة الإلكترونية في الجزائر، فمنذ صدور القانون العضوي للإعلام في جانفي 2012، والذي تحدّث عن الإعلام الإلكتروني في شكل مقتطفات وومضات، لا تزال أسرة الصحافة الإلكترونية تنتظر بعد مضي 5 سنوات صدور القانون المتعلق بوسائل الإعلام الإلكترونية والعاملين الصحفيين على الإنترنت، لكن دون أي بوادر تبشّر باقتراب تجسيد هذه الخطوة. أمّا الجانب الثاني الذي أولاه الصحفيون ذات الأهمية، فيتعلق بـ "تكوين الصحفي الإلكتروني"، ذلك أنّ العمل في المجال الإلكتروني يختلف بكثير عن التقليدي، فهو يستند أساساً على الحاسوب وبرمجياته، ويستلزم التحكّم في التكنولوجيا الحديثة التي تشهد تطوراً جديداً مع كل ثانية، لذلك يجب على هذه المؤسسات الإعلامية توفير تكوينات دورية للصحفيين حول كلّ ما يستجد في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، لضمان جودة أكبر في الأداء.

- يرى الصحفيون العاملون بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين بنسبة 26,67%، أنّ الجانب الأخلاقي يعدّ محورياً أساساً في العمل الصحفي الإلكتروني، لهذا ركّزوا بالدرجة الثانية على اقتراح "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية"، ففي عالم إلكتروني مجرّد لا تحكمه القوانين والرقابة، باتت الانتهاكات أكثر سهولة، وبات نشر الإشاعات والأخبار المثيرة موضة جديدة يهدف من خلالها هؤلاء زيادة نسبة الزوار والمشاهدات لكسب المزيد من الإعلانات وبالتالي زيادة الأرباح، لتصبح الأخلاقيات على المحك، فميثاق خاص بتنظيمها وهيئة خاصة تراقب وتعاقب عند الضرورة باتت مطلباً ملحاً لا مناص منه.

- تمثّل الإمكانيات المادية عاملاً مهماً في العمل الإعلامي وخاصة الإلكتروني وقد عدّها 6,67% من المستجوبين من أهم الحلول لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ أنّ قوامها يعتمد على جهاز الحاسوب ومجموعة كبيرة من البرمجيات الملحقّة به، إضافة إلى المصادر الإلكترونية الرسمية كوكالات الأنباء وبعض المواقع الرسمية، فهي لا تمنح المعلومات بطريقة مجانية وإتّما تعتمد في ذلك على دفع اشتراكات شهرية وحتى سنوية، تكون في كثير من الأحيان باهظة الثمن، حسب نوعية المعلومات المطلوبة ومدى السّعة في تقديمها، علاوة على ذلك فتصميم الموقع وصيانته وتحديثه يحتاج إلى تقنيين خبراء يتمّ التعامل معهم بطريقة

دورية وحسب الحاجة، وهذا أيضاً باب من أبواب المصاريف والتكاليف التي تحتاجها الصحيفة الإلكترونية، بالتالي وجب على المؤسسات الإعلامية التي تفكر في الدخول إلى معترك الصحافة الإلكترونية التفكير في هذا الجانب وتوفير الميزانية الكافية لتغطية هذه المتطلبات، وإلا فإيتمها لن تعدو كونها نافذة رقمية لإعادة نشر المضامين المنشورة في النسخ الورقية دون تجديد أو تحديث ولن تتمكن من الصمود أمام كبريات المؤسسات المتخصصة في هذا المجال.

- إضافة إلى ما تم التطرق إليه سابقاً، أحال 4,44% من الصحفيين إلى مقترحين مهمين لتطوير الصحافة الإلكترونية الجزائرية، أولهما "تمكين الصحفي من الولوج إلى مصادر المعلومات" خاصة الإلكترونية منها، إذ أنها تعتمد على إجراءات صعبة ومكلفة تجعل من بلوغها أمراً مستحيلاً بالنسبة للعديد منهم، ومن جهة أخرى "وجوب حماية الصحفي الإلكتروني" ومنحه نفس الحقوق التي يتمتع بها الصحفي العامل بالمؤسسات التقليدية، وهذا الأمر لن يتأتى إلا بسنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني وكلّ الجوانب المتعلقة به، بالتالي فكلّ الحلول سابقة الذكر تصبّ في خدمة بعضها البعض.

5- علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة

جدول رقم (57) يوضح العلاقة بين متغيري النوع وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب

المجموع		خبرة ذاتية		تدريب من طرف المؤسسة		تكوين سابق		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	66,67	8	-	-	33,33	4	ذكر
100	8	75	6	-	-	25	2	أنثى
100	20	70	14	-	-	30	6	المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,444		1		0,586

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب، وتشير نتائجه إلى أنّ معظم الصحفيين العاملين بالشروق أون لاین يتقنون استخدام الحاسوب استناداً على خبرتهم الذاتية بنسبة 66,67% عند الذكور و 75% عند الإناث.

وقد أكد اختبار كا² بقيمة 0,586 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين (النوع وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب) عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,444 وذلك لأن قيمة الدلالة أكبر من احتمال الخطأ المسموح به في العلوم الاجتماعية والمُقَدَّر بـ 0,05.

جدول رقم (58) يوضح العلاقة بين متغيري السن وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب

المجموع		خبرة ذاتية		تدريب من طرف المؤسسة		تكوين سابق		السنة	كيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	14	71,43	10	-	-	28,57	4	من 25 إلى أقل من 35	
100	6	100	06	-	-	-	-	من 35 إلى أقل من 45	
100	20	80	16	-	-	20	4	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²	
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,154		1		2,031	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب، وتشير نتائجه إلى أنّ معظم الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين من فئة (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) يتقنون استخدام الحاسوب استناداً على خبرتهم الذاتية بنسبة 71,43%، نفس الملاحظة سُجّلت بالنسبة للصحفيين المنتمين إلى الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة) وبنسبة 100%، إذ يعود إتقانهم لاستخدام برمجيات الحاسوب إلى ذات العامل "الخبرة الذاتية".

وقد أكد اختبار كا² بقيمة جدولية بلغت 2,031 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,154.

جدول رقم (59) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وكيفية إتقان استخدام برمجيات

الحاسوب

المجموع		خبرة ذاتية		تدريب من طرف المؤسسة		تكوين سابق		الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	1	100	1	-	-	-	-	أقل من 3 سنوات
100	6	50	3	-	-	50	3	من 3 إلى 6 سنوات
100	13	76,92	10	-	-	23,08	3	أكثر من 6 سنوات
100	20	70	14	-	-	30	6	المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,736		2		0,614

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب، وتشير نتائجه إلى أنّ 100% من الصحفيين الذين تقلّ مدّة خبرتهم بالعمل الإلكتروني عن 3 سنوات يستندون على "خبرتهم الذاتية"، فيما تساوت النسب لدى العاملين الذين تتراوح مدة خبرتهم بين 3 سنوات و6 سنوات، إذ استفاد 50% منهم من "تكوين سابق" فيما تعتمد الـ50% الأخرى على "الخبرة الذاتية"، أما الفئة الأخيرة والتي تزيد مدّة خبرتها بالعمل الإلكتروني عن 6 سنوات، فقد سجّلت بالأغلبية وبنسبة بلغت 76,92% الاعتماد على "الخبرة الذاتية" دون غيرها.

وقد أكّد اختبار كا² بقيمة جدولية بلغت 0,614 عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,736.

جدول رقم (60) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وكيفية إتقان استخدام

برمجيات الحاسوب

المجموع		خبرة ذاتية		تدريب من طرف المؤسسة		تكوين سابق		كيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب	الدعم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	6	66,67	2	-	-	66,7	4	متوفر	
100	14	85,71	12	-	-	14,29	2	غير متوفر	
100	20	70	14	-	-	30	6	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²	
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,023		1		5,010	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب، وتشير نتائجه إلى أنّ 66,7% من الصحفيين الذين يتوفر لهم الدعم بالوسائل التكنولوجية قد استفادوا من "تكوين سابق" فيما يعتمد 85,71% من الصحفيين الذين لا يستفيدون من الدعم بالوسائل التكنولوجية على "الخبرة الذاتية"

وقد أكد اختبار كا² بقيمة جدولية بلغت 5,010 وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,023.

جدول رقم (61) يوضح العلاقة بين متغيري النوع وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية

المجموع		الانتقال من الصحافة المكتوبة إلى الإلكترونية		طلب توظيف		استدعاء من المؤسسة الصحفية		طريقة الولوج	النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	12	16,67	2	83,33	10	-	-	ذكر	
100	8	37,5	3	62,5	5	-	-	أنثى	
100	20	25	5	75	15	-	-	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²	
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,292		1		1,111	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ أغلبية العاملين بالشروق أون لاین قد حققوا ذلك عن طريق تقديم طلب توظيف، أين بلغت النسبة لدى الذكور 83,33% وعند الإناث 62,5%.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 1,111 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,292.

جدول رقم (62) يوضح العلاقة بين متغيري السن وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية

المجموع		الانتقال من الصحافة المكتوبة إلى الإلكترونية		طلب توظيف		استدعاء من المؤسسة الصحفية		طريقة الولوج	السن
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	13	30,77	4	69,23	9	-	-	من 25 إلى أقل من 35	
100	7	14,29	1	85,71	6	-	-	من 35 إلى أقل من 45	
100	20	25	5	75	15	-	-	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²	
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,176		1		1,832	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ أغلبية العاملين بالشروق أون لاین قد التحقوا بمناصب عملهم عن طريق تقديم طلب توظيف، أين بلغت النسبة لدى الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) 69,23% وعند الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة) بلغت 85,71%.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 1,832 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,176.

جدول رقم (63) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وطريقة الولوج لعالم الصحافة

الإلكترونية

المجموع		الانتقال من الصحافة المكتوبة إلى الإلكترونية		طلب توظيف		استدعاء من المؤسسة الصحفية		طريقة الولوج	الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	1	-	-	100	1	-	-	أقل من 3 سنوات	
100	6	16,67	1	83,33	5	-	-	من 3 إلى 6 سنوات	
100	13	30,77	4	69,23	9	-	-	أكثر من 6 سنوات	
100	20	25	5	75	15	-	-	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²	
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,675		2		0,786	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أن أغلبية العاملين بالشروط أون لاین قد تمّ توظيفهم بعد تقديمهم طلب توظيف، أين بلغت النسبة لدى العاملين الذين تقلّ خبرتهم بالعمل الإلكتروني عن 3 سنوات 100%، أما الفئة التي تتراوح سنوات خبرة عاملها بين 3 و 6 سنوات، فقد بلغت لديها النسبة 83,33% أما أكثر العاملين خبرة فقد تمّ توظيفهم عن طريق طلب توظيف بنسبة 69,23%.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 0,789 عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,675.

جدول رقم (64) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وطريقة الولوج لعالم

الصحافة الإلكترونية

المجموع		الانتقال من الصحافة المكتوبة إلى الإلكترونية		طلب توظيف		استدعاء من المؤسسة الصحفية		طريقة الولوج	الدعم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	6	33,33	2	66,67	4	-	-	متوفر	
100	14	28,29	4	71,43	10	-	-	غير متوفر	
100	20	30	6	70	14	-	-	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²	
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,573		1		0,317	

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ أغلبية العاملين بالشروق أون لاين قد حقّقوا ذلك عن طريق تقديم طلب توظيف، أين بلغت النسبة لدى العاملين الذين يتوفر لديهم الدعم بالوسائل التكنولوجية %66,67 وعند العاملين غير المستفيدين من هذا الدعم بلغت النسبة %71,43.

وقد أكّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 0,317 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,573.

جدول رقم (65) يوضح العلاقة بين متغيري النوع ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية

والورقية

المجموع		لا يختلف		قليلاً		بشكل كلي		مدى الاختلاف النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	12	-	-	25	3	75	9	ذكر
100	8	-	-	87,5	7	12,5	1	أنثى
100	20	-	-	50	10	50	10	المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,048		1		5,333

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع ودرجة الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ هناك اختلاف في الرأي، إذ يرى الذكور بنسبة 75% أنّ هناك اختلافاً كلياً بين النمطين، فيما ترى فئة الإناث بنسبة 87,5% وجود اختلاف نسبي (قليل) فقط بين الصحيفة الإلكترونية والورقية.

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع ودرجة الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 5,333 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,048.

جدول رقم (66) يوضح العلاقة بين متغيري السن ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية

والورقية

المجموع		لا يختلف		قليلاً		بشكل كلي		مدى الاختلاف السن
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	13	-	-	38,46	5	61,54	8	من 25 إلى أقل من 35
100	7	-	-	71,43	5	28,57	2	من 35 إلى أقل من 45
100	20	-	-	50	10	50	10	المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,039		1		3,220

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ هناك اختلاف في الرأي، إذ يرى غالبية المتضمنين إلى الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) بنسبة 61,54% أنّ هناك اختلافاً كلياً بين النمطين، فيما ترى فئة (من 35 سنة إلى أقل من 35 سنة) بنسبة 71,43% وجود اختلاف نسبي (قليل) فقط بين الصحافة الإلكترونية والورقية. وقد أكّد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين السن ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 3,220 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,039.

جدول رقم (67) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومدى اختلاف العمل بين

الصحيفة الإلكترونية والورقية

الاجموع		لا يختلف		قليلاً		بشكل كلي		مدى الاختلاف الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	1	-	-	100	1	-	-	أقل من 3 سنوات
100	6	-	-	33,33	2	66,67	4	من 3 إلى 6 سنوات
100	13	-	-	53,85	7	46,15	6	أكثر من 6 سنوات
100	20	-	-	50	10	50	10	الاجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,418		2		1,744

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ أغلبية العاملين بالشروق أون لاین يرون أنّ الاختلاف في العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية كلي، أين بلغت النسبة لدى العاملين الذين تقلّ خبرتهم بالعمل الإلكتروني عن 3 سنوات 100%، أما الفئة التي تتراوح خبرة عاملها بين 3 و6 سنوات، فيؤكدون على ذات الفكرة بنسبة 66,7%، فيما تتقارب الرؤية لدى أصحاب الخبرة الذين تزيد سنوات عملهم عن 6 سنوات، إذ تؤيد الأقلية منهم بنسبة 46,15% كليا الاختلاف، فيما ترى غالبيتهم والتي بلغت نسبتها 53,85% نسبية الاختلاف في العمل بين كل من الصحافة الإلكترونية والورقية.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 1,744 عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,418.

جدول رقم (68) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومدى اختلاف العمل بين

الصحيفة الإلكترونية والورقية

المجموع		لا يختلف		قليلاً		بشكل كلي		مدى الاختلاف الدعم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	6	-	-	33,33	2	66,67	4	متوفر
100	14	-	-	57,14	8	42,86	6	غير متوفر
100	20	-	-	50	10	50	10	المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,042		1		3,476

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى اختلاف طفيف في وجهات النظر، إذ أنّ أغلبية العاملين بالشروق أون لاین والمستفيدين من الدعم بالوسائل التكنولوجية يرون بنسبة 66,67% أنّ الاختلاف في العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية كلي، أما 57,14% من الفئة غير المستفيدة من الدعم بالوسائل التكنولوجية فيرون أنّ الاختلاف لا يعدو كونه نسبياً فقط.

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 3,476 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,042.

جدول رقم (69) يوضح العلاقة بين متغيري النوع وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية

المجموع		8ع		7ع		6ع		5ع		4ع		3ع		2ع		1ع		أوجه الاختلاف النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	56	21,43	12	5,36	3	-	-	14,29	8	17,86	10	7,14	4	14,29	8	19,64	11	ذكر
100	35	17,14	6	-	-	-	-	-	-	28,57	10	17,14	6	22,86	8	14,29	5	أنثى
100	91	19,78	18	3,3	3	-	-	8,79	8	21,98	20	10,99	10	17,58	16	17,58	16	المجموع
القرار الإحصائي														الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
توجد فروق ذات دلالة إحصائية														0,040	1	4,219		

ع=عبارة

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ الذكور من العاملين بالشروق أون لاين يرون أنّ أهم أوجه الاختلاف يكمن بنسبة 21,43% في "التفاعل الفوري مع القراء"، يليه بنسبة 19,64% عامل "السهولة والسرعة في العمل"، ثمّ "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" بنسبة بلغت 17,86%، ثمّ وينسب متساوية بلغت 14,29% يأتي كل من "تعدد مهام الصحفي" و"العمل الفردي".

أمّا عند فئة الإناث، فتشير النسب إلى أنّ أهم أوجه الاختلاف حسبهنّ يتجلى بنسبة 28,57% في "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" يليه "تعدد مهام الصحفي" بنسبة بلغت 22,86%، ثمّ وينسب متساوية قُدرت بـ 17,14% كل من "زيادة مسؤوليات الصحفي" و"التفاعل الفوري مع القراء".

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين أوجه الاختلاف "الارتياح في العمل" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 4,219 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,040.

جدول رقم (70) يوضح العلاقة بين متغيري السن وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية

المجموع		8ع		7ع		6ع		5ع		4ع		3ع		2ع		1ع		أوجه الاختلاف السن
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	45	11,11	5	2,22	1	-	-	4,44	2	28,9	13	11,11	5	22,22	10	20	9	من 25 إلى أقل من 35
100	34	20,59	7	2,94	1	-	-	5,88	2	20,59	7	11,76	4	17,65	6	20,59	7	من 35 إلى أقل من 45
100	79	15,2	12	2,53	2	-	-	5,06	4	25,32	20	11,39	9	20,25	16	20,25	16	المجموع
القرار الإحصائي														الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية														0,815		1		0,055

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ المنتمين إلى الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) من العاملين بالشروق أون لاين يرون أنّ أهم أوجه الاختلاف يكمن بنسبة 28,9% في "وجوب التحديث الدائم للمعلومات"، يليه بنسبة 22,22% عامل "تعدّد مهام الصحفي"، ثمّ "سهولة أكثر وسرعة في العمل" بنسبة بلغت 20%، ثمّ وينسب متساوية بلغت 11,11% يأتي كل من "الزيادة في مسؤوليات الصحفي" و"التفاعل الفوري مع القراء".

أمّا عند فئة (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فتشير التّسبب إلى أنّ أهم أوجه الاختلاف حسبهم يتجلى بنسبة 20,59% في ثلاث عوامل هي "سهولة أكثر وسرعة في العمل"، "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" و"التفاعل الفوري مع القراء"، ثمّ وينسب فُدرت بـ 17,65% يأتي "تعدّد مهام الصحفي".

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين أوجه الاختلاف "الارتياح في العمل" إذ انعدمت النسبة لهذا الاقتراح.

وقد أكّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيري السن وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 0,055 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,815.

جدول رقم (71) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وأوجه الاختلاف بين الصحيفة

الإلكترونية والورقية

المجموع	8ع		7ع		6ع		5ع		4ع		3ع		2ع		1ع		أوجه الاختلاف الخبرة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	6	16,67	1	-	-	-	-	16,67	1	16,67	1	16,67	1	16,67	1	16,67	1	أقل من 3 سنوات
100	27	11,1	3	-	-	-	-	3,71	1	25,93	7	18,52	5	22,22	6	18,52	5	من 3 إلى 6 سنوات
100	55	16,36	9	5,45	3	-	-	7,27	4	23,64	13	9,1	5	18,18	10	20	11	أكثر من 6 سنوات
100	88	14,77	13	3,41	3	-	-	6,82	6	23,86	21	12,5	11	19,32	17	19,32	17	المجموع
القرار الإحصائي													الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية													0,293	2	4,396			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ الأقل خبرة (أقل من 3 سنوات) من العاملين بالشروق أون لاین يرون أنّ الاختلاف يكمن بنسب متساوية بلغت 16,67% في 6 اقتراحات من تلك الموضوعة، وهي "سهولة أكثر وسرعة في العمل، تعدد مهام الصحفي، زيادة مسؤوليات الصحفي، وجوب التحديث الدائم للمعلومات، العمل الفردي، نقص الرقابة الخارجية والتفاعل الفوري مع القراء".

أما الفئة التي تتراوح خبرتها في العمل الإلكتروني بين 3 سنوات و6 سنوات، فتشير النسب إلى أنّ أهم أوجه الاختلاف حسبهم يتجلى بنسبة 25,93% في "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" يليه بنسبة 22,22% "تعدد مهام الصحفي"، ثمّ بنسب متساوية بلغت 18,52% كل من "سهولة أكثر وسرعة في العمل" و"زيادة مسؤوليات الصحفي".

أما الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات) فتشارك مع الفئة السابقة في أهم أوجه الاختلاف والذي يتجلى في "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" بنسبة 23,64% يليه "سهولة أكثر وسرعة في العمل" بنسبة 20%، ثم "تعدّد مهام الصحفي" بنسبة بلغت 18,18%.

كما لاحظنا أنّ الفئات الثلاث لم تورد من بين أوجه الاختلاف "الارتياح في العمل" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 4,369 عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,293.

جدول رقم (72) يوضّح العلاقة بين متغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وأوجه الاختلاف بين

الصحيفة الإلكترونية والورقية

المجموع	8ع		7ع		6ع		5ع		4ع		3ع		2ع		1ع		أوجه الاختلاف الدعم	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	34	17,65	6	5,88	2	-	-	8,82	3	17,65	6	14,7	5	17,65	6	17,65	6	متوفر
100	55	21,82	12	1,82	1	-	-	3,64	2	25,45	14	10,91	6	18,18	10	18,18	10	غير متوفر
100	89	20,22	18	3,37	3	-	-	5,62	5	22,47	20	12,36	11	17,98	16	17,98	16	المجموع
القرار الإحصائي													الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية													0,177	1	5,298			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، وتشير نتائجه إلى أنّ أغلبية العاملين بالشروق أون لاين والمستفيدين من الدعم بالوسائل التكنولوجية يرون بنسبة 17,65% أنّ أهم أوجه الاختلاف يكمن في 4 عوامل هي "سهولة أكثر وسرعة في العمل، تعدّد مهام الصحفي، وجوب التحديث الدائم للمعلومات، التفاعل الفوري مع القراء"،

تليها "زيادة مسؤوليات الصحفي" بنسبة 14,7%، أمّا العاملون غير المستفيدين من الدعم بالوسائل التكنولوجية فيرون بنسبة 25,45% أنّ أهم أوجه الاختلاف يكمن في "وجوب التحديث الدائم للمعلومات"، يليه بنسبة 21,82% "التفاعل الفوري مع القراء"، ثمّ وبنسب متساوية بلغت 18,18% كلّ من "السهولة والسرعة في العمل" و"زيادة مسؤوليات الصحفي".

كما لاحظنا أنّ الفئتين لم تورد من بين أوجه الاختلاف "الارتياح في العمل" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية بقيمة جدولية بلغت 5,298 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,177.

جدول رقم (73) يوضّح العلاقة بين متغيّري النوع ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية

الدوافع النوع	1ع		2ع		3ع		4ع		5ع		6ع		7ع		المجموع	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك
مذكر	21,05	8	7,89	3	-	-	28,95	11	7,89	3	26,32	10	7,89	3	100	38
مؤنث	47,06	8	-	-	-	-	29,41	5	5,88	1	17,65	3	-	-	100	17
المجموع	29,09	16	5,45	3	-	-	29,09	16	7,28	4	23,64	13	5,45	3	100	55
قيمة كا ²	درجة الحرية		الدلالة		القرار الإحصائي											
0,008	1		0,927		لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية											

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري النوع ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ الذكور من العاملين بالشروق أون لاین يرون أنّ أهم الدوافع يكمن بنسبة 28,95% في "اكتساب المزيد من الخبرة"، يليه بنسبة 26,32% دافع "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية"، ثمّ "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" بنسبة بلغت 21,05%.

أما فئة الإناث، فقد لاحظنا على مستواها أنّ أول دافع هو "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" بنسبة %47,06، يليه "اكتساب المزيد من الخبرة" بنسبة بلغت %29,41، ثم "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية" بنسبة قُدّرت بـ %17,65.

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين الدوافع "الزيادة في الأجر" إذ انعدمت النسبة لهذا الاقتراح.

وقد أكّد اختبار كاي² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيّري النوع ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 0,008 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,927.

جدول رقم (74) يوضّح العلاقة بين متغيّري السن ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية

الدوافع	1ع		2ع		3ع		4ع		5ع		6ع		7ع		المجموع
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
من 25 إلى أقل من 35	26,47	9	5,88	2	-	-	32,36	11	5,88	2	23,53	8	5,88	2	100
من 35 إلى أقل من 45	41,18	7	5,88	1	-	-	29,41	5	-	-	17,65	3	5,88	1	100
المجموع	31,37	16	5,88	3	-	-	31,37	16	3,92	2	21,58	11	5,88	3	100
قيمة كاي ²	درجة الحرية		الدلالة		القرار الإحصائي										
0,108	1		0,742		لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية										

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري السن ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ العاملين بالشروق أون لاین المنتمين إلى الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) يرون أنّ أهم الدوافع يكمن بنسبة %32,36 في "اكتساب المزيد من الخبرة"، يليه بنسبة %26,47 دافع "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع"، ثمّ "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية" بنسبة بلغت %23,53.

أما فئة (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فقد لاحظنا على مستواها أنّ أول دافع هو "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" بنسبة 41,18%، يليه "اكتساب المزيد من الخبرة" بنسبة بلغت 29,41%، ثم "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية" بنسبة قُدِّرت بـ 17,65%.

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين الدوافع "الزيادة في الأجر" إذ انعدمت النسبة لهذا الاقتراح.

وقد أكّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري السن ودوافع تفضيل العمل في الصحيفة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 0,108 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,742.

جدول رقم (75) يوضّح العلاقة بين متغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني ودوافع تفضيل العمل في

الصحافة الإلكترونية

المجموع	7ع		6ع		5ع		4ع		3ع		2ع		1ع		الدوافع الخبرة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	4	-	-	25	1	-	-	25	1	-	-	25	1	25	1	أقل من 3 سنوات
100	15	6,67	1	20	3	-	-	26,67	4	-	-	6,67	1	40	6	من 3 إلى 6 سنوات
100	36	8,33	3	22,22	8	5,56	2	33,33	12	-	-	5,56	2	25	9	أكثر من 6 سنوات
100	55	7,27	4	21,82	12	3,64	2	30,91	17	-	-	7,27	4	29,09	16	المجموع
القرار الإحصائي												الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,097	2	4,671		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ الأقل خبرة (أقل من 3 سنوات) من العاملين بالشروط أون لاين يرون أنّ

الدوافع تكمن بنسب متساوية بلغت 25% في 4 اقتراحات من تلك الموضوعة، وهي "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع، عدم وجود صحفيين مكوّنين أساساً لهذا الغرض، اكتساب المزيد من الخبرة، دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية".

أما الفئة التي تتراوح خبرتها في العمل الإلكتروني بين 3 سنوات و6 سنوات، فتشير النسب إلى أنّ أهم دافع حسبهم يتجلى بنسبة 40% في "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" يليه بنسبة 26,67% "اكتساب المزيد من الخبرة"، ثمّ بنسبة بلغت 20% "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية".

أما الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات) فتشارك مع الفئة السابقة في أهم أوجه الاختلاف والذي يتجلى في "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" بنسبة 23,64% يليه "سهولة أكثر وسرعة في العمل" بنسبة 20%، ثمّ "تعدّد مهام الصحفي" بنسبة بلغت 18,18%.

كما لاحظنا أنّ الفئات الثلاث لم تورد من بين أوجه الاختلاف "الارتياح في العمل" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني ودوافع تفضيل العمل في الصحيفة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 4,671 عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,097.

جدول رقم (76) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ودوافع تفضيل العمل في

الصحافة الإلكترونية

المجموع		7ع		6ع		5ع		4ع		3ع		2ع		1ع		الدوافع الدعم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	20	10	2	20	4	10	2	25	5	-	-	5	1	30	6	متوفر
100	32	3,13	1	25	8	3,13	1	34,37	11	-	-	6,25	2	28,12	9	غير متوفر
100	52	5,77	3	23,08	12	5,77	3	30,76	16	-	-	5,77	3	28,85	15	المجموع
القرار الإحصائي												الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,218	1	6,867		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ العاملين بالشروق أون لاین ممن يصرحون بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية يرون بنسبة 30% أنّ أهم دافع لتفضيل العمل بالصحافة الإلكترونية يكمن في "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" يليه حسب 25% من ذات الفئة "اكتساب المزيد من الخبرة" ثم "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية" حسب 20% منهم.

أمّا الفئة التي تنفي توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، فتشير الأرقام إلى أنّ أهم دافع حسبهم يتجلى بنسبة 34,37% في "اكتساب المزيد من الخبرة" يليه بـ 28,12% "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع"، ثمّ وبنسبة بلغت 25% "دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية".

كما لاحظنا أنّ الفئتين لم تورد من بين أوجه الاختلاف "الارتياح في العمل" إذ انعدمت النسبة لهذا الاقتراح.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 6,867 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,218.

جدول رقم (77) يوضح العلاقة بين متغيري النوع وترتيب القيم الإعلامية المُركّز عليها في عملية

النشر الصحفي

المجموع		التوازن		الإنصاف		الدقة والأمانة		المسؤولية		الحياد		الموضوعية		المصداقية		ترتيب القيم	
																النوع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	55	6 مر		7 مر		3 مر		4 مر		5 مر		2 مر		1 مر		ذكر	
		12,73	7	20	11	9,1	5	12,73	7	10,9	6	16,36	9	18,18	10		
100	38	6 مر		7 مر		4 مر		5 مر		3 مر		2 مر		1 مر		أنثى	
		15,79	6	15,79	6	7,9	3	15,79	6	10,52	4	15,79	6	18,42	7		
100	93	13,98	13	18,28	17	8,6	8	13,98	13	10,75	10	16,13	15	18,28	17	المجموع	
القرار الإحصائي												الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,224	1	1,481			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع وترتيب القيم الإعلامية المُركّز عليها في عملية النشر الصحفي، وتشير نتائجه إلى أنه حسب فئة الذكور من العاملين بالشروق أون لاين تترتب القيم الإعلامية على النحو الآتي: المصداقية (18,18%)، الموضوعية (16,36%)، الدقة والأمانة (9,1%)، المسؤولية (12,73%)، الحياد (10,9%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (12,73%)، الإنصاف (20%).

أما فئة الإناث، فتترتب القيم الإعلامية حسبهم كما يلي: المصداقية (18,42%)، الموضوعية (15,79%)، الحياد (10,52%)، الدقة والأمانة (7,9%)، المسؤولية (15,79%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (15,79%)، الإنصاف (15,79%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع وترتيب القيم الإعلامية بقيمة جدولية بلغت 1,481 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,224.

جدول رقم (78) يوضح العلاقة بين متغيري السن وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية

النشر الصحفي

المجموع		التوازن		الإنصاف		الدقة والأمانة		المسؤولية		الحياد		الموضوعية		المصدقية		ترتيب القيم	
																السن	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	49	6 مر		7 مر		3 مر		4 مر		5 مر		2 مر		1 مر		من 25 إلى	
		8,16	4	4,08	2	8,16	4	12,25	6	24,49	12	20,41	10	22,45	11	أقل من 35	
100	28	6 مر		7 مر		3 مر		4 مر		5 مر		1 مر		2 مر		من 35 إلى	
		10,71	3	7,14	2	21,43	6	17,86	5	10,71	3	14,29	4	17,86	5	أقل من 45	
100	77	9,1	7	5,19	4	12,98	10	14,29	11	19,48	15	18,18	14	20,78	16	المجموع	
القرار الإحصائي												الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,405	3	2,917			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية النشر الصحفي، وتشير نتائجه إلى أنه حسب الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) من العاملين بالشروق أون لاين تترتب القيم الإعلامية على النحو الآتي: المصدقية (22,45%)، الموضوعية (20,41%)، الدقة والأمانة (8,14%)، المسؤولية (12,25%)، الحياد (12,25%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (8,16%)، الإنصاف (4,08%).

أما الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فتترتب القيم الإعلامية حسبهم كما يلي: الموضوعية (14,29%)، المصدقية (17,86%)، الدقة والأمانة (21,43%)، المسؤولية (17,86%)، الحياد (10,71%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (10,71%)، الإنصاف (7,14%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيري السن وترتيب القيم

الإعلامية بقيمة جدولية بلغت 2,917 عند درجة الحرية 3 ومستوى دلالة 0,405.

جدول رقم (79) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز

عليها في عملية النشر الصحفي

المجموع		التوازن		الإنصاف		الدقة والأمانة		المسؤولية		الحياد		الموضوعية		المصدقية		ترتيب القيم الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	7	6 مر		7 مر		3 مر		4 مر		5 مر		2 مر		1 مر		أقل من 3 سنوات
		14,28	1	14,28	1	14,28	1	14,28	1	14,28	1	14,28	1	14,28	1	
100	35	6 مر		7 مر		2 مر		5 مر		3 مر		4 مر		1 مر		من 3 إلى 6 سنوات
		17,14	6	17,14	6	8,57	3	14,29	5	17,14	6	11,43	4	14,29	5	
100	71	6 مر		7 مر		3 مر		5 مر		4 مر		2 مر		1 مر		أكثر من 6 سنوات
		16,9	12	16,9	12	8,45	6	15,49	11	11,27	8	14,09	10	16,9	12	
100	113	16,81	19	16,81	19	8,85	10	15,04	17	13,28	15	13,28	15	15,93	18	المجموع
القرار الإحصائي												الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,223	4	5,694		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية النشر الصحفي، وتشير نتائجه إلى أنه حسب الأقل خبرة من العاملين بالشروق أون لاین (أقل من 3 سنوات) تترتب القيم الإعلامية بنسب متساوية قُدِّرت بـ 14,28% على النحو الآتي: المصدقية، الموضوعية، الدقة والأمانة، المسؤولية، الحياد، التوازن والعدالة في نشر الأخبار، الإنصاف.

أما الفئة التي تتراوح سنوات خبرتها بين 3 و6 سنوات، فتترتب القيم الإعلامية حسبهم كما يلي: المصدقية (14,29%)، الدقة والأمانة (8,57%)، الحياد (17,14%)، الموضوعية (11,43%)، المسؤولية (14,29%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (17,14%)، الإنصاف (17,14%).

في حين الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات)، فتترتب القيم الإعلامية حسبهم كما يلي: المصدقية (16,9%)، الموضوعية (14,09%)، الدقة والأمانة (8,45%)، الحياد (11,27%)، المسؤولية (15,49%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (16,9%)، الإنصاف (16,9%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب القيم الإعلامية بقيمة جدولية بلغت 5,694 عند درجة الحرية 4 ومستوى دلالة 0,223.

جدول رقم (80) يوضّح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب القيم الإعلامية

المُرَكِّز عليها في عملية النّشر الصحفي

المجموع		التوازن		الإنصاف		الدقة والأمانة		المسؤولية		الحياد		الموضوعية		المصدقية		ترتيب القيم الدعم
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	34	6 مر		7 مر		3 مر		4 مر		5 مر		2 مر		1 مر		متوفر
		17,65	6	17,65	6	5,88	2	14,71	5	11,75	4	17,65	6	14,71	5	
100	71	6 مر		7 مر		5 مر		4 مر		3 مر		2 مر		1 مر		غير متوفر
		14,08	10	15,49	11	12,68	9	11,27	8	14,08	10	15,49	11	16,91	12	
100	105	15,24	16	16,19	17	10,48	11	12,38	13	13,33	14	16,19	17	16,19	17	المجموع
القرار الإحصائي												الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,614	3	1,806		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب القيم الإعلامية المُركِّز عليها في عملية النّشر الصحفي، وتشير نتائجه إلى أنّه حسب الصحفيين الذين يصرّحون بتوقّر الدعم بالوسائل التكنولوجية، تترتب القيم الإعلامية كما يلي: المصدقية (14,29%)، الموضوعية (8,57%)، الدقة والأمانة (17,14%)، المسؤولية (11,43%)، الحياد (14,29%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (17,14%)، الإنصاف (17,14%).

في حين يرتب الصحفيون، الذين يصرّحون بعدم توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، القيم الإعلامية على النحو الآتي: المصدقية (16,91%)، الموضوعية (15,49%)، الحياد (14,08%)، المسؤولية (11,27%)، الدقة والأمانة (12,68%)، التوازن والعدالة في نشر الأخبار (14,08%)، الإنصاف (15,49%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب القيم الإعلامية بقيمة جدولية بلغت 1,806 عند درجة الحرية 3 ومستوى دلالة 0,614.

جدول رقم (81) يوضّح العلاقة بين متغيري النوع وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي

الإلكتروني

المجموع		8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الانتهاكات النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	48	1 مر		7 مر		8 مر		1 مر		5 مر		3 مر		4 مر		2 مر		ذكر
		12,5	6	8,33	4	10,42	5	16,66	8	8,33	4	18,75	9	10,42	5	15,58	7	
100	35	1 مر		8 مر		6 مر		2 مر		5 مر		7 مر		4 مر		3 مر		أنثى
		17,14	6	8,57	3	14,29	5	8,57	3	14,29	5	17,14	6	8,57	3	11,44	4	
100	83	14,46	12	8,44	7	12,05	10	13,25	11	10,84	9	18,07	15	9,64	8	13,25	11	المجموع
القرار الإحصائي														الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
توجد فروق ذات دلالة إحصائية														0,040	4	10,000		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني، وتشير نتائجه إلى أنه حسب فئة الذكور من العاملين بالشروق أون لاین الانتهاكات على النحو الآتي: نشر الأخبار الكاذبة (16,66%)، السب والقذف (15,58%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (18,75%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (10,52%)، إفشاء أسرار العدالة (8,33%)، التحريض على الجريمة (12,5%)، عدم الانصياع للقوانين (8,33%)، الدعوة إلى قلب النظام (10,42%).

أما فئة الإناث، فتترتب الانتهاكات حسبهم كما يلي: التحريض على الجريمة (17,14%)، نشر الأخبار الكاذبة (8,57%)، السب والقذف (11,44%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (8,57%)، إفشاء

أسرار العدالة (14,29%)، الدعوة إلى قلب النظام (14,29%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (17,14%)، عدم الانصياع للقوانين (8,57%).

وقد أُكِّد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري النوع وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني بقيمة جدولية بلغت 10,000 عند درجة الحرية 4 ومستوى دلالة 0,040.

جدول رقم (82) يوضح العلاقة بين متغيري السن وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي

الإلكتروني

المجموع	8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الانتهاكات السن	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	71	مر 1		مر 7		مر 6		مر 2		مر 5		مر 8		مر 4		مر 3		من 25 إلى أقل من 35
		16,9	12	14,08	10	11,27	8	8,45	6	9,86	7	7,04	5	16,9	12	15,49	11	
100	42	مر 7		مر 6		مر 8		مر 1		مر 4		مر 3		مر 5		مر 2		من 35 إلى أقل من 45
		7,14	3	11,9	5	11,9	5	14,29	6	16,67	7	11,9	5	14,29	6	11,9	5	
100	113	13,27	15	13,27	15	11,5	13	10,62	12	12,39	14	8,85	10	15,93	18	14,16	16	المجموع
القرار الإحصائي													الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
توجد فروق ذات دلالة إحصائية													0,001	4	19,634			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني، وتشير نتائجه إلى أنه حسب الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) من العاملين بالشروق أون لاین تترتب الانتهاكات على النحو الآتي: التحريض على الجريمة (16,9%)، نشر الأخبار الكاذبة (8,45%)، السب والقذف (15,49%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (16,9%)، إفشاء أسرار العدالة (9,86%)، الدعوة إلى قلب النظام (11,27%)، عدم الانصياع للقوانين (14,08%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (7,08%).

أما الفئة التي تتراوح أعمارهم (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فتترتب الانتهاكات حسبهم كما يلي: نشر الأخبار الكاذبة (14,29%)، السب والقذف (11,9%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (11,9%)، إفشاء أسرار العدالة (16,67%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (14,29%)، عدم الانصياع للقوانين (11,9%)، التحريض على الجريمة (7,14%)، الدعوة إلى قلب النظام (11,9%).

وقد أُكِّد اختباراً² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني بقيمة جدولية بلغت 19,634 عند درجة الحرية 4 ومستوى دلالة 0,001.

جدول رقم (83) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب الانتهاكات التي تخل

بالعمل الصحفي الإلكتروني

المجموع	8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الانتهاكات الخبرة	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	8	6 مر		7 مر		8 مر		1 مر		5 مر		3 مر		4 مر		2 مر		أقل من 3 سنوات
		12,5	1	12,5	1	12,5	1	12,5	1	12,5	1	12,5	1	12,5	1	12,5	1	
100	34	7 مر		8 مر		3 مر		1 مر		5 مر		6 مر		4 مر		2 مر		من 3 إلى 6 سنوات
		14,7	5	11,77	4	14,7	5	11,77	4	11,77	4	14,7	5	8,82	3	11,77	4	
100	48	6 مر		8 مر		7 مر		1 مر		3 مر		5 مر		4 مر		2 مر		أكثر من 6 سنوات
		12,5	6	18,75	9	14,58	7	12,5	6	8,33	4	10,42	5	10,42	5	12,5	6	
100	90	13,33	12	15,56	14	14,45	13	12,22	11	10	9	12,22	11	10	9	12,22	11	المجموع
القرار الإحصائي													الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
توجد فروق ذات دلالة إحصائية													0,042	8	16,000			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني، وتشير نتائجه إلى أنه حسب الفئة الأقل خبرة (أقل من 3 سنوات) من العاملين بالشروق أون لاین تترتب الانتهاكات بنسب متساوية قُدِّرت بـ 12,5% على النحو الآتي: نشر الأخبار

الكاذبة، السب والقذف، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي، انتهاك أسرار الحياة الخاصة، إفشاء أسرار العدالة، التحريض على الجريمة، عدم الانصياع للقوانين، الدعوة إلى قلب النظام.

أما الفئة متوسطة الخبرة (من 3 إلى 6 سنوات) فتترتب الانتهاكات حسبهم كما يلي: نشر الأخبار الكاذبة (11,77%)، السب والقذف (11,77%)، الدعوة إلى قلب النظام (14,7%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (8,82%)، إفشاء أسرار العدالة (11,77%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (14,7%)، التحريض على الجريمة (14,7%)، عدم الانصياع للقوانين (11,77%).

في حين رتبت الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات) الانتهاكات على النحو الآتي: نشر الأخبار الكاذبة (12,5%)، السب والقذف (12,5%)، إفشاء أسرار العدالة (8,33%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (10,42%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (10,42%)، التحريض على الجريمة (12,5%)، الدعوة إلى قلب النظام (14,58%)، عدم الانصياع للقوانين (18,75%).

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني بقيمة جدولية بلغت 16,000 عند درجة الحرية 8 ومستوى دلالة 0,042.

جدول رقم (84) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب الانتهاكات التي تخل

بالعمل الصحفي الإلكتروني

المجموع	8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الانتهاكات الدعم	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	29	6 مر		7 مر		4 مر		1 مر		8 مر		5 مر		3 مر		2 مر		متوفر
		13,79	4	13,79	4	10,35	3	17,24	5	6,9	2	13,79	4	10,35	3	13,79	4	
100	61	6 مر		8 مر		7 مر		1 مر		5 مر		3 مر		4 مر		2 مر		غير متوفر
		14,75	9	16,39	10	11,48	7	14,75	9	9,84	6	13,11	8	8,2	5	11,48	7	
100	90	14,44	13	15,56	14	11,11	10	15,56	14	8,89	8	13,33	12	8,89	8	12,22	11	المجموع
القرار الإحصائي													الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
توجد فروق ذات دلالة إحصائية													0,012	7	14,603			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني، وتشير نتائجه إلى أنّه حسب فئة العاملين بالشروق أون لاين المُصرّحين بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، تترتب الانتهاكات على النحو الآتي: نشر الأخبار الكاذبة (17,24%)، السب والقذف (13,79%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (10,35%)، الدعوة إلى قلب النظام (10,35%)، إفشاء أسرار الدولة الداخلي والخارجي (13,79%)، التحريض على الجريمة (13,79%)، عدم الانصياع للقوانين (13,79%)، إفشاء أسرار العدالة (6,9%).

أما الفئة التي صرحت بعدم توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، فتترتب الانتهاكات حسبهم كما يلي: نشر الأخبار الكاذبة (14,75%)، السب والقذف (11,48%)، إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي (13,11%)، انتهاك أسرار الحياة الخاصة (8,20%)، إفشاء أسرار العدالة (9,84%)، التحريض على الجريمة (13,79%)، الدعوة إلى قلب النظام (10,35%)، عدم الانصياع للقوانين (13,79%).

وقد أُكِّد اختباراً كاً² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني، بقيمة جدولية بلغت 14,603 عند درجة الحرية 7 ومستوى دلالة 0,012.

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (85) يوضح العلاقة بين متغيري النوع وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

المجموع		10		9		8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الأسباب النوع
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	62	4 مر		9 مر		10 مر		3 مر		7 مر		6 مر		8 مر		2 مر		1 مر		5 مر		ذكر
		9,68	6	9,68	6	12,9	8	8,06	5	6,45	4	11,29	7	8,06	5	9,68	6	12,9	8	11,29	7	
100	43	6 مر		10 مر		1 مر		2 مر		5 مر		7 مر		9 مر		8 مر		3 مر		4 مر		أنثى
		6,98	3	13,95	6	9,3	4	11,63	5	6,98	3	9,3	4	11,63	5	6,98	3	13,95	6	9,3	4	
100	105	8,57	9	11,43	12	11,43	12	9,52	10	6,67	7	10,48	11	9,52	10	8,57	9	13,33	14	10,48	11	المجموع
القرار الإحصائي																		الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
توجد علاقة ذات دلالة إحصائية																		0,021	9	27,624		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنه حسب فئة الذكور من العاملين بالشروق أون لاین تترتب أسباب انتشار الانتهاكات على النحو الآتي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (12,9%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (9,68%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (8,06%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (9,68%)، غياب حرية العمل الصحفي (11,29%)، غياب الرقابة الذاتية (11,29%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (6,45%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (8,06%)، قلة العائد المادي (9,68%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (12,9%).

أما فئة الإناث، فتترتب أسباب انتشار الانتهاكات حسبهم كما يلي: غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (9,3%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (11,63%)، نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (13,95%)، غياب حرية العمل الصحفي (9,3%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (6,98%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (6,98%)، غياب الرقابة الذاتية (9,3%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (6,98%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (11,63%)، قلة العائد المادي (13,95%).

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 27,624 عند درجة الحرية 9 ومستوى دلالة 0,021.

جدول رقم (86) يوضح العلاقة بين متغيري السن وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

المجموع		10		9		8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الأسباب السن
		%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	51	8 مر		10 مر		5 مر		2 مر		7 مر		6 مر		9 مر		3 مر		1 مر		4 مر		من 25 إلى أقل من 35
		9,8	5	11,77	6	5,88	3	13,73	7	9,8	5	7,84	4	11,77	6	11,77	6	9,8	5	7,84	4	
100	36	4 مر		10 مر		9 مر		3 مر		7 مر		6 مر		8 مر		2 مر		1 مر		5 مر		من 35 إلى أقل من 45
		13,89	5	8,33	3	11,11	4	13,89	5	5,57	2	11,11	4	8,33	3	11,11	4	8,33	3	8,33	3	
100	87	11,49	10	10,34	9	8,05	7	13,79	12	8,05	7	9,2	8	10,34	9	11,49	10	9,2	8	8,05	7	المجموع
القرار الإحصائي																	الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²			
توجد فروق ذات دلالة إحصائية																	0,001	9	19,867			

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنه حسب الفئة العمرية (من أقل من 25 سنة إلى 35 سنة) من العاملين بالشروق أون لاين، تترتب أسباب انتشار الانتهاكات على النحو الآتي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (9,8%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (13,73%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (11,77%)، غياب حرية العمل الصحفي (7,84%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (5,88%)، غياب الرقابة الذاتية (7,84%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (9,8%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (9,8%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (11,77%)، قلة العائد المادي (11,77%).

أما الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فتترتب أسباب انتشار الانتهاكات حسبهم كما يلي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (8,33%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (11,11%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (13,89%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (13,89%)، غياب حرية العمل الصحفي (8,33%)، غياب الرقابة الذاتية (11,11%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (5,57%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (8,33%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (11,11%)، قلة العائد المادي (8,33%).

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 19,867 عند درجة الحرية 9 ومستوى دلالة 0,001.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (87) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

المجموع		10		9		8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الأسباب الخبرة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	10	4 مر		9 مر		10 مر		3 مر		7 مر		6 مر		8 مر		2 مر		1 مر		5 مر		أقل من 3 سنوات
		10	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10	1	10	1	
100	36	8 مر		10 مر		3 مر		4 مر		1 مر		7 مر		9 مر		5 مر		6 مر		2 مر		من 3 إلى 6 سنوات
		8,33	3	8,33	3	11,11	4	5,56	2	13,89	5	13,89	5	5,56	2	11,11	4	8,33	3	13,89	5	
100	55	4 مر		10 مر		9 مر		3 مر		7 مر		6 مر		8 مر		2 مر		1 مر		5 مر		أكثر من 6 سنوات
		10,9	6	9,1	5	7,27	4	9,1	5	14,54	8	10,9	6	7,27	4	9,1	5	12,72	7	9,1	5	
100	101	9,9	10	8,91	9	8,91	9	7,92	8	13,87	14	11,88	12	6,93	7	9,9	10	10,89	11	10,89	11	المجموع
القرار الإحصائي																		الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
توجد فروق ذات دلالة إحصائية																		0,019	18	27,603		

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنه حسب فئة الأقل خبرة من العاملين بالشروق أون لاين (أقل من 3 سنوات) تترتب أسباب انتشار الانتهاكات بنسب متساوية قُدِّرت بـ 10% على النحو الآتي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور، غياب حرية العمل الصحفي، غياب الرقابة الذاتية، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية، قلة العائد المادي، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية.

أما الفئة ذات الخبرة متوسطة المدى (من 3 سنوات إلى 6 سنوات)، فتترتب أسباب انتشار الانتهاكات حسبهم كما يلي: غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (13,89%)، غياب حرية العمل الصحفي (13,89%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (11,11%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (5,56%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (11,11%)، نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (8,33%)، غياب الرقابة الذاتية (13,89%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (8,33%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (5,56%)، قلة العائد المادي (8,33%).

أما الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات)، فتترتب أسباب انتشار الانتهاكات حسبهم كما يلي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (12,72%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (9,1%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (9,1%)، غياب حرية العمل الصحفي (9,1%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (10,9%)، غياب الرقابة الذاتية (10,9%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (14,54%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (7,27%)، قلة العائد المادي (9,1%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (7,27%).

وقد أُكِّد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 27,603 عند درجة الحرية 18 ومستوى دلالة 0,019.

جدول رقم (88) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

المجموع		10		9		8		7		6		5		4		3		2		1		ترتيب الأسباب الدعم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	37	4 مر		9 مر		10 مر		2 مر		7 مر		6 مر		8 مر		3 مر		1 مر		5 مر		متوفر
		10,81	4	8,11	3	13,51	5	10,81	4	8,11	3	10,81	4	10,81	4	5,41	2	13,51	5	8,11	3	
100	63	5 مر		10 مر		3 مر		2 مر		7 مر		6 مر		9 مر		8 مر		1 مر		4 مر		غير متوفر
		9,52	6	7,94	5	11,11	7	12,7	8	9,52	6	7,94	5	11,11	7	7,94	5	12,7	8	9,52	6	
100	100	10	10	8	8	12	12	12	12	9	9	9	9	11	11	7	7	13	13	9	9	المجموع
القرار الإحصائي																		الدلالة	درجة الحرية	قيمة كا ²		
توجد فروق ذات دلالة إحصائية																		0,001	9	21,099		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنه حسب فئة العاملين بالشروق أون لاین الذين يصرّحون بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، تترتب أسباب انتشار الانتهاكات على النحو الآتي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (13,51%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (10,81%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (5,41%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (10,81%)، غياب حرية العمل الصحفي (8,11%)، غياب الرقابة الذاتية (10,81%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (8,11%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (10,81%)، قلة العائد المادي (8,11%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (13,51%).

أما فئة العاملين الذين يصرّحون بعدم توفر دعم بالوسائل التكنولوجية، فتترتب أسباب انتشار الانتهاكات حسبهم كما يلي: نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني (12,7%)، السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني (12,7%)، غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية (11,11%)، غياب حرية العمل الصحفي (9,52%)، تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور (9,52%)، غياب الرقابة الذاتية (7,94%)، غياب الرقابة القبلية في المؤسسة (9,52%)، نقص في تكوين وخبرة الصحفيين (7,94%)، نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية (11,11%)، قلة العائد المادي (7,94%).

وقد أُكِّد اختباراً كاً² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 21,099 عند درجة الحرية 9 ومستوى دلالة 0,001.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (89) يوضح العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره

النوع		العبارة		أنثى												ذكر											
				معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة					
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	8	-	-	-	-	-	-	12,5	1	87,5	7	100	12	-	-	16,67	2	-	-	8,33	1	75	9	1	1	يلتزم بعدم الحصول/ نشر المعلومات من خلال استخدام أساليب ملتوية	
100	8	-	-	-	-	-	-	100	8	-	-	100	12	-	-	-	-	-	-	83,33	10	16,67	2	2	2	يُعرّف عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت	
100	8	-	-	-	-	-	-	75	6	25	2	100	12	-	-	-	-	-	-	83,33	10	16,67	2	2	2	يلتزم الصحفي بالسر المهني	
100	8	-	-	-	-	-	-	75	6	25	2	100	12	-	-	-	-	-	-	33,33	4	66,67	8	8	8	يُسند المعلومات إلى مصادرها	
100	8	-	-	-	-	-	-	25	2	75	6	100	12	-	-	-	-	-	-	16,67	2	83,33	10	10	10	يحترم الحقوق الأدبية والملكية الفكرية	
100	8	-	-	-	-	25	2	-	-	75	6	100	12	-	-	16,67	2	-	-	-	-	83,33	10	10	10	يتحرى اللجوء الى المصادر الموثوقة	
100	8	-	-	12,5	1	87,5	7	-	-	-	-	100	12	16,67	2	8,33	1	75	9	-	-	-	-	-	-	يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات	
100	56	-	-	1,7	1	16,1	9	41,1	23	41,1	23	100	84	2,39	2	5,95	5	10,71	9	32,14	27	48,81	41	41	41	المجموع	
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²											
توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,028				6				4,848											

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو تعريف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (83,33% ذكور) و(100% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بالسّر المهني، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بإسناد المعلومات إلى مصادرها، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الذكور (66,67%) وأما الإناث فقد اكتفين بالموافقة فقط (75%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو احترام الصحفي الحقوق الأدبية والملكية الفكرية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (83,33% ذكور) و(75% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو تحسّي الصحفي اللجوء الى المصادر الموثوقة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (83,33% ذكور) و(75% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، إذ التزموا بالوقوف على الحياد تجاه هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).

وقد أُكّد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره بقيمة جدولية بلغت 4,848 عند درجة الحرية 6 ومستوى دلالة 0,028.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (90) يوضح العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره

من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة												من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة												السن العبارات	الترتيب
معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة							
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك						
100	7	-	-	14,28	1	-	-	14,28	1	71,44	5	100	13	-	-	7,69	1	-	-	7,69	1	84,62	11	1	يلتزم بعدم الحصول/ نشر المعلومات من خلال استخدام أساليب ملتوية
100	7	-	-	-	-	-	-	100	7	-	-	100	13	-	-	-	-	-	-	84,62	11	15,38	2	2	يُعرف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت
100	7	-	-	-	-	-	-	57,14	4	42,86	3	100	13	-	-	-	-	-	-	92,31	12	7,69	1	3	يلتزم الصحفي بالسر المهني
100	7	-	-	-	-	-	-	42,86	3	57,14	4	100	13	-	-	-	-	-	-	46,15	6	53,85	7	4	يُستند المعلومات إلى مصادرها
100	7	-	-	-	-	-	-	14,28	1	85,72	6	100	13	-	-	-	-	-	-	23,08	3	76,92	10	5	يحترم الحقوق الأدبية والملكية الفكرية
100	7	-	-	-	-	-	-	-	-	100	7	100	13	-	-	15,38	2	15,38	2	-	-	69,24	9	6	يتحرى اللجوء الى المصادر الموثوقة
100	7	-	-	14,28	1	85,72	6	-	-	-	-	100	13	7,69	1	15,38	2	76,92	10	-	-	-	-	7	يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات
100	49	-	-	4,08	2	12,24	6	32,66	16	51,02	25	100	91	1,1	1	5,49	5	13,19	12	36,26	33	43,96	40	المجموع	
القرار الإحصائي						الدلالة						درجة الحرية						قيمة كا ²							
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية						0,279						6						1,174							

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري السنّ والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (84,62%) و(71,44%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو تعريف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (84,62%) و(100%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو التزام الصحفيين بالسّر المهني، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (92,31%) و(57,14%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو التزام الصحفيين بإسناد المعلومات إلى مصادرها، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (53,85%) و(57,14%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو احترام الصحفي الحقوق الأدبية والملكية الفكرية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (76,92%) و(85,72%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو تحزّي الصحفي اللجوء إلى المصادر الموثوقة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (69,24%) و(100%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، إذ التزموا بالوقوف على الحياد تجاه هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (76,92%) و(85,72%).

وقد أكّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيّري السنّ والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره بقيمة جدولية بلغت 1,141 عند درجة الحرية 6 ومستوى دلالة 0,279.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (91) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره

أكثر من 6 سنوات												من 3 إلى 6 سنوات										أقل من 3 سنوات								الخبرة رقم العبارة							
الجموع		5		4		3		2		1		الجموع		4		3		2		1		الجموع		3		2		1									
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك								
100	13	-	-	15,39	2	-	-	7,69	1	76,92	10	100	6	-	-	-	-	16,67	1	83,33	5	100	1	-	-	-	-	100	1	1							
100	13	-	-	-	-	-	-	92,31	12	7,69	1	100	6	-	-	-	-	83,33	5	16,67	1	100	1	-	-	100	1	-	-	2							
100	13	-	-	-	-	-	-	76,92	10	23,08	3	100	6	-	-	-	-	83,33	5	16,67	1	100	1	-	-	100	1	-	-	3							
100	13	-	-	-	-	-	-	46,15	6	53,85	7	100	6	-	-	-	-	66,67	4	33,33	2	100	1	-	-	-	-	100	1	4							
100	13	-	-	-	-	-	-	15,39	2	84,61	11	100	6	-	-	-	-	33,33	2	66,67	4	100	1	-	-	-	-	100	1	5							
100	13	-	-	7,69	1	7,69	1	-	-	84,61	11	100	6	16,67	1	16,67	1	-	-	66,67	4	100	1	-	-	-	-	100	1	6							
100	13	15,39	2	7,69	1	76,92	10	-	-	-	-	100	6	33,33	2	66,67	4	-	-	-	-	100	1	100	1	-	-	-	-	7							
100	91	2,2	2	4,39	4	12,09	11	34,07	31	47,25	43	100	42	7,14	3	11,9	5	40,48	17	40,48	17	100	7	14,29	1	28,57	2	57,14	4	المجموع							
القرار الإحصائي												الدلالة										درجة الحرية								قيمة كا ²							
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,336										12								2,181							

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(76,92%).

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاث نحو تعريف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(92,31%).

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بالسّر المهني، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(76,92%).

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بإسناد المعلومات إلى مصادرها، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة من طرف الفئة متوسطة الخبرة بنسبة 66,67%، في حين وافقت بشدة كل من فئة الأقل خبرة والأكثر خبرة على التوالي (100%) و(53,85%).

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاثة نحو احترام الصحفي الحقوق الأدبية والملكية الفكرية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(84,61%).

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاث نحو تحري الصحفي اللجوء الى المصادر الموثوقة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(84,61%).

- هناك توافق في اتجاه الفئات الثلاث نحو اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، إذ التزموا بالوقوف على الحياد تجاه هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(76,92%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره بقيمة جدولية بلغت 2,181 عند درجة الحرية 12 ومستوى دلالة 0,336.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (92) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره

غير متوفر												متوفر												الدعم العبارات	الترتيب
معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة							
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك						
100	14	-	-	14,29	2	-	-	7,14	1	78,57	11	100	6	-	-	-	-	-	-	16,67	1	83,33	5	1	يلتزم بعدم الحصول/ نشر المعلومات من خلال استخدام أساليب ملتوية
100	14	-	-	-	-	-	-	85,71	12	14,29	2	100	6	-	-	-	-	-	-	100	6	-	-	2	يُعرّف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت
100	14	-	-	-	-	-	-	78,57	11	21,43	3	100	6	-	-	-	-	-	-	83,33	5	16,67	1	3	يلتزم الصحفي بالسرية المهنية
100	14	-	-	-	-	-	-	57,14	8	42,86	6	100	6	-	-	-	-	-	-	33,33	2	66,67	4	4	يُستند المعلومات إلى مصادرها
100	14	-	-	-	-	-	-	28,57	4	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	5	يحترم الحقوق الأدبية والملكية الفكرية
100	14	-	-	14,29	2	14,29	2	-	-	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	6	يتحرى اللجوء الى المصادر الموثوقة
100	14	7,14	1	14,29	2	78,57	11	-	-	-	-	100	6	16,67	1	-	-	83,33	5	-	-	-	-	7	يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات
100	98	1,02	1	6,12	6	13,27	13	36,73	36	42,86	42	100	42	2,38	1	-	-	11,91	5	33,33	14	52,38	22	المجموع	
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²									
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,492				6				0,471									

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (83,33%) و(78,57%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو تعريف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (100%) و(85,71%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو التزام الصحفيين بالسّر المهني، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (83,33%) و(78,57%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو التزام الصحفيين بإسناد المعلومات إلى مصادرها، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف من يصرحون بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية بنسبة 66,67%، في حين وافقت الفئة التي تنفي توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية بنسبة 57,14%.

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو احترام الصحفي الحقوق الأدبية والملكية الفكرية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (100%) و(71,43%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو تحري الصحفي اللجوء الى المصادر الموثوقة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئتين على التوالي (100%) و(71,42%).

- هناك توافق في اتجاه الفئتين نحو اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار، إذ التزموا بالوقوف على الحياد تجاه هذه العبارة على التوالي (83,33%) و(78,57%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره بقيمة جدولية بلغت 0,471 عند درجة الحرية 6 ومستوى دلالة 0,492.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (93) يوضح العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته

النوع		العبارة		أنثى												ذكر											
				معارض		محايد		موافق		معارض		محايد		موافق		معارض		محايد		موافق							
				بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%	بشدة	%						
1	يحترم حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية	8	100	-	-	-	-	12,5	1	87,5	7	100	12	-	-	-	-	25	3	75	9						
2	يقدم المساعدة للزملاء دون مقابل	8	100	-	-	12,5	1	87,5	7	-	-	100	12	-	-	-	-	8,33	1	75	9	16,67	2				
3	يحترم التدرج المهني للمسؤولية في مؤسسته	8	100	-	-	-	-	87,5	7	12,5	1	100	12	-	-	-	-	75	9	25	3						
4	يسرق عمل زميله وينسبه إلى نفسه	8	100	100	8	-	-	-	-	-	-	100	12	100	12	-	-	-	-	-	-	-	-				
المجموع		32	100	25	8	-	-	3,13	1	46,87	15	25	8	100	48	25	12	-	-	2,08	1	43,75	21	29,17	14		
القرار الإحصائي				الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²															
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,392				3				1,875															

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين باحترام حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).
- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بتقديم المساعدة للزملاء دون مقابل، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).
- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين باحترام التدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).
- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو قيام الصحفي بسرقة عمل زميله ونسبته إلى نفسه، إذ تمت المعارضة بشدة على هذه العبارة (100% ذكور) و(100% إناث).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته بقيمة جدولية بلغت 1,875 عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,392.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (94) يوضح العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته

من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة												من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة												السن العبارات	الترتيب	
الموافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الموافق		محايد		معارض		معارض بشدة		الموافق		محايد		معارض		معارض بشدة				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
100	7	-	-	-	-	-	-	14,29	1	85,71	6	100	13	-	-	-	-	23,08	3	76,92	10	يحترم حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية		1		
100	7	-	-	-	-	-	-	100	7	-	-	100	13	-	-	-	-	15,38	2	76,92	10	7,69	1	يقدم المساعدة للزملاء دون مقابل		2
100	7	-	-	-	-	-	-	57,14	4	42,86	3	100	13	-	-	-	-	92,31	12	7,69	1	يحترم التدرج المهني للمسؤولية في مؤسسته		3		
100	7	100	7	-	-	-	-	-	-	-	-	100	13	100	13	-	-	-	-	-	-	-	-	يسرق عمل زميله وينسبه إلى نفسه		4
100	28	25	7	-	-	-	-	42,86	12	32,14	9	100	52	25	13	-	-	3,85	2	48,07	25	23,08	12	المجموع		
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²										
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,621				3				0,952										

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري السنّ والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (76,92%) و(85,71%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بتقديم المساعدة للزملاء دون مقابل، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (69,23%) و(100%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام التدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (92,31%) و(57,14%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو قيام الصحفي بسرقة عمل زميله ونسبته إلى نفسه، إذ تمت المعارضة بشدة لهذه العبارة (100%) و(100%).

وقد أكّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيّري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في مؤسسته بقيمة جدولية بلغت 0,952 عند درجة الحرية 3 ومستوى دلالة 0,621.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (95) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته

أكثر من 6 سنوات										من 3 إلى 6 سنوات										أقل من 3 سنوات										الخبرة رقم العبارة
الجموع		5		3		2		1		الجموع		5		3		2		1		الجموع		5		2		1				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			
100	13	-	-	-	-	23,08	3	76,92	10	100	6	-	-	-	-	16,67	1	83,33	5	100	1	-	-	-	-	100	1	1		
100	13	-	-	7,7	1	76,92	10	15,38	2	100	6	-	-	16,67	1	83,33	5	-	-	100	1	-	-	100	1	-	-	2		
100	13	-	-	-	-	69,23	9	30,77	4	100	6	-	-	-	-	100	6	-	-	100	1	-	-	100	1	-	-	3		
100	13	100	13	-	-	-	-	-	-	100	6	100	6	-	-	-	-	-	-	100	1	100	1	-	-	-	-	4		
100	52	25	13	1,92	1	42,31	22	30,77	16	100	24	25	6	4,17	1	50	12	20,83	5	100	4	25	1	50	2	25	1	المجموع		
القرار الإحصائي										الدلالة										درجة الحرية					قيمة كا ²					
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية										0,321										6					4,684					

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين باحترام حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(76,92%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بتقديم المساعدة للزملاء دون مقابل، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(76,92%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين باحترام التدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (100%) و(69,23%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو قيام الصحفي بسرقة عمل زميله ونسبته إلى نفسه، إذ تمت المعارضة بشدة لهذه العبارة (100%)، (100%) و(100%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في مؤسسته بقيمة جدولية بلغت 4,684 عند درجة الحرية 6 ومستوى دلالة 0,321.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (96) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته

رد		الدعم																				العبارة	رد			
		غير متوفر										متوفر														
		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة						
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك					
100	14	-	-	-	-	-	-	28,57	4	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	يحترم حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية	1	
100	14	-	-	-	-	14,29	2	78,57	11	7,14	1	100	6	-	-	-	-	-	-	83,33	5	16,67	1	يقدم المساعدة للزملاء دون مقابل	2	
100	14	-	-	-	-	-	-	85,71	12	14,29	2	100	6	-	-	-	-	-	-	66,67	4	33,33	2	يحترم التدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته	3	
100	14	100	14	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	يسرق عمل زميله وينسبه إلى نفسه	4
100	56	25	14	-	-	3,57	2	48,21	27	23,21	13	100	24	25	6	-	-	-	-	37,5	9	37,5	9	المجموع		
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية						قيمة كا ²								
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,082				3						5,000								

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(71,43%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بتقديم المساعدة للزملاء دون مقابل، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (83,33%) و(78,57%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام التدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (66,67%) و(85,71%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو قيام الصحفي بسرقة عمل زميله ونسبته إلى نفسه، إذ تمت المعارضة بشدة لهذه العبارة (100%) و(100%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في مؤسسته بقيمة جدولية بلغت 5,000 عند درجة الحرية 3 ومستوى دلالة 0,082.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (97) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان

أنثى												ذكر												النوع العبارات	الترتيب
المتغير		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		المتغير		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	8	-	-	-	-	-	-	25	2	75	6	100	12	-	-	-	-	-	-	16,67	2	83,33	10	يلتزم بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان	1
100	8	-	-	-	-	12,5	1	12,5	1	75	6	100	12	-	-	-	-	-	-	25	3	75	9	يلتزم بالترقية بين الرأي والمعلومة	2
100	8	-	-	-	-	-	-	87,5	7	12,5	1	100	12	-	-	-	-	-	-	75	9	25	3	يتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات	3
100	8	-	-	-	-	12,5	1	87,5	7	-	-	100	12	-	-	-	-	8,33	1	91,67	11	-	-	يلتزم بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية	4
100	8	-	-	12,5	1	-	-	-	-	87,5	7	100	12	-	-	8,33	1	-	-	-	-	91,67	11	يلتزم بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية	5
100	8	-	-	2,5	1	5	2	42,5	17	50	20	100	12	-	-	1,67	1	1,67	1	41,66	25	55	33	المجموع	
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²									
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,292				4				1,111									

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (83,33% ذكور) و(75% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بالتفرقة بين الرأي والمعلومة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (75% ذكور) و(75% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بالتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفي بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (91,67% ذكور) و(87,5% إناث).

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفي بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (91,67% ذكور) و(87,5% إناث).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات

الصحفي مع الإعلان بقيمة جدولية بلغت 1,111 عند درجة الحرية 4 ومستوى دلالة 0,292.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (98) يوضح العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان

من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة												من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة												السن العبارات	الترتيب																						
موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		موافق بشدة		موافق		محايد		معارض		معارض بشدة		موافق بشدة		موافق																									
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%																								
7	100	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	13	100	-	-	-	-	-	-	4	30,76	9	69,24	1	يلتزم بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان																						
7	100	-	-	-	-	-	-	1	14,29	6	85,71	13	100	-	-	-	-	1	7,69	3	23,07	9	69,24	2	يلتزم بالتفرقة بين الرأي والمعلومة																						
7	100	-	-	-	-	-	-	4	57,14	3	42,86	13	100	-	-	-	-	-	-	12	92,31	1	7,69	3	يلتزم بتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات																						
7	100	-	-	-	-	-	-	7	100	-	-	13	100	-	-	-	-	2	15,38	11	84,62	-	-	4	يلتزم بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية																						
7	100	-	-	-	-	-	-	-	-	7	100	13	100	-	-	2	15,38	-	-	2	15,38	9	69,24	5	يلتزم بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية																						
35	100	-	-	-	-	-	-	12	34,29	23	65,71	65	100	-	-	2	3,08	3	4,61	32	49,23	28	43,08		المجموع																						
القرار الإحصائي												الدلالة												درجة الحرية												قيمة كا ²											
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية												0,058												4												3,590											

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم الخلط بين المادة التحريية والإعلان، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (69,24%) و(100%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالترقية بين الرأي والمعلومة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (69,24%) و(85,71%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (92,31%) و(57,14%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (84,62%) و(100%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (69,24%) و(100%).

وقد أُكِّد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان بقيمة جدولية بلغت 3,590 عند درجة الحرية 5 ومستوى دلالة 0,058.

جدول رقم (99) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان

أكثر من 6 سنوات								من 3 إلى 6 سنوات								أقل من 3 سنوات								الخبرة
الجموع		3		2		1		الجموع		3		2		1		الجموع		2		1				
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	رقم العبارة		
100	13	-	-	15,38	2	84,62	11	100	6	-	-	33,33	2	66,67	4	100	1	-	-	100	1	1		
100	13	-	-	15,38	2	84,62	11	100	6	16,67	1	16,67	1	66,67	4	100	1	-	-	100	1	2		
100	13	-	-	69,23	9	30,77	4	100	6	-	-	100	6	-	-	100	1	100	1	-	-	3		
100	13	7,69	1	92,31	12	-	-	100	6	16,67	1	83,33	5	-	-	100	1	100	1	-	-	4		
100	13	15,38	2	7,69	1	76,92	10	100	6	-	-	16,67	1	83,33	5	100	1	-	-	100	1	5		
100	65	4,62	3	40	26	55,38	36	100	30	6,67	2	50	15	43,33	13	100	5	40	2	60	3	المجموع		
القرار الإحصائي										الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²						
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية										0,748				8				0,581						

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(84,62%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بالتفرقة بين الرأي والمعلومة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(84,62%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بالتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (100%) و(69,23%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(92,31%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(76,92%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته بقيمة جدولية بلغت 0,581 عند درجة الحرية 8 ومستوى دلالة 0,748.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (100) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان

غير متوفر												متوفر												الدعم العبارات	رقم
معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	14	-	-	-	-	-	-	28,57	4	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	يلتزم بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان	1
100	14	-	-	-	-	7,14	1	28,57	4	64,29	9	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	يلتزم بالترقية بين الرأي والمعلومة	2
100	14	-	-	-	-	-	-	14,29	2	85,71	12	100	6	-	-	-	-	-	-	66,67	4	33,33	2	يتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات	3
100	14	-	-	-	-	14,29	2	85,71	12	-	-	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	يلتزم بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية	4
100	14	-	-	14,29	2	-	-	14,29	2	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	-	-	100	6	يلتزم بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية	5
100	70	-	-	2,86	2	4,28	3	34,29	24	58,57	41	100	30	-	-	-	-	-	-	13,33	4	86,67	26	المجموع	
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²									
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,091				4				2,857									

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(71,43%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالترقية بين الرأي والمعلومة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(64,29%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة بنسبة (92,31%) من طرف الصحفيين الذين يصرحون بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، لتزيد شدة الموافقة لدى الصحفيين الذين يصرحون بعدم توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية وذلك بنسبة بلغت (85,71%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة بنسبة (100%) من طرف الصحفيين الذين يصرحون بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، والموافقة لدى الصحفيين الذين يصرحون بعدم توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية وذلك بنسبة بلغت (85,71%).

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(71,42%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان بقيمة جدولية بلغت 2,857 عند درجة الحرية 4 ومستوى دلالة 0,091.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (101) يوضح العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور

أنثى												ذكر												النوع العبارات	الترتيب		
موافق بشدة		معارض بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		محايد		موافق				موافق بشدة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك			%	ك
100	8	-	-	-	-	-	-	12,5	1	87,5	7	100	12	-	-	-	-	-	-	25	3	75	9	يحترم الصحفي خصوصيات الأفراد	1		
100	8	-	-	-	-	12,5	1	12,5	1	75	6	100	12	-	-	-	-	-	-	25	3	75	9	يحترم عقل الإنسان وكرامته	2		
100	8	-	-	-	-	12,5	1	12,5	1	75	6	100	12	-	-	-	-	16,67	2	-	-	83,33	10	يلتزم بعدم التشهير بالأفراد	3		
100	8	-	-	-	-	-	-	25	2	75	6	100	12	-	-	-	-	-	-	-	-	100	12	يلتزم بعدم السب والشتيم والقذف	4		
100	8	-	-	-	-	-	-	25	2	75	6	100	12	-	-	-	-	-	-	-	-	100	12	يلتزم بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم	5		
100	8	-	-	-	-	-	-	87,5	7	12,5	1	100	12	-	-	-	-	-	-	75	9	25	3	يمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة	6		
100	8	-	-	-	-	-	-	75	6	25	2	100	12	-	-	-	-	-	-	-	-	100	12	يلتزم بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم	7		

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

100	8	-	-	-	-	12,5	1	75	6	12,5	1	100	12	-	-	-	-	-	-	75	9	25	3	يُدافع عن حقوق المرأة	8
100	8	-	-	-	-	-	-	87,5	7	12,5	1	100	12	-	-	-	-	-	-	91,67	11	8,33	1	يتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة	9
100	72	-	-	-	-	4,17	3	45,83	33	50	36	100	108	-	-	-	-	1,85	2	32,41	35	65,74	71	المجموع	
القرار الإحصائي								الدلالة					درجة الحرية					قيمة كا ²							
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,848					8					0,037							

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين باحترام خصوصيات الأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين باحترام عقل الإنسان وكرامته، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (75% ذكور) و(75% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بعدم التشهير بالأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (83,33% ذكور) و(75% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بعدم السب والشتيم والقذف، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (100% ذكور) و(75% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة (100% ذكور) و(75% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (75% ذكور) و(87,5% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الذكور بنسبة 100% أما الإناث فقد وافقن على مضمون العبارة بنسبة 75%.
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بالدفاع عن حقوق المرأة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (75% ذكور) و(75% إناث).
 - هناك توافق في اتجاه كل من الذكور والإناث نحو التزام الصحفيين بالتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة (91,67% ذكور) و(87,5% إناث).
- وقد أُكِّد اختباراً كاً² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور بقيمة جدولية بلغت 0,037 عند درجة الحرية 8 ومستوى دلالة 0,048.

جدول رقم (102) يوضح العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور

من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة												من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة												السن العبارات	الترتيب
الموافق		معارض		معارض بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة		الموافق		معارض		معارض بشدة		محايد		موافق		موافق بشدة			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	7	-	-	-	-	-	-	14,29	1	85,71	6	100	13	-	-	-	-	-	-	23,08	3	76,92	10	1	يحترم الصحفي خصوصيات الأفراد
100	7	-	-	-	-	-	-	14,29	1	85,71	6	100	13	-	-	-	-	7,69	1	23,08	3	69,23	9	2	يحترم عقل الإنسان وكرامته
100	7	-	-	-	-	-	-	-	-	100	7	100	13	-	-	-	-	23,08	3	7,69	1	69,23	9	3	يلتزم بعدم التشهير بالأفراد
100	7	-	-	-	-	-	-	-	-	100	7	100	13	-	-	-	-	15,38	2	-	-	84,62	11	4	يلتزم بعدم السب والشتيم والقذف
100	7	-	-	-	-	-	-	14,29	1	85,71	6	100	13	-	-	-	-	-	-	7,69	1	92,31	12	5	يلتزم بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم
100	7	-	-	-	-	-	-	71,43	5	28,57	2	100	13	-	-	-	-	-	-	84,62	11	15,38	2	6	يمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

100	7	-	-	-	-	-	-	14,29	1	85,71	6	100	13	-	-	-	-	-	23,08	3	76,92	10	يلتزم بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم	7	
100	7	-	-	-	-	-	-	85,71	6	14,29	1	100	13	-	-	-	-	7,69	1	69,23	9	23,08	3	يُدافع عن حقوق المرأة	8
100	7	-	-	-	-	-	-	85,71	6	14,29	1	100	13	-	-	-	-	-	7,69	1	92,31	12	يتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة	9	
100	63	-	-	-	-	-	-	33,33	21	66,67	42	100	117	-	-	-	-	5,98	7	27,35	32	66,67	78	المجموع	
القرار الإحصائي								الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²									
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية								0,658				8				0,196									

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيّري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور، وتشير نتائجه إلى أنّ:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام خصوصيات الأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (76,92%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام عقل الإنسان وكرامته، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (69,23%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم التشهير بالأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (69,23%) و(100%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم السب والشتم والقذف، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (84,62%) و(100%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (92,31%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (84,62%) و(71,43%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (76,92%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالدفاع عن حقوق المرأة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (69,23%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بالتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) بنسبة 72,31% فيما وافقت الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة) بنسبة 85,71%.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيّري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور بقيمة جدولية بلغت 0,196 عند درجة الحرية 8 ومستوى دلالة 0,058.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (103) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور

الرقم		العبارات		الخبرة		أقل من 3 سنوات						من 3 إلى 6 سنوات						أكثر من 6 سنوات															
						1		2		3		1		2		3		1		2		3											
						%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك								
1	1	يحترم الصحفي خصوصيات الأفراد	100	1	-	-	100	1	16,67	5	83,33	1	16,67	1	83,33	5	100	1	-	-	100	1	76,92	10	23,08	3	100	6	-	-	100	13	
2	1	يحترم عقل الإنسان وكرامته	100	1	-	-	100	1	16,67	4	66,67	1	16,67	1	66,67	4	100	1	-	-	100	1	76,92	10	23,08	3	100	6	16,67	1	100	13	
3	1	يلتزم بعدم التشهير بالأفراد	100	1	-	-	100	1	66,67	4	66,67	-	-	66,67	4	100	1	-	-	100	1	84,62	11	84,62	11	84,62	11	100	6	33,33	2	100	13
4	1	يلتزم بعدم السب والشتم والقذف	100	1	100	1	-	-	100	1	83,33	5	83,33	5	100	1	100	1	100	1	-	-	100	13	100	13	100	6	16,67	1	100	13	
5	1	يلتزم بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تشوه سمعتهم	100	1	-	-	100	1	66,67	4	66,67	-	-	66,67	4	100	1	-	-	100	1	100	13	100	13	100	6	33,33	2	100	13		
6	1	يمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة	100	1	100	1	-	-	100	1	16,67	1	16,67	1	16,67	1	100	1	100	1	-	-	76,92	10	23,08	3	100	6	83,33	5	100	13	

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

100	13	-	-	-	-	100	13	100	6	-	-	66,67	4	33,33	2	100	1	-	-	100	1	يلتزم بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم	7
100	13	-	-	76,92	10	23,08	3	100	6	16,67	1	66,67	4	16,67	1	100	1	100	1	-	-	يُدافع عن حقوق المرأة	8
100	13	-	-	92,31	12	7,69	1	100	6	-	-	83,33	5	16,67	1	100	1	100	1	-	-	يتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة	9
100	117	1,71	2	32,48	38	65,81	77	100	54	22,22	12	27,78	15	50	27	100	9	44,44	4	55,56	5	المجموع	
القرار الإحصائي							الدلالة						درجة الحرية				قيمة كا ²						
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية							0,540						16				1,234						

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين باحترام خصوصيات الأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(76,92%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين باحترام عقل الإنسان وكرامته، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(76,92%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفيين بعدم التشهير بالأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(84,62%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بعدم السب والشتم والقذف، إذ تمت الموافقة إذ تمت الموافقة على هذه العبارة من طرف العاملين الأقل خبرة (أقل من 3 سنوات) بنسبة 100%، في حين تمت الموافقة بشدة من طرف الفئتين الأخريين بنسب بلغت على التوالي 83,33% و 100%.
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(100%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة من طرف العاملين الأقل خبرة والأكثر خبرة بنسب بلغت على التوالي 100% و 76,92% في حين التزم العاملون متوسطو الخبرة بالوقوف على الحياد بنسبة 83,33%.
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة من طرف العاملين الأقل خبرة والأكثر خبرة بنسب بلغت على التوالي 100%، في حين اقتصر العاملون متوسطو الخبرة بالموافقة على العبارة بنسبة 66,67%.
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بالدفاع عن حقوق المرأة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (66,67%) و(76,92%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئات الثلاث نحو التزام الصحفي بالتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (100%)، (83,33%) و(92,31%).

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع جمهوره بقيمة جدولية بلغت 1,234 عند درجة الحرية 16 ومستوى دلالة 0,540.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

جدول رقم (104) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور

غير متوفر												متوفر												الدعم العبارات	الترتيب
معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة		معارض بشدة		معارض		محايد		موافق		موافق بشدة							
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك						
100	14					-		28,57	4	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	100	6	يحترم الصحفي خصوصيات الأفراد	1		
100	14	-	-	-	-	7,14	1	28,57	4	64,29	9	100	6	-	-	-	-	-	-	100	6	يحترم عقل الإنسان وكرامته	2		
100	14	-	-	-	-			28,57	4	71,43	10	100	6	-	-	-	-	-	-	100	6	يلتزم بعدم التشهير بالأفراد	3		
100	14	-	-	-	-			14,29	2	85,71	12	100	6	-	-	-	-	-	-	100	6	يلتزم بعدم السب والشتيم والقذف	4		
100	14							7,14	1	92,86	13	100	6	-	-	-	-	-	16,67	1	83,33	5	يلتزم بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تشوه سمعتهم	5	
100	14	-	-	-	-			92,86	13	7,14	1	100	6	-	-	-	-	-	50	3	50	3	يمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة	6	

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

100	14	-	-	-	-	-	14,29	2	85,71	12	100	6	-	-	-	-	-	-	33,33	2	66,67	4	يلتزم بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم	7
100	14	-	-	-	-	7,14	1	92,86	13	-	-	100	6	-	-	-	-	-	33,33	2	66,67	4	يُدافع عن حقوق المرأة	8
100	14	-	-	-	-	-	-	100	14	-	-	100	6	-	-	-	-	-	66,67	4	33,33	2	يتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة	9
100	126	-	-	-	-	1,59	2	45,23	57	53,18	67	100	54	-	-	-	-	-	22,22	12	77,78	42	المجموع	
القرار الإحصائي							الدلالة					درجة الحرية					قيمة كا ²							
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية							0,260					8					1,266							

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور، وتشير نتائجه إلى أن:

- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام خصوصيات الأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(71,43%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين باحترام عقل الإنسان وكرامته، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(64,29%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفيين بعدم التشهير بالأفراد، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(71,43%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بعدم السب والشتم والقذف، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (100%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (83,33%) و(92,86%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة، إذ تساوت النسبة (50%) بين الموافقة والموافقة بشدة لدى الفئة التي تصرّح بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، في حين تمت الموافقة بنسبة 92,86% من طرف العاملين الذين ينفون توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية.
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة على التوالي (66,67%) و(85,71%).
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بالدفاع عن حقوق المرأة، إذ تمت الموافقة بشدة على هذه العبارة بنسبة 66,67% من طرف الفئة التي تصرّح بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية، في حين تمت الموافقة بنسبة 92,86% من طرف العاملين الذين ينفون توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية.
- هناك توافق في اتجاه كل من الفئتين نحو التزام الصحفي بالتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة، إذ تمت الموافقة على هذه العبارة على التوالي (66,67%) و(100%).

وقد أُكِّد اختبار كاي² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه

نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور بقيمة جدولية بلغت 1,266 عند درجة الحرية 8 ومستوى دلالة 0,260.

المجموع		أنثى		ذكر		النوع	المعوقات
%	ك	%	ك	%	ك		
12,71	15	11,63	5	13,33	10	قلة الخبرة المهنية للصحفيين	
1,7	2	4,65	2	0	0	ضعف المستوى العلمي	
3,39	4	2,33	1	4	3	البعد عن التخصص	
15,25	18	13,95	6	16	12	نقص التكوين والتدريب	
4,24	5	4,65	2	4	3	ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية	
13,56	16	13,95	6	13,33	10	نقص الإمكانيات المادية	
1,7	2	0	0	2,67	2	صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات	
15,25	18	13,95	6	16	12	نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام	
15,25	18	16,28	7	14,67	11	غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية	
15,25	18	16,28	7	14,67	11	غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية	
-	-	0	0	0	0	نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية	
1,7	2	2,33	1	1,33	1	نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة	
100	118	100	43	100	75	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية	قيمة كا ²
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,041		1	4,183

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ الذكور من العاملين بالشروق أون لاین یرون أنّ أهم المعوقات تكمن بنسبة 16% في عاملين أساسيين هما "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام" و"نقص التكوين والتدريب"، يليهما بنسبة 14,67% عاملان آخران على قدر من الأهمية حسب ذات الفئة هما "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية" و"غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية"، ثمّ "نقص الإمكانيات المادية" بنسبة بلغت 13,33%.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

ولم تعتبر فئة الذكور "ضعف المستوى العلمي" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم يلقَ هذا الاقتراح أي تفاعل.

أما فئة الإناث، فقد لاحظنا أنّ أول المعوقات حسبهنّ يكمن في "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية" و"غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" بنسبة %16,28، يلي ذلك حسب %13,95 من ذات الفئة "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، "نقص الإمكانيات المادية" و"نقص التكوين والتدريب".

ولم تعتبر فئة الإناث "صعوبات التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم يلقَ هذا الاقتراح أي تفاعل.

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين المعوقات "نقص الإقبال على الصحافة الإلكترونية" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكّد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري النوع والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 4,283 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,041.

جدول رقم (106) يوضح العلاقة بين متغيري السن والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية

المجموع		من 35 إلى أقل		من 25 إلى أقل		السن	المعوقات
		من 45	ك	من 35	ك		
%	ك	%	ك	%	ك		
12,71	15	15,91	7	10,81	8		قلة الخبرة المهنية للصحفيين
1,7	2	-	-	2,71	2		ضعف المستوى العلمي
3,39	4	6,82	3	1,35	1		البعد عن التخصص
15,25	18	15,91	7	14,86	11		نقص التكوين والتدريب
4,24	5	-	-	6,76	5		ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية
13,56	16	11,36	5	14,86	11		نقص الإمكانيات المادية
1,7	2	4,54	2	-	-		صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات
15,25	18	15,91	7	14,86	11		نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام
15,25	18	13,64	6	16,22	12		غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية
15,25	18	15,91	7	14,86	11		غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية
-	-	-	-	-	-		نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية
1,7	2	-	-	2,71	2		نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة
100	118	100	44	100	74		المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية	قيمة كا ²
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,029		1	4,786

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) من العاملين بالشروق أون لاین يرون أنّ أهم المعوقات تكمن بنسبة 16,22% في "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية"، يليه بنسبة 14,86% عوامل أخرى على قدر من الأهمية حسب ذات الفئة هي "نقص التكوين والتدريب"، "نقص الإمكانيات المادية"،

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

"نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، ثم "قلة الخبرة المهنية للصحفيين" بنسبة بلغت 10,81%.

ولم تعتبر ذات الفئة "صعوبات التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم يلقَ هذا الاقتراح أي تفاعل.

أما على مستوى الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فقد لاحظنا أنّ أهم المعوقات حسب 15,91% منهم تكمن في "قلة الخبرة المهنية للصحفيين"، "نقص التكوين والتدريب"، "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام" و"غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية"، يليها بنسبة 13,64% "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية" ثمّ حسب 11,36% منهم "نقص الإمكانيات المادية".

ولم تعتبر ذات الفئة كل من "ضعف المستوى العلمي" و"الضغوطات الرقابية من طرف المؤسسة الإعلامية" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم يلقَ هذان الاقتراحان أي تفاعل.

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين المعوقات "نقص الإقبال على الصحافة الإلكترونية" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكّد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري السنّ والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 4,786 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,029.

جدول رقم (107) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والمعوقات التي تواجه العمل في

الصحافة الإلكترونية

المجموع		أكثر من 6 سنوات		من 3 إلى 6 سنوات		أقل من 3 سنوات		المعوقات
		%	ك	%	ك	%	ك	
12,71	15	12,34	10	12,9	4	16,67	1	قلة الخبرة المهنية للصحفيين
1,7	2	1,24	1	3,23	1	-	-	ضعف المستوى العلمي
3,39	4	3,7	3	3,23	1	-	-	البعد عن التخصص
15,25	18	16,05	13	12,9	4	16,67	1	نقص التكوين والتدريب
4,24	5	6,17	5	-	-	-	-	ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية
13,56	16	11,1	9	19,35	6	16,67	1	نقص الإمكانيات المادية
1,7	2	2,47	2	-	-	-	-	صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات
15,25	18	14,82	12	16,13	5	16,67	1	نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام
15,25	18	14,82	12	16,13	5	16,67	1	غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية
15,25	18	14,82	12	16,13	5	16,67	1	غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية
-	-	-	-	-	-	-	-	نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية
1,7	2	2,47	2	-	-	-	-	نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة
100	118	100	81	100	31	100	06	المجموع
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية		قيمة كا ²
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,091		2		4,786

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أنّ الفئة الأقل خبرة (أقل من 3 سنوات) من العاملين بالشروق أون لاين ترى أنّ أهم المعوقات تكمن بنسبة 16,67% في "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية"، "نقص التكوين والتدريب"، "نقص الإمكانيات المادية"، "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، "غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" و"غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية".

ولم تعتبر ذات الفئة كل من "صعوبات التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات"، "ضعف المستوى العلمي"، "البعد عن التخصص"، "ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية"، "صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات"، "نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية" و"نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم تلقَ هذه الاقتراحات أي تفاعل.

أما على مستوى الفئة متوسطة الخبرة (من 3 إلى 6 سنوات)، فقد لاحظنا أنّ أهم المعوقات حسب 19,35% منهم تكمن في "نقص الإمكانيات المادية"، يليه بنسبة 16,13% كل من "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، "غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" و"غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية". ثمّ حسب 12,9% منهم كل من "قلة الخبرة المهنية للصحفيين" و"نقص التدريب والتكوين".

ولم تعتبر ذات الفئة كل من "نقص الإقبال على الصحافة الإلكترونية" و"نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة" وكذا "الضغوطات الرقابية من طرف المؤسسة الإعلامية" و"صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم تلقَ هذه الاقتراحات أي تفاعل.

في حين، عند الحديث عن الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات) نجد أنّ أهمّ المعوقات تجلّى في "نقص التكوين والتدريب" حسب 16,05% منهم، يليها بنسبة 14,82% كل من "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، "غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" و"غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية". ثمّ "قلة الخبرة المهنية للصحفيين" بنسبة بلغت 12,34%.

كما لاحظنا أنّ الفئات الثلاث لم تورد من بين المعوقات "نقص الإقبال على الصحافة الإلكترونية" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 4,786 عند درجة الحرية 2 ومستوى دلالة 0,091.

جدول رقم (108) يوضح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والمعوقات التي تواجه العمل في

الصحافة الإلكترونية

المجموع		غير متوفر		متوفر		المعوقات	
		%	ك	%	ك		%
12,5	15	11,25	9	15	6	قلة الخبرة المهنية للصحفيين	
1,67	2	2,5	2	0	0	ضعف المستوى العلمي	
3,33	4	1,25	1	7,5	3	البعد عن التخصص	
15	18	16,25	13	12,5	5	نقص التكوين والتدريب	
4,17	5	5	4	2,5	1	ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية	
13,33	16	13,75	11	12,5	5	نقص الإمكانيات المادية	
1,67	2	0	0	5	2	صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات	
15,83	19	16,25	13	15	6	نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام	
15	18	16,25	13	12,5	5	غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية	
15,83	19	16,25	13	15	6	غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية	
-	-	-	-	-	-	نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية	
1,67	2	1,25	1	2,5	1	نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة	
100	120	100	80	100	40	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة		درجة الحرية	قيمة كا ²
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,193		1	1,693

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، وتشير نتائجه إلى أن العاملين بالشروط أون لاین الذين يصّرّحون بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية يرون أنّ أهم المعوقات تكمن بنسبة 15% في مجموعة من العوامل هي "قلة الخبرة المهنية للصحفيين"، "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام"، "غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" تليها بنسبة 12,5% عوامل أخرى على قدر من الأهمية حسب ذات الفئة هي "نقص التكوين والتدريب"، "نقص الإمكانيات المادية"، "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية".

ولم تعتبر ذات الفئة "ضعف المستوى العلمي" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم يلقَ هذا الاقتراح أي تفاعل.

أما على مستوى الصحفيين الذين ينفون توفر دعم بالوسائل التكنولوجية، فقد لاحظنا أنّ أهم المعوقات حسب 16,25% منهم تكمن في عدة عوامل هي "غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية"، "نقص التكوين والتدريب"، "نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام" و"غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية"، يليها بنسبة 13,75% "نقص الإمكانيات المادية".

ولم تعتبر ذات الفئة كل من "ضعف المستوى العلمي" و"الضغوطات الرقابية من طرف المؤسسة الإعلامية" من المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية، إذ لم يلقَ هذان الاقتراحان أي تفاعل.

كما لاحظنا أنّ كلا الفئتين لم تورد من بين المعوقات "نقص الإقبال على الصحافة الإلكترونية" إذ انعدمت النسبة في هذا الاقتراح.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية بقيمة جدولية بلغت 1,693 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,193.

جدول رقم (109) يوضح العلاقة بين متغيري النوع ومقترحات تطوير العمل

في الصحافة الإلكترونية بالجزائر

المجموع		6م		5م		4م		3م		2م		1م		المقترحات النوع	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	31	6,45	2	3,23	1	3,23	1	32,26	10	29,03	9	25,8	8	ذكر	
100	14	7,14	1	7,14	1	7,14	1	21,44	3	28,57	4	21,43	4	أنثى	
100	45	6,67	3	4,44	2	4,44	2	28,89	13	28,89	13	26,67	12	المجموع	
القرار الإحصائي						الدلالة				درجة الحرية		قيمة كا ²			
توجد فروق ذات دلالة إحصائية						0,041				5		4,183			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري النوع ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر، وتشير نتائجه إلى أنّ الذكور من العاملين بالشروق أون لاین يقترحون بنسبة %32,26 "سن قانون خاص بالإعلام الإلكتروني" والتركيز على "تكوين الصحفي الإلكتروني" بنسبة %29,03، إضافة إلى أنّ %25,8 ترى أنّ الحلّ لتطوير العمل الصحفي يكمن في "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية".

أما فئة الإناث، فقد لاحظنا أنّ أهم الحلول حسبهنّ تتمحور بنسبة %28,57 حول مقترحين أساسيين هما "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" و"تكوين الصحفي الإلكتروني"، يلي ذلك حسب %21,44 من ذات الفئة "سن قانون خاص بالإعلام الإلكتروني".

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر بقيمة جدولية بلغت 4,183 عند درجة الحرية 5 ومستوى دلالة 0,041.

جدول رقم (110) يوضح العلاقة بين متغيري السن ومقترحات تطوير العمل

في الصحافة الإلكترونية بالجزائر

المجموع		م6		م5		م4		م3		م2		م1		المقترحات السن	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	31	3,23	1	6,45	2	6,45	2	25,81	8	29,03	9	29,03	9	من 25 إلى أقل من 35	
100	14	14,29	2	-	-	-	-	35,71	5	28,57	4	21,43	3	من 35 إلى أقل من 45	
100	45	6,67	3	4,44	2	4,44	2	28,89	13	28,89	13	26,67	12	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²			
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,280				5				1,169			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري السن ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر، وتشير نتائجه إلى أنّ الفئة العمرية (من 25 سنة إلى أقل من 35 سنة) من العاملين بالشروط أون لاین يقترحون بنسبة 29,03% "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" والتركيز على "تكوين الصحفي الإلكتروني" فيما يرى 25,81% من ذات الفئة أنّ الحلّ لتطوير العمل الصحفي يكمن في "سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني".

أما فيما يخصّ الفئة العمرية (من 35 سنة إلى أقل من 45 سنة)، فقد لاحظنا أنّ أهمّ الحلول حسبهم تتمحور بنسبة 35,71% حول "سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني"، في حين يؤكد 28,57% على ضرورة "تكوين الصحفي الإلكتروني"، يلي ذلك حسب 21,43% من ذات الفئة "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية".

ولم تعتبر ذات الفئة كل من "حماية الصحفي الإلكتروني" و"تمكين الصحفي الإلكتروني من الولوج إلى مصادر المعلومات" أحد سبل تطوير العمل الإلكتروني.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري السن ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر بقيمة جدولية بلغت 1,169 عند درجة الحرية 5 ومستوى دلالة 0,280.

جدول رقم (111) يوضح العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومقترحات تطوير العمل في

الصحافة الإلكترونية بالجزائر

المجموع		م6		م5		م4		م3		م2		م1		المقترحات الخبرة	
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	2	50	1	-	-	50	1	-	-	-	-	-	-	أقل من 3 سنوات	
100	14	7,14	1	-	-	7,14	1	28,57	4	28,57	4	28,57	4	من 3 إلى 6 سنوات	
100	29	3,45	1	3,45	1	3,45	1	31,03	9	31,03	9	27,59	8	أكثر من 6 سنوات	
100	45	6,67	3	2,21	1	6,67	3	28,89	13	28,89	13	26,67	12	المجموع	
القرار الإحصائي				الدلالة				درجة الحرية				قيمة كا ²			
توجد فروق ذات دلالة إحصائية				0,020				12				7,867			

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر، وتشير نتائجه إلى أنّ العاملين بالشروق أون لاین الأقل خبرة (أقل من 3 سنوات) يقترحون بنسبة 50% "حماية الصحفي الإلكتروني" و"توفير الإمكانيات المادة اللازمة".

في حين يرى المنتمون إلى الفئة ذات الخبرة المتوسطة (من 3 إلى 6 سنوات) أنّ أهم الحلول التي ستساهم في تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بنسبة 28,57% يكمن في "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية"، "تكوين الصحفي الإلكتروني" و"سن قانون خاص بالإعلام الإلكتروني".

ولم تعتبر الفئتان السابقتان "تمكين الصحفي الإلكتروني من الولوج إلى مصادر المعلومات" أحد سبل تطوير العمل الإلكتروني، إذ لم يلقَ هذا الاقتراح أي تفاعل.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

أما فيما يخصّ الفئة الأكثر خبرة (أكثر من 6 سنوات)، فقد لاحظنا أنّ أهم الحلول حسبهم تتمحور بنسبة 31,03% حول "تكوين الصحفي الإلكتروني" و"سن قانون خاص بالإعلام الإلكتروني"، في حين يؤكد 27,59% على ضرورة "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية".

وقد أكد اختبار كا² وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مُتغيّري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر بقيمة جدولية بلغت 7,867 عند درجة الحرية 12 ومستوى دلالة 0,020.

جدول رقم (112) يوضّح العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومقترحات تطوير العمل في

الصحافة الإلكترونية بالجزائر

المجموع	6م		5م		4م		3م		2م		1م		المقترحات الدعم	
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	12	16,67	2	8,33	1	-	-	33,33	4	25	3	16,67	2	متوفر
100	33	6,06	2	-	-	6,06	2	27,28	9	30,3	10	30,3	10	غير متوفر
100	45	8,89	4	2,22	1	4,44	2	28,89	13	28,89	13	26,67	12	المجموع
القرار الإحصائي					الدلالة				درجة الحرية			قيمة كا ²		
لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية					0,066				5			3,391		

يوضح الجدول أعلاه العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر، وتشير نتائجه إلى أنّ العاملين بالشروق أون لاین المُصرّحين بتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية يقترحون بنسبة 33,33% "سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني"، يليه 25% منهم يؤكدون على ضرورة التركيز على "تكوين الصحفي الإلكتروني"، ثمّ 16,67% من ذات الفئة يصوّتون لصالح "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية" و"توفير الإمكانيات المادية اللازمة".

ولم تعتبر ذات الفئة "حماية الصحفي الإلكتروني" من سبل تطوير العمل الإلكتروني، إذ لم يلقَ هذا الاقتراح أي تفاعل.

الفصل الرابع.....الدراسة التحليلية والميدانية

في حين يرى المنتمون إلى الفئة التي تنفي توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية أنّ أهم الحلول التي ستساهم في تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بنسبة 30,3% يكمن في "وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية"، "تكوين الصحفي الإلكتروني" و"تكوين الصحفي الإلكتروني"، أمّا 27,28% منهم فيدعمون مقترح "سن قانون خاص بالإعلام الإلكتروني".

ولم تعتبر ذات الفئة "تمكين الصحفي الإلكتروني من الولوج إلى مصادر المعلومات" أحد سبل تطوير العمل الإلكتروني، إذ لم يلق هذا الاقتراح أي تفاعل.

وقد أكد اختبار كا² عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر بقيمة جدولية بلغت 3,391 عند درجة الحرية 1 ومستوى دلالة 0,066.

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

ثالثاً: النتائج التفصيلية للدراسة ومناقشتها

1- النتائج التفصيلية للدراسة التحليلية ومناقشتها

استهدف هذا الشقّ من الدراسة "الدراسة التحليلية" الوقوف على مدى احترام أخلاقيات مهنة الصحافة على مستوى المضامين المنشورة في الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين"، وقد تمّ ذلك عبر طرح مجموعة من التساؤلات، جاءت على النحو الآتي:

- ما القيم الأخلاقية المُكرّسة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هي المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين للتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها؟
- ما نوعية الشخصيات البارزة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هو الاتجاه الغالب تجاه المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هي الوظائف المُكرّسة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- ما هي الأهداف المُحقّقة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- كيف هي اللغة التي تنشر بها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين مضامينها؟
- هل توظف الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على موقعها تطبيقات تفاعلية؟ وكيف تستثمرها في تكريس أخلاقيات المهنة؟
- ما الأساليب التي توظفها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على موقعها؟
- كيف تستثمر الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين الوسائط المُتعدّدة في تكريس أخلاقيات المهنة؟

وقد خلصت الدراسة التحليلية إلى النتائج التفصيلية الآتية:

- تركزت الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" أساساً في عملها الصحفي على مجموعة من القيم الأخلاقية، والتي ترتّبت، حسب ما خلصت إليه الدراسة، على النحو الآتي:
- 1- "الدقة والأمانة"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات على رأسها، توظيف صور وفيديوهات أصلية غير مفبركة، توظيف الأرقام والإحصائيات، وكذا نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية.

2- "الإنصاف"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات، على رأسها "فتح المجال للردود" أو ما بات يُعرف اليوم بالتفاعلية، وهي أبرز سمات ومميزات الصحافة الإلكترونية حالياً، يليه مؤشر تحنّب التشهير بالأفراد، ثم احترام كرامة الإنسان، وأخيراً حماية خصوصية الأفراد.

3- "المصداقية"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات، على رأسها توظيف المصادر الرسمية، التعريف بمصادر المعلومات قدر الإمكان وكذا تنوع المصادر

4- "الحياد"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات، على رأسها غياب العبارات الدالة على الرأي، استخدام أدوات الاقتباس وتوثيق الوقائع والمعلومات من خلال الاستعانة بالوثائق والأدلة والشواهد.

5- "الموضوعية"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات، على رأسها الفصل بين الرأي والخبر، عرض مختلف الآراء، وإبراز الحقائق.

6- "المسؤولية"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات، على رأسها نشر الأخبار التي تهمّ الصالح العام، الالتزام بالتصحيح عند الخطأ واحترام قيم المجتمع وأخلاقياته.

7- "التوازن والعدالة في عرض الأخبار"، وقد تمّ رصد هذه القيمة من خلال مجموعة من المؤشرات، على رأسها توفير نطاق واسع من المعلومات والتركيز على الأخبار ذات الأهمية والقيمة لدى الجمهور.

- تعتمد الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، للتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها، على المصادر الرسمية؛ كونها المصادر الأكثر موثوقية لدى الجمهور حتى في الصحافة التقليدية، بالتالي نجد أنّ الصحافة الإلكترونية في هذا الإطار تنحو نفس المنهج، تليها المصادر الشخصية الخاصة بالصحفي، أمّا كلّ من المصادر الإلكترونية والميدانية، فيبدو أنّها خارج حسابات الصحفيين إلى حدّ ما، إذ لم يتمّ الاعتماد عليهما إلاّ بنسب ضئيلة.

- الاتجاه الغالب نحو المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين هو الاتجاه الحيادي، وهذا ما يتناسب ويؤكد على احترام قيمة الموضوعية في عرض الأخبار والمعلومات، يليه الاتجاه السلبي، والذي يترافق مع المواضيع المتعلقة بالآفات الاجتماعية والظواهر السلبية المنتشرة في المجتمع، وأخيراً الاتجاه الإيجابي الذي يتمّ الاعتماد عليه في عرض القضايا والأمثلة الإيجابية لتثمينها والحثّ على الاقتداء بها.

- تمّ تكريس مجموعة من الوظائف من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، على رأسها الوظيفة الإخبارية، والتي تعدّ أساس العمل الإعلامي، تليها الوظيفة السياسية، نظير

أهمية الوضع السياسي في أمن واستقرار الدول، ثم الوظيفة الاجتماعية، تلي ذلك بنسب أقل الوظائف التاريخية والاقتصادية.

- عمدت الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، من خلال المضامين التي تنشرها، إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تجلّت، على التوالي، في: التوعية والتحسيس، التعبئة، التنظيم.

- تنشر الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" مضامينها أساساً باللغة العربية مع توفر ترجمة لبعض المواضيع باللغتين الفرنسية والإنجليزية، ومن خلال تحليلنا لهذه الفئة (فئة اللغة) تبين أنّ الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة تركّز في تقديم مضامينها على استعمال "لغة إعلامية تراعي مستوى الجمهور" بالدرجة الأولى، تليها اللغة الفصحى، والتي تبرز في المواضيع الأدبية والمقالات التي يقوم على إنجازها شخصيات متخصصة تتعامل معهم الصحيفة لإثراء مواضيعها وتقديم وجهات نظر وتحليلات أكثر عمقاً وفائدة للجمهور. تلي ذلك "الدارجة" والتي تظهر في بعض المصطلحات اليومية المنتشرة بين أفراد المجتمع، ويلجأ إليها الصحفي لتقريب الأفكار وتبسيط اللهجة لتكون أقرب وأكثر فهماً من طرف الجمهور العريض، وأخيراً نجد "تعدّد اللغات" أو استخدام أكثر من لغة (الفرنسية والإنجليزية)، وذلك من خلال ترجمة بعض المضامين على اعتبار الأهمية من جهة، وقدرات الطاقم التحريري الخاص بالترجمة من جهة أخرى.

- أمّا فيما يتعلّق بالتطبيقات التفاعلية على مستوى موقع الصحيفة الإلكترونية، فنجد أنّها قد اقتصر على نوع واحد فقط منها وهي "تطبيقات التفاعل مع المحتوى" من خلال فتح باب التعليقات والردود في نهاية كل مادة إعلامية منشورة، مع تخصيص فريق من الصحفيين "قسم التعليقات" لمراجعة هذه التعليقات قبل نشرها، وحذف تلك التي تنتهك الأخلاقيات الصحفية.

- تهدف الأساليب التي يلجأ إليها الصحفي في كتابة موضوعاته إلى إقناع الجمهور بالأفكار والمعلومات المتعدّدة وكذا الآراء والتوجهات المتضمنة في موضوعه، ومن خلال تحليلنا تبين أنّ الصحيفة الإلكترونية محل الدراسة تركّز أساساً على "الأساليب المنطقية" التي تخاطب العقل من خلال الحجج والبراهين وتوظيف الأدلة والشواهد، وبنسبة أقلّ توظف "الأساليب غير المنطقية" التي تركّز أساساً على مخاطبة العاطفة والمشاعر.

- بات توظيف الوسائط المتعدّدة حاجة ملحّة لا غنى عنها في الصحف الإلكترونية اليوم، وقد اعتمدت "الشروق أون لاين" أساساً على "الصور الثابتة" التي كانت ترفقها في بداية كل موضوع، وفي بعض الأحيان في صلب الموضوع، يليها "الأرشيف الإلكتروني" بنوعيه (أرشيف صور، أرشيف html)، وأخيراً

"الفيديو" والذي لاحظنا توظيفه بصفة محتشمة على مستوى المواضيع محلّ الدراسة، فيما انعدم أي نوع آخر من الوسائط المتعدّدة؛ ما يبيّن لنا النقص الفادح الذي تعانيه هذه الصحيفة الإلكترونية من حيث الاعتماد على الوسائط المتعدّدة والتي تعدّ قوام التكنولوجيا الحديثة، والفرق الأساسي - إلى جانب خاصية التفاعلية - الذي يميّز الصحافة الإلكترونية عن نظيرتها التقليدية، وقد يعود ذلك إلى حداثة عهد الصحافة الإلكترونية الجزائرية بهذه التجربة، ناهيك عن نقص التكوين والكادر التقني القائم على إنجاز هذه المهام.

2- النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية ومناقشتها

تمّ تخصيص الشق الميداني من الجانب التطبيقي للوقوف على مدى التزام الصحفيين العاملين بالصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين لأخلاقيات مهنة الصحافة، من خلال الإجابة عن أسئلة الاستمارة التي تمّ وضعها بين أيديهم، وقد طرحت الباحثة في هذا الشق مجموعة من التساؤلات جاءت على النحو الآتي:

- هل تختلف وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية عنها في التقليدية؟
 - هل يلتزم الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية؟
 - ما هو الاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين؟
 - ما هي التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر؟
- أمّا فيما يتعلّق بالعلاقات الارتباطية بين متغيّرات الدراسة، فقد أجملتها الباحثة في مجموعة من الفرضيات تمت صياغتها كالآتي:
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب.
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية.
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وأوجه الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والورقية.
 - توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب القيم الإعلامية التي تركز عليها الصحيفة الإلكترونية عند النشر.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب الانتهاكات التي تخطى بالعمل الصحفي الإلكتروني.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) والاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية.

وقد خلصت الدراسة الميدانية إلى النتائج التفصيلية الآتية:

2-1- وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية

- يتقن كل الصحفيين العاملون في الشروق أون لاين بنسبة 100% استخدام برمجيات الحاسوب، وهذا أمر طبيعي كون عصرنا اليوم هو عصر التكنولوجيا والتطور التقني والرقمي، من جهة أخرى يدعم كون جميع الصحفيين العاملين بالصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" من فئة الشباب هذه النتيجة.
- يرجع إتقان برمجيات الحاسوب حسب 70% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين إلى "الخبرة الذاتية"، أما 30% فإتقانهم ناتج عن تكوينات سابقة قاموا بها؛ وهذا ما يدعم حقيقة عزوف المؤسسات الإعلامية الجزائرية -سواء التقليدية أو العاملة في المجال الإلكتروني- عن تخصيص جزء من ميزانيتها السنوية لإرسال الصحفيين العاملين بها لإجراء تكوينات وتدريبات تزيد من مردوديتهم وفعالية أدائهم الإعلامي.
- ساعد إتقان برمجيات الحاسوب 90% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين في الولوج إلى عالم الصحافة الإلكترونية؛ كون العمل في هذا المجال يعتمد أساساً على إتقان التعامل مع لغة العصر "التكنولوجيا الرقمية"، وهذا ما يؤكد أنّ العمل في المجال الإلكتروني يقوم على الكفاءة أساساً.
- التحق 75% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين بمناصبهم نتيجة تقديمهم طلب توظيف في الموقع الإلكتروني التابع لمجمع الشروق، أما الـ 25% الأخرى فقد تم نقلها من العمل بالصحيفة المكتوبة

إلى الصحيفة الإلكترونية؛ وهذا ما يؤكد على أنّ "الشروق أون لاين" تحاول تجديد طاقمها الإلكتروني، بفتح الباب أمام كفاءات وطاقات شبابية جديدة، مع العمل على إبقاء روح المؤسسة وتوجّرها العام من خلال الفئة القليلة التي قامت بنقلها من المطبوع إلى الإلكتروني، حتى تساعد في الانطلاقة السليمة والمحافظة على وحدة العمل والتوجه والسياسية الإعلامية في كافة فروع المجتمع.

- أكّد جميع الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين على وجود اختلاف في العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية، أمّا عن مدى هذا الاختلاف، فقد تناصفت النسبة بين "الاختلاف الكلي" 50% والاختلاف الجزئي بذات النسبة 50%.

- يختلف العمل في الصحيفة الإلكترونية عنه في الورقية في عدة أوجه، يرى 21,98% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين أنّ "وجوب التحديث الدائم للمعلومات" هو أهمها، يليه "التفاعل الفوري مع القراء" حسب 19,78%، ثم، ونسبة متساوية بلغت 17,58% كل من "سهولة أكثر وسرعة أكبر في العمل" و"تعدد مهام الصحفي"؛ وهذا ما يقدّم صورة عامة عن خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية بالمقارنة مع الصحافة التقليدية.

- يفضل الصحفيون العمل في الصحافة الإلكترونية عنه في الورقية نتيجة مجموعة من الأسباب والدوافع، على رأسها، بنسبة 29,09% كل من "انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع" و"السعي لاكتساب المزيد من الخبرة"؛ وهذا ما يؤكّد على مواكبة الجزائر إلى حدّ ما للتوجه العالمي الجديد في مجال الإعلام، وأنّ هذا التوجه أخذ فالانتشار مع مرور الزمن، ومن جهة أخرى وعي العاملين بمجال الإعلام بهذه التغيرات ووجوب متابعتها والتأقلم معها وتكييفها مع خصوصية المجتمع الجزائري من جهة أخرى، أمّا ثاني الدوافع حسب 23,65% فهو "دعم التفاعل مع القراء"؛ إذ يعدّ عامل التفاعلية من أهم السمات المميّزة للصحافة الإلكترونية، كما تعمل وسائل الإعلام على التركيز عليه في كسب المزيد من الزوّار والقراء الأوفياء لموقعها.

2-2- الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية

- أكّد 80% من الصحفيين العاملين بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين على التزام صحيفتهم الإلكترونية بالأسس والتشريعات الأخلاقية، فيما نفت الـ 20% المتبقية منهم هذا الالتزام.

- تعتمد الشروق أون لاين كمصدر للأسس الأخلاقية بالدرجة الأولى على "ميثاق أخلاقيات المهنة الجزائري"، تليه "التشريعات الجزائرية" على غرار القانون العضوي للإعلام 2012 وقانون السمعي البصري 2014، وقانون العقوبات، تليها مصادر، يُمكن القول أنّها معنوية وغير مُلزِمة إلى حدّ بعيد، تتجلى في القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني، والتي تُعدّ أمراً نسبياً من شخص إلى آخر، إضافة إلى الميثاق الداخلي الخاص بمجمّع الشروق، أما فيما يتعلّق بميثاق خاص بالصحيفة الإلكترونية، فقد تبين لنا أنّ المؤسسة لم تستحدث هذا النوع من الموثائق بعد رغم مضي أكثر من 10 سنوات على تأسيس موقعها.

- تترتب القيم الإعلامية حسب نتائج الدراسة الميدانية على النحو الآتي: المصدقية، الموضوعية، الدقة والأمانة، المسؤولية، الحياد، التوازن والعدالة في عرض الأخبار، الإنصاف.

- تترتب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي، حسب نتائج الدراسة، كما يلي:

- جرائم الإفشاء والتضليل، متمثلة أساساً في "نشر الأخبار الكاذبة".
- جرائم العدوان على الاعتبار، متمثلة أساساً في "السبّ والقذف".
- جرائم الإفشاء والتضليل، مُتمثلة على الترتيب في: "إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي، انتهاك أسرار الحياة الخاصة، إفشاء أسرار العدالة".
- جرائم التحريض، مُتمثلة على الترتيب في: "الدعوة إلى قلب النظام، عدم الانصياع للقوانين والتحريض على الجريمة".

- يرجع انتشار هذه الانتهاكات إلى عدة أسباب ترتبت على النحو الآتي:

- نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني،
- السرعة في النّشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني،
- نقص في تكوين وخبرة الصحفيين،
- غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية،
- غياب حرية العمل الصحفي،
- غياب الرقابة الذاتية،
- غياب الرقابة القبلية في المؤسسة،
- نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية،
- تدخل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور،

• قلة العائد المادي.

2-3- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية

أ- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره

- أيّد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين وجوب التزام الصحفيين بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة، إذ تمت "الموافقة بشدة" على هذه العبارة بنسبة 80%.

- أيّد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين وجوب تعريف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، إذ تمت "الموافقة" على هذه العبارة بنسبة 90%.

- أيّد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين وجوب التزام الصحفي بالسّر المهني، إذ تمت "الموافقة" على هذه العبارة بنسبة 80%.

- أيّد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين وجوب إسناد المعلومات إلى مصادرها، إذ تمت "الموافقة" على هذه العبارة بنسبة 50%، و"الموافقة بشدة" بذات النسبة.

- وافق 80% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين على وجوب احترام الصحفي لحقوق الملكية الفكرية والأدبية.

- وافق بشدة 80% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين على وجوب تحري الصحفي اللجوء إلى المصادر الموثوقة.

- وقف 80% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين على الحياد، ولم يبدو رأيهم فيما يتعلق بالاعتماد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر لاستقاء الأخبار والمعلومات.

ب- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة

- أكّد جميع المستجوبين على وجوب احترام حقوق الزمالة، إذ وافق بشدة" على هذه العبارة 80% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين.

- يتوجب على الصحفيين الأكثر خبرة تقديم يد العون والمساعدة للأحدث عهداً منهم دون مقابل، وقد لاقى هذه الفكرة موافقة 80% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين.

- لاقت فكرة وجوب احترام الصحفي للتدرج الهرمي للمسؤولية في مؤسسته تأييد الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين، إذ "وافق" عليها 80% منهم.

- "عارض بشدة" جميع الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين بنسبة 100% العبارة التي تشير إلى انتهاك أحد أخلاقيات المهنة داخل المؤسسة أين "يسرق الصحفي عمل زميله وينسبه إلى نفسه".

ت- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان

- يعدّ الالتزام بعدم الخلط بين المادة التحريرية والإعلان من أولويات الصحفي حتى يحافظ على موضوعيته في الطرح ومصادقته لدى الجمهور، وقد لاقت هذه العبارة "موافقة بشدة" من طرف 80% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين.

- التفريق بين الآراء والمعلومات المُقدّمة، يعدّ هو الآخر من الأخلاقيات الواجب احترامها من طرف الصحفيين عند التعامل مع الإعلانات المنشورة في الصحيفة، وقد أيدّ هذه الفكرة بشدة 75% من المُستجوبين.

- التأكّد من الأرقام والإحصائيات المُقدّمة في الإعلانات جزء من عمل الصحفي قبل نشر أي إعلان يصل إلى المؤسسة الإعلامية، وكلّما حرص الصحفيون على إنجاز هذه المهمة، كلّما تحققت قيمة الأمانة لديهم، وقد لاقت هذه الفكرة تأييداً كاملاً من طرف المبحوثين، إذ "وافق" عليها 80% منهم.

- يتوجب على الصحفي أخلاقياً أنْ يمتنع عن نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية، هذه الفكرة لاقت تأييداً كبيراً من طرف الصحفيين المُستجوبين بنسبة 90%.

- تُحتمُّ أخلاقيات المهنة على الصحفيين انتقاء مضامين الإعلانات مهما كانت قيمة العائدات التي تقدّمها للمؤسسة مرتفعة، والامتناع التام عن نشر تلك التي تحوي مضامين مخلّة بالأداب العامة أو خادشة للحياء، وقد لاقت هذه الفكرة تأييد غالبة الصحفيين، إذ "وافق بشدة" عليها 80% منهم.

ث- الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور

- تعتبر خصوصيات الأفراد أمراً مقدّساً يجب احترامه وعدم التدخّل فيه دون موافقة صاحب الشأن، مهما كان حال هذا الشخص، والصحفي باعتبار وظيفته الأساسية هي جمع الأخبار والمعلومات ثمّ نقلها للجمهور، عليه احترام ذلك، فليست كل المعلومات صالحة للنشر، وقد لاقى هذا المبدأ الأخلاقي موافقة تامة من طرف المبحوثين، إذ "أيدّها بشدة" 80% منهم، و"أيدّها" الـ 20% المتبقية.

- يجب أن تكون الأخبار المنشورة من طرف الصحفيين منطقية وتحترم عقل الإنسان وكرامته، فلا تسيء إلى إنسانيته وأدميته، كما لا تنقل أفكار أو أحداث مهينة لأي من الأعراق أو الأجناس، ولا حتى الأديان والمعتقدات، فالكلّ سواسية، ولكلّ حرّيته الشخصية، وهذا ما كسب تأييد جلّ المبحوثين، إذ عبّر 75% منهم عن "تأييدهم بشدة" لهذا المبدأ، كما "أيده" 20% منهم.
- يُعتبر التشهير بالأفراد من أخطر الانتهاكات التي يُمكن أن يقع فيها الصحفي، والتي يُعاقب عليها القانون، كما لها أثر سلبي كبير على نفسية الأشخاص، لذا وجب على الصحفي الالتزام بالابتعاد عن هذا النوع من الانتهاكات، وهذا ما أكّد عليه الصحفيون العاملون بالموقع الإلكتروني الشروق أون لاين، إذ أيّد بشدة هذا المبدأ 80% منهم.
- إنّ السب والشتم والقذف من أكثر الانتهاكات الأخلاقية إساءة للاعتبار والكرامة الإنسانية، لذا وجب على الصحفي الابتعاد بتاتاً عنها وتجنّبها في أيّ موضوع مهما كان حساساً، وهذا ما أكّد عليه المستجوبون، إذ "وافق بشدة" على مضمون العبارة 90% منهم.
- يجب على الصحفي تجنب تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم، هذه الفكرة لاقت أعلى درجات التأييد، إذ "وافق بشدة" على العبارة 90% من الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين.
- يتوجب على الصحفي أن يمنح حق الرد للأفراد، وينشره وفق المعايير والضوابط المتعارف عليها، ونجد أنّ هذه الالتزام الأخلاقي أيضاً قد لاقى موافقة كبيرة لدى الصحفيين، إذ "وافق" على هذه العبارة 80% منهم، و"وافقها بشدة" 20% منهم.
- لا يجوز مقابلة الأطفال أو التقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم، ذلك أنّهم لازالوا دون السنّ القانونية التي تسمح لهم باتخاذ القرارات الصائبة، هذا ما "وافق عليه بشدة" 80% من الصحفيين المستجوبين، و"وافق" عليه 20% منهم دون أثر للحياد أو الرفض.
- يلتزم الصحفيون كعاملين بوسائل الإعلام التي تعدّ مرآة للمجتمع بالدفاع عن حقوق المرأة في مجتمع اليوم، وقد "أيّد" هذه الفكرة 75% من الصحفيين المستجوبين، كما "أيدها بشدة" 20%، فيما اتخذ 5% منهم موقفاً محايداً.

- بفضل الوسائط التفاعلية التي تميّز وسائل الإعلام الحديثة، بات لزاماً على الصحفيين التواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة، هذا ما لاقى تأييداً واسعاً من طرف الصحفيين، إذ "وافق بشدة" على العبارة 90% منهم.

4-2- تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر

- تواجه الصحافة الإلكترونية الجزائرية، على حداثتها عهداً، العديد من المعوقات التي تقف حائلاً أمام تطورها والتحاقها بمصاف الصحف الإلكترونية العالمية، وقد تمّ حصر أهم هذه المعوقات، حسب ما توصلت إليه الدراسة، في: نقص التكوين والتدريب، نقص المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام، غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية، غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية.

- بهدف التغلب على المعوقات التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ووضع حلول لتغيير الوضع الراهن إلى حال أفضل، فتحنا الباب أمام الصحفيين لتقديم اقتراحاتهم في هذا الإطار، وقد تمّ جمعها وتنظيمها على الشكل الآتي:

● ضرورة سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني، نظير الوضعية القانونية الضبابية التي تكتنف الصحافة الإلكترونية في الجزائر.

● التركيز على تكوين الصحفي الإلكتروني، ذلك أنّ العمل في المجال الإلكتروني يختلف بكثير عن التقليدي، فهو يستند أساساً على الحاسوب وبرمجياته، ويستلزم التحكم في التكنولوجيا الحديثة التي تشهد تطوراً جديداً مع كل ثانية، لذلك يجب على هذه المؤسسات الإعلامية توفير تكوينات دورية للصحفيين حول كلّ ما يستجد في عالم تكنولوجيات الإعلام والاتصال، لضمان جودة أكبر في الأداء.

● وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية، ففي عالم إلكتروني مجرّد لا تحكمه القوانين والرقابة، باتت الانتهاكات أكثر سهولة، فميثاق خاص بتنظيمها وهيئة خاصة تراقب وتعاقب عند الضرورة باتت مطلباً ملحاً لا مناص منه.

● توفير الإمكانيات المادية، فقوام الصحافة الإلكترونية يعتمد على جهاز الحاسوب ومجموعة كبيرة من البرمجيات الملحقة به، إضافة إلى المصادر الإلكترونية الرسمية التي تطلب اشتراكات شهرية أو سنوية تكون باهظة الثمن في غال الأحيان

● تمكين الصحفي من الولوج إلى مصادر المعلومات " خاصة الإلكترونية منها، إذ أنّها تعتمد على إجراءات صعبة ومكلفة تجعل من بلوغها أمراً مستحيلاً بالنسبة للعديد منهم.

- وجوب حماية الصحفي الإلكتروني ومنحه نفس الحقوق التي يتمتع بها الصحفي العامل بالمؤسسات التقليدية، وهذا الأمر لن يتأتى إلا بسنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني وكلّ الجوانب المتعلقة به.

3- النتائج العامة في ضوء تساؤلات الدراسة وفرضياتها

إثر إنجاز دراستين تطبيقتين، إحداهما تحليلية؛ عُثيت بالمضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، والأخرى ميدانية؛ تمّ تطبيقها على الصحفيين العاملين بذات الصحيفة الإلكترونية (الشروق أون لاين)، بهدف الوقوف على مدى احترام أخلاقيات الممارسة الإعلامية على مستواها، خلّصت الباحثة إلى مجموعة من النتائج، حاولت من خلالها الإجابة عن التساؤلات والفرضيات التي وضعتها في إطارها المنهجي، على النحو الآتي:

3-1- تحليل نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات

أ- تحليل نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة التحليلية

- ما القيم الأخلاقية المُكرّسة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
* خلّصت الدراسة التحليلية لمضامين الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين"، أنّها تحترم القيم الأخلاقية وتكرّسها من خلال مختلف مواضيعها، وقد ترتّبت هذه القيم الأخلاقية تبعاً: الدقة والأمانة، الإنصاف، المصدقية، الحياد، الموضوعية، المسؤولية، التوازن والعدالة في عرض الأخبار.
- ما المصادر التي تعتمد عليها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين للتأكد من صحة الأخبار قبل نشرها؟
* تعتمد الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" حسب ما توصلت إليه نتائج الدراسة، أساساً، على المصادر الرسمية ثمّ المصادر الشخصية الخاصة بالصحفي، وذلك بهدف كسب المزيد من المصدقية لدى جمهورها، فالمعروف أنّ المصادر الرسمية هي أقوى أنواع المصادر التي يُمكن الاعتماد عليها في استقاء الأخبار والمعلومات.
- ما نوعية الشخصيات البارزة في المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
* تركز الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة، على اعتبار كونها جزائرية، على الأخبار الوطنية بالدرجة الأولى، وهذا أمر طبيعي، يجعل أبرز الشخصيات المتناولة في أخبارها هي الشخصيات الوطنية.

- ما هو الاتجاه الغالب تجاه المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- * يغلب على المضامين المنشورة على موقع الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة "الاتجاه المحايد"، وهذا ما يدعم تكريسها لأخلاقيات مهنة الصحافة، وبالدرجة الأولى قيمتي: الموضوعية والحياد.
- ما هي الوظائف المُكرّسة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- * تكرّس "الشروق أون لاين" من خلال مضامينها الوظيفية الأساسية لأي وسيلة إعلامية، وهي الوظيفة الإخبارية، من خلال تقديم الأخبار والمعلومات وكلّ جديد يحتاج المتلقّي لأن يُحيط به علماً، تليها بقية الوظائف الأخرى بدرجات متفاوتة؛ بين الوظيفة السياسية والاجتماعية، التأريخية والاقتصادية.
- ما هي الأهداف المُحقّقة من خلال المضامين المنشورة على الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين؟
- * عمدت الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين، من خلال المضامين التي تنشرها، إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تجلّت، على التوالي، في: التوعية والتحسيس، التعبئة، التنظيم.
- كيف هي اللغة التي تنشر بها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين مضامينها؟
- * تنشر الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين" مضامينها أساساً باللغة العربية مع توفر ترجمة لبعض المواضيع باللغتين الفرنسية والإنجليزية.
- هل توظف الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على موقعها تطبيقات تفاعلية؟ وكيف تستثمرها في تكريس أخلاقيات المهنة؟
- * اقتصر توظيف التطبيقات التفاعلية في الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة على نوع واحد هو "تطبيقات التفاعل مع المحتوى"، من خلال فتح المجال للردود والتعليقات في نهاية كل موضوع منشور، ويقوم على مراقبة هذه التعليقات قبل النشر قسم خاص مكوّن من مجموعة من الصحفيين، بهدف الحدّ من الانتهاكات الأخلاقية التي يمكن أن تنجرّ عن هذا النوع من التفاعلية.
- ما الأساليب التي توظفها الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين على موقعها؟
- * تركز الصحيفة الإلكترونية محلّ الدراسة أساساً على "الأساليب المنطقية" التي تخاطب العقل من خلال الحجج والبراهين وتوظيف الأدلة والشواهد، وبنسبة أقلّ توظف "الأساليب غير المنطقية" التي تركز أساساً على مخاطبة العاطفة والمشاعر من خلال الترغيب أو التهيب.

- كيف تستثمر الصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين الوسائط المتعدّدة في تكريس أخلاقيات المهنة؟
* توصلت الدراسة إلى الاعتماد البسيط على الوسائط المتعدّدة في تكريس أخلاقيات المهنة؛ إذ تمثّل الصور الثابتة الوسيط البارز على مستوى المضامين المنشورة، والذي يساهم في دعم مصداقية الأخبار والمعلومات المقدّمة، بالتالي لمست الدراسة تهميشاً كبيراً لهذه الوسائط في الصحيفة الإلكترونية "الشروق أون لاين".

ب- تحليل نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة الميدانية

- هل تختلف وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية عنها في التقليدية؟
* بيّنت نتائج الدراسة الاختلاف الكبير في وظيفة الصحفي بين الصحافة التقليدية والإلكترونية، وقد تجلّت هذه الاختلافات في عدة أوجه، كانت: وجوب التحديث الدائم للمعلومات والتفاعل الفوري مع القراء ثم كل من سهولة أكثر وسرعة أكبر في العمل وتعدد مهام الصحفي.

- هل يلتزم الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية؟
* يلتزم الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية، والتي تتمثّل في ميثاق أخلاقيات المهنة الجزائري والتشريعات الجزائية، على غرار القانون العضوي للإعلام 2012 وقانون السمعى البصري 2014، وقانون العقوبات، تليها مصادر، يُمكن القول أنّها معنوية وغير مُلزّمة إلى حدّ بعيد، تتجلّى في القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني، والتي تُعدّ أمراً نسبياً من شخص إلى آخر، إضافة إلى الميثاق الداخلي الخاص بمجمّع الشروق، أما فيما يتعلّق بميثاق خاص بالصحيفة الإلكترونية، فقد تبين لنا أنّ المؤسسة لم تستحدث هذا النوع من المواثيق بعد رغم مضي أكثر من 10 سنوات على تأسيس موقعها.

- ما هو الاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين؟
يتّضح اتجاه الصحفيين العاملين بالشروق أون لاين نحو المبادئ الأخلاقية، من خلال عدة مؤشرات:
* أيّد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين وجوب التزام الصحفي بأخلاقيات الممارسة مع مصادره؛ من خلال التعريف بنفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت، وإسناد المعلومات إلى مصادرها، واحترام حقوق الملكية الفكرية والأدبية، وكذا تحريّ اللجوء إلى المصادر الموثوقة.

* أكد الصحفيون العاملون بالشروق أون لاين وجود أخلاقيات تحكم الصحفي داخل مؤسسته، من الواجب عليه احترامها، على رأسها حقوق الزمالة والتدرج الهرمي للمسؤولية.

* أخلاقيات الإعلان التي أشار صحفيو الشروق أون لاين إلى وجوب احترامها، تجلّت في الالتزام بعدم الخلط بين المادة التحريية والإعلان، التفريق بين الآراء والمعلومات المقدّمة، التأكّد من الأرقام والإحصائيات قبل التّشر، والامتناع عن نشر الإعلانات السياسية وتلك التي تخلّ بالآداب العامة أو تخدش الحياء.

* يعدّ الجمهور الطرف الثاني للعملية الاتصالية، وللتعامل معه أيضاً مجموعة من الأخلاقيات لا بدّ من احترامها، وقد كانت حسب المبحوثين: احترام خصوصيات الأفراد وكرامتهم وتجنّب التشهير بالأفراد، تجنّب السب والشتم والقذف، منح الأفراد حقهم في الرد... وغيرها من الأخلاقيات.

- ما هي التحديات التي تواجه الصحافة الإلكترونية في الجزائر؟

* تواجه الصحافة الإلكترونية الجزائرية، على حداثتها عهدها، العديد من المعوقات التي تقف حائلاً أمام تطوّرها والتحاقها بمصاف الصحف الإلكترونية العالمية، وقد تمّ حصر أهم هذه المعوقات، حسب ما توصلت إليه الدراسة، في: نقص التكوين والتدريب، نقص المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام، غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية، غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية.

3-2- تحليل نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

من خلال تحليل نتائج الدراسة، نجد أنّ الفرضيات التي وضعتها الباحثة كإجابات مؤقتة، قد تحقق البعض منها بشكل كلي، والبعض بشكل جزئي، فيما لم يتحقق البعض منها بشكل كلي والبعض الآخر بشكل جزئي، ولهذا ارتأت الباحثة تصنيف هذه النتائج ليسهل تحليلها على النحو الآتي:

أ- الفرضيات المحققة بشكل كلي

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية.

* تحققت هذه الفرضية كلياً؛ إذ توجد الفروق الدالة إحصائياً بين جميع المتغيرات وترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية؛ إذ أنّ كلّ فئة حسب ما وضعته الباحثة تملك رؤية مختلفة عن ترتيب هذه الأسباب، ما يجعل الرؤية نحو الحلول تختلف أيضاً، بما يثري النقاش العلمي ويوسّع الرؤية المستقبلية لأخلاقيات مهنة الصحافة في البيئة الرقمية.

ب- الفرضيات المحققة بشكل جزئي

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وأوجه الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والورقية.

* تحققت هذه الفرضية جزئياً؛ إذ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات النوع، السن والدعم بالوسائل التكنولوجية وأوجه الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والورقية؛ إذ أنّ هذه المتغيرات أساساً تجعل من الصحفي يركّز على وجه من أوجه الاختلاف دون آخر، في حين تنعدم هذه الفروق مع متغير "الخبرة بالعمل الإلكتروني"؛ ذلك أنّ الصحفي بعد ولوج العمل في المجال الإلكتروني واكتسابه للخبرة الميدانية اللازمة يقف على أهم الاختلافات، ويبني منهجاً لعمله قائماً على هذا الأساس، فعامل الخبرة يعتبر من أهم المتغيرات التي توجّه عمل الصحفي خاصة في البيئة الرقمية، نظير التغيرات والتحويلات المتسارعة التي تميّز هذا الفضاء.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية.

* تحققت هذه الفرضية جزئياً؛ إذ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية؛ إذ يختلف الذكور عن الإناث عادة في دوافعهم وأسبابهم، وهذا عائد للطبيعة البيولوجية أساساً، في حين تنعدم هذه الفروق مع بقية المتغيرات.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية.

* تحققت هذه الفرضية جزئياً؛ إذ توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغيري النوع والسنّ والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية؛ إذ تختلف الطبيعة البيولوجية للإناث عن الذكور، ما يجعل تعاملهم مع هذه الصعوبات والحلول التي يترقونها تختلف وتتمايز، كما أنّ متغير السنّ في الفضاء الإلكتروني يكتسي أهمية بالغة، فالمعروف أنّ الشّباب أكثر قابلية للتعامل مع التكنولوجيا، ممّا يقلّل الصعوبات التي يواجهونها في هذا السياق، والعكس صحيح. في حين تنعدم هذه الفروق مع المتغيرين الآخرين (الخبرة بالعمل الإلكتروني وتوفر الدعم بالوسائل التكنولوجية).

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) والاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين.

* تحققت هذه الفرضية جزئياً؛ إذ توجد الفروق الدالة إحصائياً بين بعض المتغيرات والاتجاه نحو المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفيون العاملون في الشروق أون لاين.

ت- الفرضيات غير المحققة بشكل كليّ

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية.

* لم تتحقق هذه الفرضية كلياً، إذ انعدمت الفروق ذات الدلالة الإحصائية بين المتغيرات الأربع وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية؛ فرمّا يعود الأمر إلى متغيرات أخرى، كما أنّ حداثة عهد الصحافة الإلكترونية في الجزائر، تجعل من العمل فيها والولوج إليها غير خاضع لمعايير دقيقة بعد.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب القيم الإعلامية التي تركز عليها الصحيفة الإلكترونية عند النشر.

* لم تتحقق هذه الفرضية؛ إذ تنعدم الفروق الدالة إحصائياً بين جميع المتغيرات وترتيب القيم الإعلامية التي تركز عليها الصحيفة الإلكترونية عند النشر، إذ أنّ القيمة عامل يرتبط بالضمير المهني، وهو أمر شخصي، يختلف من فرد إلى آخر، ما يجعل ترتيب القيم وتصنيفها غير خاضع لمتغير بعينه.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني.

* لم تتحقق هذه الفرضية كلياً؛ إذ تنعدم الفروق الدالة إحصائياً بين جميع المتغيرات وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني؛ فوجهات النظر في هذا السياق تختلف من شخص إلى آخر، لذا لا يمكن نسبها إلى متغير دون آخر.

ث- الفرضيات غير المحققة بشكل جزئي

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين (النوع، السن، الخبرة بالعمل الإلكتروني، توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية) وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب.

* لم تتحقق الفرضية جزئياً؛ إذ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين كل من متغيرات النوع، السن والخبرة بالعمل الإلكتروني ومتغير كيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب، في حين توجد هذه الفروق مع المتغير الأخير فقط "توفر الدعم بالوسائل التكنولوجية"؛ وهذا أمر طبيعي، إذ أنّ استخدام برمجيات الحاسوب يتطلب أساساً حيازة هذا الجهاز، فتوفر الدعم هو ما يسمح بذلك.

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

خاتمة

مثّلت ولادة أخلاقيات الصحافة في ثلاثينيات القرن 19 لحظة تحوّل جوهري في تاريخ الصحافة في العالم، بحيث وضعت حدّاً لجشع المتنافسين في السّوق الحرة للإعلام المبني على المبادئ التي تُحوّل المُستهلك إعطاء قوّة لوسيلة دون أخرى، ليحوّلها إلى سلطة رابعة (رأي عام) باعتبار أنّ طبيعة العمل الصحفي مرهونة بالقراء، فهم من يعطون الشرعية للصحافة.

ورغم التطوّر التكنولوجي الذي رافق كل وسائل الاتصال، وحمل معه موجة جديدة غيرت الكثير في أبعاد وموازن العمل الصحفي، إلا أنّ القضايا والإشكالات التي تطرحها الأخلاقيات لاتزال قائمة، بل باتت تتخذ أبعاداً أكثر اتساعاً وأهمية، لأنّها وفي ظل الوهج المتألق الذي يحيط بالجانب التقني والجديد اللامتناهي الذي يحمله مع كلّ لحظة، عانت الأخلاقيات لفترة من التهميش والإبعاد، ما انجرّ عنه تخلخل فادح في موازين القيم، وانعكس بالكثير من السلبية على الممارسة الإعلامية بالدرجة الأولى، والمجتمع بالدرجة الثانية باعتباره الوعاء المُستقبل لمخرجات هذه الوسائل، ما جعل إعادة النظر في المنظومة القيمية والأخلاقية لوسائل الإعلام حاجة ملحة لا مناص منها، والدراسة التي بين أيدينا، وإنّ سعت إلى معالجة جانب من جوانب هذا الموضوع، إلا أنّ الإشكالات المرافقة له لاتزال كثيرة ومتعدّدة، وتحتاج إلى رصد يستوعب القضايا الجديدة ويحلّلها في إطار يستفيد من النقاش التقليدي لأخلاقيات الممارسة الإعلامية ويضع إطارات ومفاهيم جديدة للظواهر الأخلاقية المستحدثة في البيئة الإلكترونية.

من هنا تبرز أهمية دور العمل الأكاديمي في محاولة صياغة خارطة طريق للأخلاقيات السائدة في هذه البيئة، والإشكالات الأخلاقية التي تواجهها، بما يفتح الباب على مصراعيه لدراسة العديد من القضايا التي ترتبط بالبيئة الجديدة، لعلّ من بينها -على سبيل المثال لا الحصر-:

- القضايا المتعلقة بطبيعة الحقوق والواجبات الخاصة بالإعلاميين العاملين بهذه البيئة الجديدة،
- القوانين والمواثيق التي تحكم طبيعة العمل الصحفي في البيئة الرقمية،
- خصوصية الصحافة الإلكترونية الجزائرية، التي لازالت تعاني من الكثير من مكامن الضعف سواء فيما يتعلّق بالجانب التقني، القانوني، الاقتصادي، الاجتماعي، السياسي وأيضاً الأخلاقي.

خاتمة

- وبهدف التغلب على المعوقات التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية الجزائرية، ووضع حلول لتغيير الوضع الراهن إلى حال أفضل، تطرح الدراسة مجموعة من التوصيات:
- ضرورة سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني، نظير الوضعية القانونية الضبابية التي تكتنف الصحافة الإلكترونية في الجزائر.
 - التركيز على تكوين الصحفي الإلكتروني، ذلك أنّ العمل في المجال الإلكتروني يختلف بكثير عن التقليدي، فهو يستند أساساً على الحاسوب وبرمجياته، ويستلزم التحكّم في التكنولوجيا الحديثة التي تشهد تطوراً جديداً مع كل ثانية، لذلك يجب على هذه المؤسسات الإعلامية توفير تكوينات دورية للصحفيين حول كلّ ما يستجد في عالم تكنولوجيات الإعلام والاتصال، لضمان جودة أكبر في الأداء.
 - وضع ميثاق خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية، ففي عالم إلكتروني مجرّد لا تحكمه القوانين والرقابة، باتت الانتهاكات أكثر سهولة، فميثاق خاص بتنظيمها وهيئة خاصة تراقب وتعاقب عند الضرورة باتت مطلباً ملحاً لا مناص منه.
 - توفير الإمكانيات المادية، فقوام الصحافة الإلكترونية يعتمد على جهاز الحاسوب ومجموعة كبيرة من البرمجيات الملحقة به، إضافة إلى المصادر الإلكترونية الرسمية التي تطلب اشتراكات شهرية أو سنوية تكون باهظة الثمن في غال الأحيان.
 - تمكين الصحفي من الولوج إلى مصادر المعلومات " خاصة الإلكترونية منها، إذ أنّها تعتمد على إجراءات صعبة ومكلفة تجعل من بلوغها أمراً مستحيلاً بالنسبة للعديد منهم.
 - وجوب حماية الصحفي الإلكتروني ومنحه نفس الحقوق التي يتمتع بها الصحفي العامل بالمؤسسات التقليدية، وهذا الأمر لن يتأتّى إلاّ بسنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني وكلّ الجوانب المتعلقة به.
- لكن ما يجب الإشارة إليه أخيراً، وما تعاني منه الجزائر على غرار الكثير من الدول العربية، وهو عدم تفعيل النتائج التي تتوصّل إليها البحوث الأكاديمية، إذ تبقى حبيسة رفوف المكتبات، وهذا ما يجب إيجاد حلّ له عن طريق عقد شراكات بين المؤسسات والجامعات، لجعل البحوث أكثر فائدة، فتعالج القضايا الأهم وتجد لها الحلول، ومن جهتها الشركات أو المؤسسات تتحول إلى الهيئة المطبّقة للنتائج والتوصيات على أرض الواقع، فالعمل الأكاديمي بمفرده منعزلاً عن مؤسسات المجتمع قاصر عن تحقيق التغيير المطلوب.

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

المصادر

1- القرآن الكريم

الجريدة الرسمية

- 2- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون المُتعلّق بالإعلام 1982، العدد 6، بتاريخ 6 فيفري 1982.
- 3- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون المُتعلّق بالإعلام 1990، العدد 14، بتاريخ 3 أفريل 1990.
- 4- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، القانون العضوي للإعلام 2012، العدد 2، المؤرخ في 15 يناير 2012.
- 5- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، دستور الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد 94، بتاريخ 24 نوفمبر 1976.
- 6- الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، تعديل الدستور 1996، العدد 76، بتاريخ 8 ديسمبر 1996.

مراسيم وقوانين

- 7- التوجيه الإرشادي رقم EC/46/95: الصادر عن البرلمان والمجلس الأوروبي بتاريخ 24 أكتوبر/تشرين الأول 1995،
- 8- التوجيه الإرشادي رقم EC/58/2002: الصادر عن البرلمان الأوروبي بتاريخ 12 يوليو/تموز 2002.
- 9- القانون رقم 04-15 المؤرخ في 27 رمضان 1425 الموافق لـ 10 نوفمبر 2004 يعدّل ويتّم الأمر رقم 66-156 والمتضمّن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية رقم 71 بتاريخ 10 نوفمبر 2004.
- 10- قانون رقم 04-09 المؤرخ في 14 شعبان 1430 الموافق لـ 5 أوت 2009 يتضمّن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتّصلة بتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية رقم 47 بتاريخ 16 أوت 2009.

قائمة المصادر والمراجع

- 11- قانون عضوي رقم 12-05 مؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 جانفي 2012 المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية رقم 2 بتاريخ 15 جانفي 2012.
- 12- المرسوم التنفيذي رقم 2000-307 المؤرخ في 16 رجب 1421 الموافق لـ 14 أكتوبر 2000 يعدّل المرسوم رقم 98-257 الذي يضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات 'أنترنات' واستغلالها، الجريدة الرسمية رقم 60 بتاريخ 15 أكتوبر 2000.
- 13- المرسوم التنفيذي رقم 98-257 المؤرخ في 3 جمادى الأولى 1419 الموافق لـ 25 أوت 1998 المتعلق بشروط وكيفيات إقامة خدمات 'أنترنات' واستغلالها، الجريدة الرسمية رقم 63 بتاريخ 1998/3/26.
- 14- قانون رقم 01-09 المؤرخ في 4 ربيع الثاني 1422 الموافق لـ 26 يونيو 2001، يعدّل ويتمّ الأمر رقم 66-156 والمتضمن قانون العقوبات، الجريدة الرسمية رقم 34 بتاريخ 27 يونيو 2001.
- 15- أمر رقم 68-525 المؤرخ في 16 جمادى الثانية 1388 الموافق لـ 9 سبتمبر 1968 يتضمن القانون الأساسي للصحفيين المهنيين، الجريدة الرسمية رقم 75 بتاريخ 17 سبتمبر 1968.

المراجع العربية

* الموسوعات والمعاجم

- 16- عبد الوهاب الكيالي، الموسوعة السياسية، المكتبة العالمية، ط1، بغداد، 1986.
- 17- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، ط1، مصر، 2004.
- 18- مصطفى حسيبه، المعجم الفلسفي، دار أسامة، ط1، عمان (الأردن)، 2009.

* الكتب

- 19- إبراهيم السيد حسنين، أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (مصر)، 2015.
- 20- إبراهيم بعزب، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، دار الكتاب الحديث، ط1، مصر، 2012.
- 21- إبراهيم عبد الله المسلمي، التشريعات الإعلامية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 2004.
- 22- أبو حامد الغزالي، بعناية بسام عبد الوهاب الجابي، المقصد الألسني في شرح معاني أسماء الله الحسنى، دار ابن حزم، ط1، بيروت (لبنان)، 2003.

قائمة المصادر والمراجع

- 23- أحمد بن مرسللي، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010.
- 24- إسماعيل معارف قالية: **الإعلام حقائق وأبعاد**، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 1999.
- 25- أنطونيو أيوب بولين، **الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية: دراسة مقارنة**، منشورات الحلبي الحقوقية، ط1، بيروت (لبنان)، 2009.
- 26- نجيت السيد، **أخلاقيات العمل الصحفي**، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات، 2011.
- 27- نجيت السيد، **الانترنت كوسيلة اتصال جديدة -الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية-**، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة، 2012.
- 28- بديع الزمان التورسي، **سيرة ذاتية: كليات رسائل النور**، إعداد وترجمة إحسان قاسم الصّالحي، دار النّيل للطباعة والنّشر، ط1، إستانبول (تركيا)، 2008.
- 29- بسّام عبد الرحمان المشاقبة، **أخلاقيات العمل الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمّان (الأردن)، 2012.
- 30- بسّام عبد الرحمان المشاقبة، **الرقابة الإعلامية -دراسة مقارنة-**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمّان (الأردن)، 2014.
- 31- جورج صدقة، **الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع**، مؤسسة مهارات للنشر، ط1، بيروت (لبنان)، 2008.
- 32- حسين طاهري، **الإعلام والقانون -دراسة مقارنة-**، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2014.
- 33- حلمي محمود أحمد محسب، **إخراج الصحف الإلكترونية على شبكة الانترنت**، دار العلوم للنشر والتوزيع، ط2، مصر، 2008.
- 34- حلمي محمود محمد أحمد محسب، **إخراج الصّحف الإلكترونية على شبكة الانترنت**، دار العلوم، ط1، مصر، 2007.
- 35- خالد محمد غازي، **الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح**، وكالة الصحافة العربية (ناشرون)، ط1، مصر، 2016.
- 36- رضا عبد الواحد أمين، **الصحافة الإلكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، القاهرة (مصر)، 2011.
- 37- رضوان بوجمعة، **الصحفي والمراسل الصحفي في الجزائر**، تاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2008.
- 38- زيد سليمان، **الصحافة الإلكترونية**، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، 2009.

قائمة المصادر والمراجع

- 39- زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية: تحديات ورؤية مستقبلية، ندوة الصحافة الإلكترونية، شركة دوت كوم، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
- 40- ساعد ساعد، التعليق الصحفي في الصحافة المكتوبة الجزائرية، دار الخلدونية، ط1، الجزائر، 2009.
- 41- سعيد الغريب، الصحافة الإلكترونية والورقية -دراسة مقارنة في المفهوم والسما-، دار الكتاب العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 2000.
- 42- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط2، مصر، 1995.
- 43- شروق سامي فوزي، تكنولوجيا الإعلام الحديث، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2015.
- 44- شريف درويش اللبان، الصحافة الإلكترونية "دراسة في التفاعلية وتصميم المواقع"، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة (مصر)، 2005.
- 45- عادل الأنصاري، الصحافة الإلكترونية: فنون التحرير الصحفي على الانترنت، دار البشير للثقافة والعلوم، ط1، مصر، 2008.
- 46- عباس ناجي حسن، الصحفي الإلكتروني، دار صفاء، ط1، عمان (الأردن)، 2013.
- 47- عبد الرحمان عزي، الجواب الكافي حول نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2016.
- 48- عبد الرحمان عزي، حفريات في الفكر الإعلامي القيمي: مالك بن نبي، الورثيلاي، النورسي، صن تسو، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2011.
- 49- عبد الرحمان عزي، دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي حضاري متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، ط1، لبنان، 2003.
- 50- عبد الرحمان عزي، قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي -قراءة معرفية في النظام الأخلاقي-، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2014.
- 51- عبد الرحمان عزي، نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2011.
- 52- عبد الرحمان عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الدار المتوسطية للنشر، ط1، تونس، 2016.
- 53- عبد الرزاق الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان (الأردن)، 2015.
- 54- عبد الرزاق الدليمي، الإعلام الجديد والصحافة الإلكترونية، دار وائل للنشر، ط1، الأردن، 2011.
- 55- عبد العالي رزّاق، المهنة صحفي محترف، دار هومة، ط2، الجزائر، 2014.
- 56- عبد اللطيف حمزة، الإعلام له تاريخه ومذاهبه، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 1965.

قائمة المصادر والمراجع

- 57- عبير سعد الدين، أخلاقيات الإعلام، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.
- 58- عطا الله شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، دار أسامة، ط1، عمّان (الأردن)، 2011.
- 59- علي عبد الفتّاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014.
- 60- فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة (مصر)، 2018.
- 61- ماجد تريان، الانترنت والصحافة الإلكترونية، الدار المصرية اللبنانية، ط2، مصر، 2008.
- 62- محمد حجاب، نظريات الاتصال، دار الفجر، ط1، مصر، 2010.
- 63- محمد عبد الحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتاب، ط1، القاهرة (مصر)، 2007.
- 64- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، ط2، القاهرة (مصر)، 2004.
- 65- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، ط1، مصر، 2000.
- 66- محمد فضلي، الصحافة الإلكترونية الواقع والمستقبل، دون دار نشر، القاهرة (مصر)، 2011.
- 67- محمد معمري، الصحافة الإلكترونية العربية الأسس والتحديات، منشورات كارم الشريف، ط1، تونس، 2010.
- 68- محمد يونس، الصحافة الورقية والإلكترونية في دول الخليج العربي -النشأة والتطور-، الدار المصرية اللبنانية، ط1، مصر، 2014.
- 69- محمود علم الدين، أساسيات الصحافة في القرن الحادي والعشرين، دار النهضة العربية، ط2، القاهرة (مصر)، 2009.
- 70- منار فتحي محمد، تصميم مواقع الصحف الإلكترونية، دار العالم العربي، ط1، مصر، 2011.
- 71- منال هلال الماهرة، مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة، ط1، عمان، 2014.
- 72- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تر: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه، ط1، الجزائر، 2004.
- 73- مي العبد الله، الاتصال في عصر العولمة -الدور والتحديات الجديدة-، دار النهضة العربية، ط1، بيروت (لبنان)، 2001.
- 74- نصر الدين ليعاضي، مُساءلة الإعلام، المؤسسة الجزائرية للطباعة، ط1، الجزائر، 1991.
- 75- نصير بوعلي، الإعلام والقيم: قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزّي، دار الهدى، ط1، الجزائر، 2005.

قائمة المصادر والمراجع

- 76- نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسّميعة البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، ط1، القبة القديمة (الجزائر)، 2008.
- 77- وارن آجي وآخرون، وسائل الإعلام: صحافة، إذاعة، تلفزيون، تر: ميشيل تكلا، مكتبة الوعي العربي، ط1، القاهرة (مصر)، 1985.
- 78- وائل رفعت خليل، إشكاليات الإعلام ومعطيات الواقع، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.

* مقالات ومنشورات

- 79- غازي محمد طلال عبد الله، الثقافة العامة، منشورات إدارة الناجح، ط1، وزارة التربية والتعليم، عمان، 2007.
- 80- محمد علي الجابري، العقل الأخلاقي العربي، منشورات مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
- 81- الشبكة العربية لدعم الإعلام، بحث في مسألة الأخلاقيات في مهنة الصحافة، مقال منشور بتاريخ 19 نوفمبر 2012.
- 82- المُعزّ بن سعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 7 فيفري 2019.
- 83- 50 مليون مشترك في الهاتف الثابت والنقال وأزيد من 34.5 مليون مشترك في الانترنت سنة 2017"، الإذاعة الجزائرية.
- 84- أخلاقيات الإعلام والفضائيات الإلكترونية، أعمال المؤتمر العلمي الأول، الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار اللبنانية-المصرية، 2005.
- 85- أحمد زكي عثمان، تنظيم الصحافة ومساءلتها: بعض ملامح الخبرة البريطانية، الصوت الحرّ الشبكة العربية لدعم الإعلام، متوفر على الرابط: <http://asahnetwork.org> تاريخ النشر: 2015-01-18.
- 86- ديانا مقلد، "الBoog.. صحافة موازية"، جريدة الشرق الأوسط، العدد 9608، نُشر بتاريخ: 19 مارس 2005.
- 87- السعيد بومعيزة، أخلاقيات وآداب المهنة في تلفزيون الخدمة العمومية -حالة التلفزيون الجزائري-، الملتقى الدولي بتونس، معهد علوم الأخبار، أبريل 2009.
- 88- سعيد محمد الغريب النجار، التفاعلية في الصحف العربية عبر الانترنت، ورقة بحث مقدمة في أبحاث المؤتمر الدولي، الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة... لعالم جديد، جامعة البحرين، 7-9 أبريل، 2009.
- 89- نجوى عبد السلام فهمي، تجريد الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية.. الواقع وآفاق المستقبل، المجلة العلمية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، ديسمبر 1998.

قائمة المصادر والمراجع

- 90- عباس مصطفى صادق، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت، ورقة عمل مقدّمة إلى مؤتمر صحافة الانترنت في الوطن العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الاتصال، 22-23 تشرين الأول، 2005.
- 91- عبد الكريم عبد الله، جرائم المعلوماتية والانترنت "الجرائم الإلكترونية"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009.
- 92- علي كريمي، قوانين الإعلام المكتوب في دول المغرب العربي: الواقع والتحديات، منشورات الإيسيسكو، 2011.
- 93- علي كريمي، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه، مركز الجزيرة للدراسات، 15 ماي 2016.
- 94- سعيد الغريب النجار، "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي "الإعلام الدولي: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد" جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، مطبعة جامعة البحرين، البحرين.
- 95- سليمان صالح، ثورة الاتصال وأخلاقيات الإعلام، مؤتمر صحافة الانترنت، جامعة الشارقة، نوفمبر 2005.
- * المجلات والدوريات**
- 96- تانجاف سكولتز، الخدمات التفاعلية في الصحافة الإلكترونية دراسة تحليلية لمائة صحيفة أمريكية إلكترونية، مجلة الاتصالات الحاسوبية، سبتمبر 1999.
- 97- حلمي محسب، قياس تفاعلية المواقع التلفزيونية الإخبارية على الانترنت: بالتطبيق على موقعي الجزيرة وCNN، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 29، جانفي-مارس 2008، القاهرة-مصر.
- 98- حنان بن يحيى علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد- دراسة قانونية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الثاني، العدد الخامس، مارس 2018.
- 99- خالد كرزيم، "صحافة البيانات.. الأرقام تسرد القصة"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، تاريخ النشر: 9 أكتوبر 2016.
- 100- زياد الدماغين، 'مظاهر تكريم الإنسان في البيان القرآني: قراءة في فكر التورسي'، مجلة دراسات، العدد 29، 2002.
- 101- سعيد محمد الغريب، الصحافة الإلكترونية والورقية: دراسة مقارنة في المفهوم والسمات الأساسية بالتطبيق على الصحف الإلكترونية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد 13، أكتوبر 2001.

قائمة المصادر والمراجع

- 102- شريف درويش اللبان، الصوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 7، يوليو 2014.
- 103- الصادق الحمامي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الجديدة، مجلة الإعلام والعصر، الإمارات العربية المتحدة، سبتمبر، 2013.
- 104- صالح بن بوزة، السياسة الإعلامية الجزائرية - المنطلقات النظرية والممارسات 1990/1979-، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 13، 1996.
- 105- عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في ضوء قوانين الإعلام الجزائرية - دراسة وصفية وتحليلية لعينة من القوانين الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 27، الجزائر، ديسمبر 2016.
- 106- علي قسايسية، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل السوق الحرة، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 14، جويلية 1996.
- 107- مريم أوشايت، الصحافيون بينون مشروع لأخلاقيات المهنة، جريدة الشعب، 15 أبريل 2000.
- 108- نجوى عبد السلام فهمي، تجربة الصحافة الإلكترونية المصرية والعربية: الواقع وآفاق المستقبل، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الرابع، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، ديسمبر 1998.
- 109- نجوى فهمي، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الانترنت - دراسة تحليلية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع، أكتوبر-ديسمبر 2001، القاهرة-مصر.

* رسائل الجامعات

- 110- أحمددي دليلة، الصحافة الإلكترونية الجزائرية بين التخطيط الاستراتيجي والواقع القانوني والمؤسسي، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، 2011-2012.
- 111- إسماعيل مرازقة، الاتصال السياسي في الجزائر في ظل التعددية السياسية والإعلامية: ترتيب العوامل المؤثرة في دور الجرائد اليومية المستقلة (1990-1994)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 1997.
- 112- إلهام بوثلجي، الصحافة الإلكترونية الجزائرية واتجاهات القراء دراسة مسحية لجمهور جريدة الشروق أون لاين، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2010-2011.

قائمة المصادر والمراجع

- 113- آمنة بن عبد ربه، الجزائر في مجتمع المعلومات 2003 حصيلة وآفاق، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2006/2005.
- 114- بوسجرة ليليا، الصحافة الإلكترونية وأثرها الاقتصادي على الصحافة المكتوبة في الجزائر، رسالة ماجستير (غير منشورة)، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011-2012.
- 115- جميلة بن زيدون، التنظيم المهني للصحافيين - راسة ميدانية لعينة من الصحافيين المشاركين في مؤتمر النقابة الوطنية للصحافيين -، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2001.
- 116- حاتم علي مصطفى العسولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية الفلسطينية - دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز، أطروحة دكتوراه في علوم الاتصال، قسم الصحافة والنشر، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان، السودان، 2017.
- 117- حسن دوحان، "العلاقة بين أخلاقيات النشر الصحفي والسياسات التحريرية في الصحف الإلكترونية الفلسطينية" دراسة تحليلية، وعلى القائم بالاتصال، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات الاعلامية، القاهرة، 2015م.
- 118- حمدي محمد الفاتح، استخدامات النخبة للصحافة الإلكترونية وانعكاساتها على مقروئية الصحف الورقية أساتذة باتنة نموذجاً، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الحاج لخضر باتنة، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2009/2010.
- 119- حنان علال، الإعلام البديل وأخلاقيات الممارسة الإعلامية- دراسة وصفية ميدانية على عينة من المدونين الجزائريين، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2015.
- 120- زوييدة موسى، أخلاقيات العمل الإذاعي في الجزائر- دراسة ميدانية بإذاعة تبسة المحلية، مذكرة ماستر غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2016.
- 121- سعيد الغريب النجار، "التفاعلية في الصحف العربية على الانترنت"، أبحاث المؤتمر الدولي "الإعلام الدولي: تكنولوجيا جديدة.. لعالم جديد" جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009، مطبعة جامعة البحرين، البحرين.

قائمة المصادر والمراجع

- 122- عبد الجليل حسناوي، أخلاقيات المهنة في القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر - دراسة وصفية تحليلية من خلال عينة من صحفيي وجمهور قناة النهار TV، مذكرة ماجستير، قسم الإعلام، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2014.
- 123- فايز الشّهري، تجربة الصحافة الإلكترونية العربية على الانترنت، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة شيفيلد، المملكة العربية المتحدة، 1999.
- 124- قجالي آمنة، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية - دراسة في استخدامات وإشباعات النخبة الأكاديمية الجزائرية، دراسة تحليلية ميدانية-، أطروحة دكتوراه، جامعة الحاج لخضر باتنة 1، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، الجزائر، 2016/2017.
- 125- ماجد تريان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات العربية، القاهرة-مصر.
- 126- ماجد سالم تريان، الصحافة الإلكترونية الفلسطينية، رسالة دكتوراه في الصحافة الإلكترونية، جامعة القاهرة، 2007.
- 127- ماجد فضل صقر حبيب، التفاعلية في المواقع الإلكترونية للصحف اليومية الفلسطينية-دراسة تحليلية، رسالة ماجستير، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية بغزة، فلسطين، 2014.
- 128- محمد أمزيان برغل، اتجاهات أساتذة علوم الإعلام والاتصال في الجزائر نحو تقنية النشر الإلكتروني- دراسة تحليلية وصفية، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر 3، قسم علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2001.

* المقابلات

- 129- مقابلة شخصية مع: محمد لهوازي، صحفي محرّر في موقع الشروق أون لاين، بتاريخ 03 جويلية 2017.
- 130- مقابلة شخصية مع: محمد لهوازي، صحفي محرّر في موقع الشروق أون لاين، بتاريخ 31 جويلية 2019.
- 131- مقابلة شخصية مع: عليواش خديجة، صحفية محرّرة في موقع الشروق أون لاين، بتاريخ 31 جويلية 2019.

- 132- Andrew Abbott, «**Professional Ethics**», American journal of Sociology, 1983.
- 133- Andrew Belsey & Rut Chadwick, **Ethical Issues in Journalism and the Media**, Routledge, New York, 1998.
- 134- Arant, M. D. & Anderson, Janna Quintey, **Newspaper Online Editors Support Traditional Standards**, Newspaper Research Journal, Vol. 22, Iss. 4, Fall 2001.
- 135- Arant, M. D. and Anderson, J. K, **Online media ethics: A survey of US Daily Newspapers Editors**, A paper presented at the association of education in journalism and mass communication convention, Phoenix, August 2000.
- 136- Bertrand Claude-Jean, **The State and Professional Ethics**, A paper Presented at “The Media and Democratic Society” Conference, Luxemburg, 30th Sep-1st Oct 2002.
- 137- Bertrand, A. **Droit à la vie privée et droits à l’image**, Litec, Paris, 1999.
- 138- Bussele Michael, « **Guide To Photographing Landscapes and Gardens** », rockport publishers, 2002.
- 139- Chabriere, karénne, **Le statut et le régime juridique applicable au cyber journaliste**, D.E.S.S, de droit de multimédias et de l’informatique, Université Panthéon, Paris II, 2002-2003.
- 140- Chatillon, G. **le droit international de l’internet**, Bruylant, Bruxelles, 2002.
- 141- Dale Jacquette, **Journalistic Ethics: Moral Responsibility in the Media**, Prentice Hall, New Hersey, 2007.
- 142- David E. Boeynik, “**How effective are codes of Ethics? A Look at three Newsrooms**”, Journalism Quarterly 71, 1994.
- 143- Dennis Mcquail, **Communication Theory: an introduction**, London: sage publication, 2000.
- 144- Djamel Bouadjimi ; **nouvelles technologies de l’information et de la communication développement ; l’image de l’Algérie à la société de l’information**, thèse de doctorat d’état en sciences de l’information et de la communication, faculté des sciences politiques et de l’information, université d’Alger, octobre, 2005.
- 145- F. Siebert, T. Patterson and W. Schramm, **Four Theories of the Press**, University of Illinois Press, Urbana, Chicago, 1979.

- 146- Francis Balle, **Les Médias**, presses Universitaires de France, 4 éditions, paris, 2009.
- 147- Frank, R. **L'Enfant et les conventions internationales**, PUF de Lyon, 1996.
- 148- Guerrier, C. Monguet, M-C. **Droit et sécurité des télécommunications**, Springer, 2000.
- 149- Herb Strentz, **Universal Ethical Standards**, Journal of Mass Media Ethics, Volume: 17 Number: 4, Lawrence Erlbaum Association, Inc, 2001.
- 150- Jean Michel Utard, « **La presse en ligne** », Média Morphoses, N°4, Mars, 2002.
- 151- Jean miot, « **Bill Gates ne tuera pas Gutenberg** », Médias Médias, la documentation française, paris, 2001.
- 152- Jesús Díaz-Campo & Francisco Segado-Boj, **Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world**, Telematics and Informatics, 32 (4), unir université international de la rioja, espagnol , 2015.
- 153- Joann Byrd, **Online journalism Ethics: A New Frontier**, The American Society of Newspaper Editors, Last Updated: March 23
- 154- John P. Ferré, **A Short History of Media Ethics in the United States**, edited by Lee Wilkins and Clifford G. Christians, The Handbooks of Mass Media Ethics, Routledge, New York, 2009.
- 155- John Vivian, **The Media of mass communication**, Allyn and Bacon, Boston, 1999.
- 156- John. Bowers, John Courtright, **Communication Research Method**, N Scott, Foresman and Company 1984.
- 157- Johnson, T. J. and Kaye, B. K. "**Webelivability: A Path Model Examining How Convenience and Reliance Predict Online Credibility**". Journalism & Mass Communication Quarterly, Vol. 79, No.3, 2002.
- 158- Kawamoto, K. **Digital journal is Emerging media and the changing Horizons of journalism**, Oxford: Row man and little field publishers, Ine, 2003.
- 159- Keith, S. Ethics for editors: **What 11 editing textbooks teach AEJMC**, Conference papers association for education in journalism and mass communication, Phoenix, Arizona, 2000.
- 160- Koller, David, *et al.*(1994). "**Requirements for the Electronic Newspaper**", Available at:

- <http://www.ce.latech.edu/computing/classes/ca665,1994fall/group/past/requirement>.
- 161- Mann, F. **New Media Brings a New Set of Problems**. Poynter Institute Resource File. Retrieved October 12, 2005 from the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/nm/nm_mann98.htm
- 162- Mark Deuze, **Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from the Netherlands**, <http://users.fmg.uva.nl/mdeuze/publ15.htm>
- 163- Ming's, Suzan M.(1998). "**Uses and Gratification of on-line Newspaper: An Audience - Centered Study (Expectancy-Values, Internet**", PhD Thesis, Rensselaer Polytechnic Institute.
- 164- Osborn Bradley, **Ethics and Credibility in Online Journalism**, United States : Tennessee, The University Memphis, 2001.
- 165- Pavlik, J. V. Journalism and New media, available at: <http://newmedia.drm.columbia.edu/1998/exploring/cnm-ethics.html>
- 166- Pavlik. John. V., **The Future of online journalism: a guide to who's doing what**, Columbia journalism review, July/August 1997.
- 167- Philippe Breton, Serge Proulx, **l'explosion de la communication, la découverte**, Paris, 2006.
- 168- Poynter Institute; **Journalism Values & Ethics in New Media Conference**. Poynter Institute Resource File. Received From the World Wide Web: http://www.poynter.org/research/ne/nme/me_conv2.htm
- 169- Roberto Herrscher, **A Universal Code of Journalism Ethics**, Presented at The Association for Education in journalism and mass communication in Toronto, Canada, August 2004.
- 170- Shaver, D. **A research agenda for establishing a grounding for journalism ethics**, Paper presented for the association for journalism and mass communication, New Orleans, LA, 1999.
- 171- Shedden, David. **New Media Timeline (1969-2004)**, Pointer Institue, 2005.
- 172- Singer, J. B, Thrap, M. P. & Haruta, A. **Online staffers: Superstars Or Second-Class Citizens?** Newspaper Research Journal, Summer 1999.
- 173- Singer, J. B. **Still Guarding the Gate?** The Newspaper Journalist's Role in an On-line World. Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies, Spring, 3, 1997.
- 174- Smethers, S. **Cyberspace in the curricula: New legal and Ethical issues**, Journalism and mass communication educators, winter, 53, 1998.

- 175- T. Schultz, "Interactive Option in Online Journalism : a Content Analysis of 100 U.S. Newspaper" Journal of computermediated-communication. Volume 5. Issue 1,1999.
- 176- T. Schultz, "Interactive Option in Online Journalism : a Content Analysis of 100 U.S. Newspaper" Journal of computermediated-communication. Volume 5. Issue 1,1999.
- 177- Werkers, E. Valcke, P. Paulussen, S. Geens D. and Vandenbrande, K. **Ethics and rights for online journalists: inseparable and obligatory?**, UK, Luton: International Journalism Conference, Centre for International Media Analysis, 2008.
- 178- Yashua, D. & Deuze, M. Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Report from the Netherlands. Amsterdam: ASCoR, 2000.
- 179- Yeshua, D & Deuze, M. **Online Journalists Face New Ethical Dilemmas**: Report from the Netherlands. Amsterdam: ASCoR, 2000.

المواقع الإلكترونية

- 180- <http://www.amazon.com/Digital'Media'Ethics'Charles'Ess/dp/0745641644>
- 181- <http://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital'media'ethics/>
- 182- [www.almotamar.com.ly/2002/25/docnment 25/m9.doc](http://www.almotamar.com.ly/2002/25/docnment%2025/m9.doc)
- 183- <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ>

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
188	مكونات واجهات الصحف الإلكترونية	1
228	عدد المواضيع حسب الأركان	2
229	توزيع نسب القيم في المواضيع المدروسة	3
236	توزيع نسب المصادر في المواضيع المدروسة	4
240	توزيع نسب الشخصيات في المواضيع المدروسة	5
241	توزيع الاتجاهات في المواضيع المدروسة	6
242	توزيع نسب الوظائف في المواضيع المدروسة	7
243	توزيع نسب الأهداف في المواضيع المدروسة	8
245	طبيعة اللغة المستخدمة في المواضيع المدروسة	9
247	التطبيقات التفاعلية المُستخدمة في عينة الدراسة	10
249	توزيع أنواع الأساليب في المواضيع المدروسة	11
252	فئة الوسائط المتعدّدة	12
260	أوجه الاختلاف في العمل بين الصحافة الإلكترونية والورقية	13
262	دوافع الصحفيين لتفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية عن الورقية	14
264	مصادر الأسس الأخلاقية التي تعتمدها الصحيفة الإلكترونية	15
281	المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	16
284	أهم المقترحات لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	17

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
60	فئات المضمون والشكل	1
63	ترميز المحكمين	2
64	عدد الفئات التي لقيت تأييد كلِّ مُحكِّم	3
69	عدد الأسئلة التي لقيت تأييد كلِّ مُحكِّم	4
72	قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاوَر أداة الدراسة	5
76	اختيار العينة بالدورة الصناعية	6
77	تواريخ الأعداد المختارة حسب أيام الأسبوع	7
78	السّمات العامة لصحفيي الشروق أون لاين	8
209	مؤشرات تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال ومجتمع المعلومات (إحصائيات 2017)	9
215	أولى الصحف الورقية ذات النسخ الإلكترونية ظهوراً في الجزائر	10
227	البيانات الأولية للصحيفة الإلكترونية	11
227	عدد المواضيع حسب الأركان	12
229	توزيع نسب القيم في المواضيع المدروسة	13
230	توزيع مؤشرات الدقة والأمانة في المواضيع المدروسة	14
231	توزيع مؤشرات قيمة الإنصاف في المواضيع المدروسة	15
232	توزيع مؤشرات قيمة المصدقية في المواضيع المدروسة	16
233	توزيع مؤشرات قيمة الحياد في المواضيع المدروسة	17
234	توزيع مؤشرات قيمة الموضوعية في المواضيع المدروسة	18
235	توزيع مؤشرات قيمة المسؤولية في المواضيع المدروسة	19
235	توزيع مؤشرات التوازن والعدالة في المواضيع المدروسة	20
236	توزيع فئة المصادر في المواضيع المدروسة	21
237	توزيع مؤشرات المصادر الرسمية في المواضيع المدروسة	22
238	توزيع مؤشرات المصادر الشخصية في المواضيع المدروسة	23
238	توزيع مؤشرات المصادر الإلكترونية في المواضيع المدروسة	24

فهرس الجداول

239	توزيع مؤشرات المصادر الميدانية في المواضيع المدروسة	25
240	توزيع فئة الشخصيات في المواضيع المدروسة	26
241	توزيع فئة الاتجاه في المواضيع المدروسة	27
242	توزيع فئة الوظائف في المواضيع المدروسة	28
243	توزيع فئة الهدف في المواضيع المدروسة	29
245	طبيعة اللغة المستخدمة في المواضيع المدروسة	30
246	توزيع فئة التطبيقات التفاعلية في المواضيع المدروسة	31
248	صيغ نشر المواضيع تبعاً لكاتبها	32
249	توزيع فئة أنواع الأساليب في المواضيع المدروسة	33
250	توزيع مؤشرات الأساليب المنطقية في المواضيع المدروسة	34
251	توزيع مؤشرات الأساليب غير المنطقية في المواضيع المدروسة	35
252	توزيع فئة الوسائط المتعددة في المواضيع المدروسة	36
255	توزيع مؤشرات الصور الثابتة في المواضيع المدروسة	37
256	توزيع مؤشرات الأرشيف الإلكتروني في المواضيع المدروسة	38
257	مدى إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب	39
257	طرق إتقان الصحفيين لاستخدام برمجيات الحاسوب	40
258	أهمية إتقان برمجيات الحاسوب في الولوج إلى الصحافة الإلكترونية	41
258	كيفية ولوج الصحفيين إلى الصحافة الإلكترونية	42
259	مدى اختلاف العمل في الصحافة الإلكترونية عن الورقية	43
259	أوجه الاختلاف في العمل بين الصحافة الإلكترونية والورقية	44
261	دوافع الصحفيين لتفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية عن الورقية	45
263	مدى التزام الصحافة الإلكترونية بالأسس والتشريعات الأخلاقية	46
263	مصادر الأسس الأخلاقية التي تعتمد عليها الصحافة الإلكترونية	47
265	ترتيب القيم الإعلامية التي تركز عليها الصحافة الإلكترونية عند النشر	48
267	ترتيب أهم انتهاكات العمل الصحفي حسب رأي الصحفيين	49
269	ترتيب أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية	50
272	الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره	51

فهرس الجداول

274	الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل المؤسسة	52
276	الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان	53
278	الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور	54
281	المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	55
284	أهم المقترحات لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	56
287	العلاقة بين متغيري النوع وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب	57
288	العلاقة بين متغيري السن وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب	58
289	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب	59
290	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وكيفية إتقان استخدام برمجيات الحاسوب	60
291	العلاقة بين متغيري النوع وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية	61
292	العلاقة بين متغيري السن وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية	62
293	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية	63
294	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وطريقة الولوج لعالم الصحافة الإلكترونية	64
295	العلاقة بين متغيري النوع ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	65
296	العلاقة بين متغيري السن ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	66
297	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	67
298	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومدى اختلاف العمل بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	68
299	العلاقة بين متغيري النوع وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	69
300	العلاقة بين متغيري السن وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	70

فهرس الجداول

301	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	71
302	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وأوجه الاختلاف بين الصحيفة الإلكترونية والورقية	72
303	العلاقة بين متغيري النوع ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية	73
304	العلاقة بين متغيري السن ودوافع تفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية	74
305	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ودوافع تفضيل العمل في الصحافة	75
307	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ودوافع تفضيل العمل في الصحافة	76
308	العلاقة بين متغيري النوع وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية النشر	77
309	العلاقة بين متغيري السن وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية النشر الصحفي	78
310	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية النشر الصحفي	79
311	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب القيم الإعلامية المُركَّز عليها في عملية النشر الصحفي	80
312	العلاقة بين متغيري النوع وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني	81
313	العلاقة بين متغيري السن وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني	82
314	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني	83
315	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وترتيب الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني	84
317	العلاقة بين متغيري النوع وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية	85

فهرس الجداول

319	العلاقة بين متغيري السن وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية	86
321	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية	87
323	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية وأسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية	88
325	العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره	89
327	العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره	90
329	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره	91
331	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع مصادره	92
333	العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته	93
335	العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته	94
337	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته	95
339	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي داخل مؤسسته	96
341	العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان	97
343	العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان	98
345	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان	99
347	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الإعلان	100
349	العلاقة بين متغيري النوع والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور	101
352	العلاقة بين متغيري السن والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور	102

فهرس الجداول

355	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور	103
358	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي مع الجمهور	104
361	العلاقة بين متغيري النوع والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	105
363	العلاقة بين متغيري السن والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	106
365	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	107
367	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية والمعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية	108
369	العلاقة بين متغيري النوع ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	109
370	العلاقة بين متغيري السن ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	110
371	العلاقة بين متغيري الخبرة بالعمل الإلكتروني ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	111
372	العلاقة بين متغيري الدعم بالوسائل التكنولوجية ومقترحات تطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر	112

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

قائمة الملاحق

الملحق رقم (1): بطاقة فنية للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين

الملحق رقم (2): استمارة تحليلية لمضامين الصحيفة الإلكترونية

الملحق رقم (3): استمارة الدراسة الميدانية مع الصحفيين العاملين

بالشروق أون لاين

الملحق رقم (1)

بطاقة فنية للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين

بطاقة فنية للصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين

أولاً: التأسيس والتطور

تقدم بوابة "الشروق أون لاين" نفسها على موقعها الرسمي عبر رابط "حول الشروق أون لاين" بأنها موقع إخباري يصدر من الجزائر، ويوفّر تغطية آنية ومستمرة للأحداث في الجزائر والوطن العربي والعالم، باللغات العربية، الإنجليزية والفرنسية، وهو يمثّل النسخة الإلكترونية لجريدة الشروق اليومي.

تمّ إنشاء موقع إلكتروني للجريدة مع البدايات الأولى لصدورها سنة 2000، لكنّه لم يكن يحمل اسم "الشروق أون لاين" بل كان مجرد موقع بسيط يكتفي بنشر بعض المقالات المنشورة بالطبعة الورقية. ثمّ تمّ حلّ الشراكة بين المساهمين بحكم قضائي سنة 2004، لتنفرد مؤسسة الشروق للإعلام والنشر بإصدار يومية الشروق التي انطلقت منذ 2005 وإلى يومنا هذا.¹ على إثر ذلك تأسس موقع الشروق أون لاين عام 2005 بعد قرار إدارة الشروق إنشاء واجهة إلكترونية للطبعة الورقية لتمكين شريحة من القراء على الشبكة العنكبوتية وكذا الجالية الجزائرية في الخارج من الاطلاع على محتويات الجريدة.

وقد مرّ موقع الشروق أون لاين بعدة مراحل أساسية منذ تأسيسه:

1. خلال الفترة (2005-2007): كان الموقع عبارة عن واجهة إلكترونية للنسخة الورقية لصحيفة الشروق اليومي (نسخة مصورة + مقالات html). وقد شهدت هذه الفترة إنشاء نسختين باللغتين الفرنسية والإنجليزية للموقع.
2. خلال الفترة (2007-2009): تمّ تحديث الموقع من حيث الشكل والمضمون لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل ليدخل مرحلة التفاعلية، وتميزت بفتح المجال أمام القراء للتعليق على المقالات المنشورة وكذا إطلاق استفتاءات حول الأحداث والقضايا المطروحة على الساحتين الوطنية والدولية، كما تم لأول مرة فتح مساحات إخبارية بالموقع. - إنشاء منتديات الشروق والتي حالياً قرابة 200 ألف عضو وهي من أكبر المنتديات في الوطن العربي، حيث تعدّ فضاء واسعاً للقراء للنقاش وتبادل الأفكار.

¹ أمانة قجالي، التفاعلية في الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 203.

الملاحق

3. ابتداءً من 2009: شرعت إدارة الموقع في استراتيجية جديدة لتحويل الموقع إلى صحيفة إلكترونية مستقلة لمسيرة التطور الحاصل في هذا النوع الجديد من الإعلام وكذا تلبية رغبة القراء في متابعة الأحداث ساعة وقوعها بعد الانتشار الكبير للإنترنت في الجزائر وخارجها.
4. ومع بداية ثورات الربيع العربي في نهاية 2010 في تونس، ثم على طول عام 2011 في كل من مصر وليبيا واليمن وسوريا، خصّص "الشروق أون لاين" تغطية خاصة للثورات العربية، وأصبح مصدراً مهماً للأخبار حتى داخل دول الربيع العربي نفسها.
5. وفي جانفي 2012 تمّ إطلاق نسخة مطوّرة لموقع "الشروق أون لاين" على شكل بوابة إلكترونية، تتميز بتصميم جذاب وبخريطة سهلة لأقسام الموقع، كما تمّ تصنيف جميع الدول العربية في الموقع الجديد في كلمات مفتاحية وفي خريطة تفاعلية، وذلك في إطار خطة لتعزيز اهتمام الموقع بأحداث المنطقة العربية والوصول إلى القراء العرب مهما كانت جنسياتهم.
6. وفي مارس 2012 تمّ تطوير منتديات الشروق أون لاين وإطلاقها في نسخة جديدة، وربط المنتديات مع الجريدة الورقية من خلال صفحة أسبوعية ينشر فيها أعضاء المنتدى أهمّ مشاركاتهم على صفحات الجريدة الورقية، كما تمّ تعيين مشرف عام جديد ومساعد مشرف عام و22 مشرفاً فرعياً، الأمر الذي مكّن الموقع في ظرف وجيز (8 أشهر فقط) من الحصول على أكثر من 170 ألف عضو جديد، ليصل العدد الإجمالي للأعضاء إلى أكثر من 332 ألف عضو (2012).
7. وفي منتصف نفس العام تمّ إطلاق بوابة البثّ الحيّ لقناة الشروق الفضائية عبر موقع الشروق أون لاين، وهي عبارة عن بوابة تفاعلية تتيح فرصة مشاهدة القناة عبر الموقع وأيضاً مشاهدة أرشيف برامج القناة والتفاعل معها من خلال خدمة التعليقات.
8. وفي استراتيجية الموقع لعام 2013، تمّ إطلاق مجموعة من المواقع الفرعية والخدمات التفاعلية مع شرائح أخرى من مستخدمي الشبكة العنكبوتية لا تبحث فقط عن الأخبار. ويقوم تحديث الموقع على متابعة الأحداث الوطنية والدولية بشكل متواصل على مدار ساعات اليوم مع استعمال التقنيات الحديثة المستعملة في الصحافة الإلكترونية وكذا شبكات التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر، يوتيوب وغوغل بلاس).

ثانياً: فريق العمل

ويسهر على سير موقع الشروق أون لاين طاقم صحفي وتقني مجنّد على مدار الساعة، تتوزّع مهامه كالاتي:

1. قسم التحرير: يتابع الأحداث الوطنية والدولية.
2. قسم التعليقات: ويقوم بالسهر على نشر تعليقات القراء على مدار اليوم بعد معالجتها.
3. قسم تقني: يتابع سير الموقع تقنيا إلى جانب طاقم الفيديو الذي يعمل بالتنسيق مع هيئة التحرير.

ثالثاً: إحصائيات وإنجازات

الشروق أون لاين واحد من أكبر 1500 موقع في العالم حسب إحصائيات شبكة أليكسا المتخصصة في حساب ترتيب المواقع العالمية، ويحتل الموقع المرتبة 14 بين المواقع الإخبارية في الجزائر، كما يشير موقع أليكسا في آخر إحصائياته إلى أنّ مُدّة بقاء الزوار في الموقع قد بلغت 36:4، ونسبة حركية البحث قُدّرت بنسبة 25,5%، أما فيما يخص عدد المواقع التي تشير إلى موقع الشروق أون لاين في مضامينها عن طريق الروابط التشعبية فقد بلغ 2 085 موقعاً².

فاز موقع الشروق أون لاين عام 2011 بجائزة مجلة فوريس كثاني أكبر المواقع العربية تأثيراً على الشبكة العنكبوتية مُتقدِّماً بمركز واحد عن تصنيف العام 2010، أين حلّ في المركز الثالث عربياً، واعتلى الموقع منصّة التتويج للمرة الثالثة على التوالي في تصنيف عام 2012، ويُعتبر الموقع الوحيد في الجزائر والمغرب العربي الذي يعتلي منصّة التتويج في هذه المسابقة العالمية. وقد فاز صحافيو البوابة بالمرتبة الأولى 4 مرّات على التوالي بجائزة نجمة للإعلام في الجائزة الخاصة بالصحافة الإلكترونية (2012-2013-2014-2015)³.

وقد فوجئ مجمّع الشروق، مؤخراً، بمأساة كبيرة بوفاة رئيسه "علي فوضيل" بتاريخ 24 أكتوبر 2019 إثر وعكة صحّيّة أصابته منذ أيّام بفرنسا، خضع على إثرها للعناية الطبية المكثّفة. فرحم الله الفقيد.

² <https://www.alexa.com/topsites/countries/DZ> visité le : 07/09/19 - 15 :21

³ مطوية حول بوابة الشروق أون لاين، مُنحزة من طرف طاقم بوابة الشروق الإلكترونية، جانفي 2016.

الملحق رقم (2)

استمارة تحليلية لمضامين الصحيفة الإلكترونية

الملاحق

استمارة تحليل المحتوى

البيانات الأولية:

اسم الصحيفة: الشروق أون لاين

نوع الصحيفة: خاصة

الأعداد: يمتد التحليل على 12 عدداً موزعاً خلال سنة كاملة (من 1 جانفي 2018 إلى 25 جانفي 2019)

باستعمال عينة الأسبوع الصناعي.

I. فئات المحتوى (ماذا قيل)

1. فئة القيم	العبارات	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم
المصدقية	- توظيف المصادر الرسمية - تنوع المصادر - التعريف بمصادر المعلومات قدر الإمكان - احترام الحقوق الأدبية والملكية الفكرية - الابتعاد عن المصادر المجهولة			

الملاحق

			<ul style="list-style-type: none"> - عرض مختلف الآراء - عدم التركيز على وجهة نظر واحدة - الفصل بين الرأي والخبر - إبراز الحقائق 	الموضوعية
			<ul style="list-style-type: none"> - عدم استعمال العبارات الدالة على الرأي - توثيق الوقائع - تجنب الأحكام المسبقة 	الحياد
			<ul style="list-style-type: none"> - نشر الأخبار التي تهم الصالح العام - تجنب التبسيط الزائد للقضايا والأحداث - الالتزام بالتصحيح عند الخطأ - احترام قيم المجتمع وأخلاقه 	المسؤولية
			<ul style="list-style-type: none"> - التأكد من صحة المعلومات - تجنب التلاعب بالصور والأصوات - نسب المعلومات إلى مصادرها الأصلية 	الدقة والأمانة

الملاحق

			<ul style="list-style-type: none"> - احترام كرامة الإنسان - حماية خصوصية الأفراد - تجنب التشهير بالأفراد - فتح المجال للردود 	الإينصاف
			<ul style="list-style-type: none"> - توفير نطاق واسع من المعلومات - التركيز على الأخبار ذات الأهمية والقيمة 	التوازن والعدالة في عرض الأخبار
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس		2. فئة المصادر
			<ul style="list-style-type: none"> - إطارات في الدولة - هيئات حكومية - الأرشيف - وسائل إعلامية رسمية 	مصادر رسمية
			<ul style="list-style-type: none"> - مصادر سرية غير مُصرّح بها - مصادر مجهولة - شهود عيان 	مصادر شخصية

الملاحق

			<ul style="list-style-type: none"> - الإحالة إلى مواقع إلكترونية - الإحالة إلى مدونات شخصية - الإحالة إلى صفحات على مواقع التواصل الاجتماعي 	مصادر إلكترونية
			<ul style="list-style-type: none"> - تواجد الصحفي في أرض الميدان - المباشر 	مصادر ميدانية
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس		3. فئة الشخصيات
			<ul style="list-style-type: none"> - تحقيق قيمة القرب الجغرافي - الانتماء - فاعلية الشخصية في المجتمع - الإثارة في تقديم الشخصية 	شخصيات وطنية
			<ul style="list-style-type: none"> - أهمية الشخصية إقليمياً - علاقة الشخصية بالمتغير المحلي 	شخصيات إقليمية
			<ul style="list-style-type: none"> - أهمية الشخصية دولياً - علاقة الشخصية بالمتغير المحلي 	شخصيات دولية

الملاحق

				4. فئة الاتجاه
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	وجود عبارات في النص تدلّ على الاتجاه الإيجابي (المؤيد) نحو الموضوع المطروح	إيجابي
			الاكتفاء بتقديم الموضوع دون إظهار أي وجهة نظر أو اتجاه	حيادي
			وجود عبارات في النص تدلّ على الاتجاه السلبي (المعارض) نحو الموضوع المطروح	سلبي
				5. فئة الوظائف
رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	إنشاء وعي سياسي لدى المتصفح تجاه القضايا السياسية الوطنية والدولية بهدف تكوين رأي عام واعي.	وظيفة سياسية
			نقل المعلومات والأخبار للمتصفح	وظيفة إخبارية
			تعزيز روح الجماعة والانتماء لدى أفراد المجتمع	وظيفة اجتماعية
			إطلاع المتصفح على الأخبار الاقتصادية وتبسيطها بحيث يمكن للمتلقي مهما كان مستواه اتخاذ قرار اقتصادي سليم	وظيفة اقتصادية

الملاحق

رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	6. فئة الهدف
			تعبوي
			تعبوي تحسيسي
			تنظيمي

II. فئات الشكل (كيف قيل)

رأي المحكم	لا تقيس	تقيس	العبارات	1. فئة الأساليب
			<ul style="list-style-type: none"> - لغة سليمة خالية من الأخطاء - لغة إعلامية تراعي مستوى الجمهور - تجنب المفردات والجمل التي تحمل أكثر من معنى - استخدام أكثر من لغة 	اللغة المستخدمة

الملاحق

			<p>- تطبيقات التفاعل مع المحتوى (تفتح المجال أمام المُستخدم للتفاعل مع المحتوى المُقدّم في إطار احترام الأخلاقيات)</p> <p>- تطبيقات التفاعل مع المحرّرين (تفتح المجال أمام المُستخدم للتفاعل مع المحرّرين والقائمين على الصحيفة الإلكترونية في إطار احترام الأخلاقيات)</p> <p>- تطبيقات الاتصال الشخصي بين المُستخدمين (تفتح المجال أمام الزوار والمُستخدمين للتفاعل والتعبير عن آرائهم وتوجهاتهم في إطار احترام الأخلاقيات)</p>	التطبيقات التفاعلية
			<p>- الأساليب المنطقية</p> <p>- الأساليب غير المنطقية</p>	أنواع الأساليب
رأي المحكّم	لا تقيس	تقيس	العبارات	2. فئة الوسائط المتعدّدة
			<p>- الإثارة</p> <p>- العنف والجريمة</p>	صور ثابتة

الملاحق

			<ul style="list-style-type: none"> - توظيف صور أصلية غير مركبة - اعتماد صور مُحَسَّنَة فَنِيًّا 	
			<ul style="list-style-type: none"> - المقاطع الساخرة - المقاطع غير المرخص بها - مؤثرات (الجرافيكس) التي تعطي انطباعاً غير واقعي - الإشارة في حالة إعادة تمثيل الأحداث والوقائع 	الفيديو
			<ul style="list-style-type: none"> - الأرشيف pdf - الأرشيف html 	الأرشيف الإلكتروني

الملحق رقم (3)

استمارة الدراسة الميدانية مع الصحفيين العاملين

بالشروق أون لاين

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة -

كلية أصول الدين

قسم الدعوة والإعلام والاتصال

استمارة استبيان حول

أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية

-دراسة تحليلية وميدانية لصحفي الشروق أون لاين-

أطروحة مُكمّلة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص صحافة

إشراف الدكتورة

د. رقية بوسنان

إعداد الطالبة

وسام شبيبي

ملاحظة

المعلومات المُصرّح بها من طرفكم سرّية ولن تُستخدم إلا في إطار البحث العلمي
لذا نرجو منكم التأني في القراءة، والإجابة بكل صدق وأمانة حتى تُحقّق الدراسة
الأهداف التي تصبو إليها.

السنة الجامعية: 2019/2018

الملاحق

المحور الأول: وظيفة الصحفي في الصحافة الإلكترونية

1- هل تتقن استخدام برمجيات الحاسوب

نعم لا

في حالة الإجابة بنعم، كيف تمكّنت من إتقان برمجيات الحاسوب:

- هل تلقّيت تكويناً سابقاً
- هل تلقّيت تدريباً مُعتمداً من طرف المؤسسة
- هل هي خبرة ذاتية
- أخرى

2- هل ساعدك إتقانك لهذه البرمجيات في الولوج إلى عالم الصحافة الإلكترونية؟

نعم لا

3- إذا كنت الإجابة بنعم، فهل ولوجك لعالم الصحافة الإلكترونية كان بـ:

- استدعاء من المؤسسة الصحفية
- طلب توظيف في المؤسسة الصحفية
- الانتقال من الصحافة المكتوبة إلى الإلكترونية
- أخرى.....

4- هل يختلف العمل في الصحيفة الإلكترونية عنه في الورقية؟

بشكل كلي قليلا لا يختلف

في حالة وجود اختلاف، ما هي أوجه هذا الاختلاف: (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- سهولة أكثر وسرعة في العمل
- تعدّد مهام الصحفي
- زيادة مسؤوليات الصحفي

الملاحق

- وجوب التحديث الدائم للمعلومات
- تمتاز بالعمل الفردي
- ارتفاع أكبر في العمل
- نقص الرقابة الخارجية
- التفاعل الفوري مع القراء
- أخرى •

5- حسب رأيك، ما الذي يدفع الصحفي لتفضيل العمل في الصحافة الإلكترونية؟

- انتشار استخدام الصحافة الإلكترونية بين أفراد المجتمع
- عدم وجود صحفيين مكونين أساساً لهذا الغرض
- زيادة في الأجر
- اكتساب المزيد من الخبرة
- الميل الشخصي
- دعم التفاعل مع القراء بشكل أكبر من الصحف التقليدية
- أخرى •

المحور الثاني: الالتزام بالتشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية

6- هل تلتزم صحيفتكم بأسس أو تشريعات أخلاقية؟

- نعم لا

7- ما هي مصادر الأسس الأخلاقية التي تعتمد عليها صحيفتكم الإلكترونية؟

- التشريعات الإعلامية بالجزائر
- ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر
- ميثاق داخلي لمؤسستكم
- القيم الاجتماعية ومبادئ الضمير المهني

الملاحق

• ميثاق خاص بالصحيفة الإلكترونية

• أخرى

8- رتب (من 1 إلى 7) القيم الإعلامية التي تركزون عليها في عملية النشر الصحفي؟

• المصداقية

• الموضوعية

• الحياد

• المسؤولية

• الدقة والأمانة

• الإنصاف

• التوازن والعدالة في عرض الأخبار

9- رتب (من 1 إلى 8) أهم الانتهاكات التي تخل بالعمل الصحفي الإلكتروني من وجهة نظرك؟

السب والقذف

انتهاك أسرار الحياة الخاصة

إفشاء أسرار أمن الدولة الداخلي والخارجي

إفشاء أسرار العدالة

نشر الأخبار الكاذبة

الدعوة إلى قلب النظام

عدم الانصياع للقوانين

التحريض على الجريمة

الملاحق

10- رتّب (من 1 إلى 10) أسباب انتشار الانتهاكات الأخلاقية في الصحافة الإلكترونية

- غياب حرية العمل الصحفي
- نقص المواد القانونية الضابطة للعمل الإلكتروني
- نقص في تكوين وخبرة الصحفيين
- نقص عدد العاملين في الصحافة الإلكترونية
- غياب الرقابة الذاتية
- غياب الرقابة القبلية في المؤسسة
- السرعة في النشر التي يفرضها الفضاء الإلكتروني
- غياب نقابة مهنية للعاملين في الصحافة الإلكترونية
- قلّة العائد المادي
- تدخّل الجمهور في صناعة المحتوى المنشور

المحور الثالث: الاتجاه نحو أخلاقيات الصحفي في الصحافة الإلكترونية

11- فيما يلي عدد من العبارات التي ذكرها بعض الصحفيين عن الأخلاقيات السائدة التي يتعامل من

خلالها الصحفي مع مصادره، يُرجى تحديد مدى موافقتك على كل منها:

الرقم	العبارات	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
1	يلتزم الصحفيون بعدم الحصول على المعلومات أو نشرها من خلال استخدام أساليب ملتوية وغير مشروعة				
2	يُعرّف الصحفي عن نفسه عند إجراء التحقيقات لدى أي جهة كانت				

الملاحق

					3 يلتزم الصحفي بالسِر المهني
					4 يُسند الصحفي المعلومات إلى مصادرها
					5 يحترم الصحفي الحقوق الأدبية والملكية الفكرية
					6 يتحرى الصحفي اللجوء إلى المصادر الموثوقة
					7 يعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للمعلومات والأخبار

12- فيما يلي عدد من العبارات التي ذكرها بعض الصحفيين عن الأخلاقيات السائدة التي يتعامل من خلالها الصحفي داخل المؤسسة، يُرجى تحديد مدى موافقتك على كل منها:

الرقم	العبارات	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
1	يحترم حقوق الزمالة داخل الأسرة المهنية				
2	يقدم المساعدة للزملاء دون مقابل				
3	يحترم التدرج المهري للمسؤولية في مؤسسته				
4	يسرق عمل زميله وينسبه إلى نفسه				

الملاحق

13- فيما يلي عدد من العبارات التي ذكرها بعض الصحفيين عن الأخلاقيات السائدة التي يتعامل من خلالها الصحفي مع الإعلان، يُرجى تحديد مدى موافقتك على كل منها:

الرقم	العبارات	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
1	يلتزم بعدم الخلط بين المادة التحريية والإعلان				
2	يلتزم بالتميز بين الرأي والمعلومة				
3	يتأكد من الحقائق والأرقام الواردة في الإعلانات				
4	يلتزم بعدم نشر الإعلانات السياسية التي تقدمها الهيئات الأجنبية				
5	يلتزم بعدم نشر الإعلانات ذات المحتويات غير الأخلاقية				

14- فيما يلي عدد من العبارات التي ذكرها بعض الصحفيين عن الأخلاقيات السائدة التي يتعامل من خلالها الصحفي مع الجمهور، يُرجى تحديد مدى موافقتك على كل منها:

الرقم	العبارات	الاتجاه			
		موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة
1	يحترم الصحفي خصوصيات الأفراد				
2	يحترم عقل الإنسان وكرامته				
3	يلتزم بعدم التشهير بالأفراد				
4	يلتزم بعدم السب والشتيم والقذف				
5	يلتزم بعدم تركيب الصور للأشخاص واستخدامها بحيث تحط من قيمتهم أو تشوه سمعتهم				
6	يمنح حق الرد للأفراد على أي معلومات غير صحيحة				

الملاحق

					يلتزم بعدم مقابلة الأطفال والتقاط صور لهم دون موافقة أولياء أمورهم	7
					يُدافع عن حقوق المرأة	8
					يتواصل مع الجمهور عبر التطبيقات التفاعلية المتاحة	9

المحور الرابع: تحديات الصحافة الإلكترونية في الجزائر

15- حسب رأيكم، ما هي المعوقات التي تواجه العمل في الصحافة الإلكترونية؟
(يمكن اختيار أكثر من إجابة)

قلة الخبرة المهنية للصحفيين

ضعف المستوى العلمي

البعد عن التخصص

نقص التكوين والتدريب

ضغوطات رقابية من طرف المؤسسة الإعلامية

نقص الإمكانيات المادية

صعوبات في التأكد من مصداقية المصادر والمعلومات

نقص في المواد الخاصة بالصحافة الإلكترونية في قانون الإعلام

غياب هيئة خاصة بالرقابة على الصحافة الإلكترونية

غياب ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الصحافة الإلكترونية

نقص في الإقبال على الصحافة الإلكترونية

نقص الوعي تجاه التفاعل مع المضامين المنشورة

أخرى

الملاحق

16- ما هي مقترحاتكم لتطوير العمل في الصحافة الإلكترونية بالجزائر؟

.....

.....

.....

المحور الخامس: معلومات شخصية

- 17- النوع: ذكر أنثى
- 18- السن: أقل من 25 سنة من 25 إلى أقل من 35
- من 35 إلى أقل من 45 أكثر من 45 سنة
- 19- الخبرة بالعمل الإلكتروني: أقل من 3 سنوات من 3 إلى 6 سنوات
- أكثر من 6 سنوات
- 20- الدعم بالوسائل التكنولوجية: متوفر غير متوفر

جامعة الأميرة
عبد القادر للعالم الإسلامي

تستهدف هذه الدراسة الموسومة بـ "أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية - دراسة تحليلية وميدانية الشروق أون لاين" أنموذجا- الوقوف على مدى التزام الصحفيين العاملين بالصحيفة الإلكترونية الشروق أون لاين بأخلاقيات الممارسة الإعلامية من خلال شقيها التحليلي والميداني.

وبما أنّ هذه الدراسة تستهدف وصف وتحليل أخلاقيات مهنة الصحافة في الفضاء الإلكتروني، فهي تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية، استخدمت فيها الباحثة منهج المسح الإعلامي على كل من المضامين المنشورة والقائم بالاتصال، فعلى مستوى المضامين، قامت الباحثة بتحليل المنشورات لسنة كاملة على الموقع الإلكتروني "الشروق أون لاين" بالاعتماد على عينة الأسبوع الصناعي، أما على مستوى القائم بالاتصال، فقد وزّعت الباحثة استمارات استبيان على جميع الصحفيين العاملين بالموقع، البالغ عددهم 20 مفردة، وتمت معالجة النتائج إحصائياً عبر حزمة برنامج Spss.v25 للتحليل الإحصائي.

وقد أظهرت الدراسة في جانبها التحليلي والميداني القيم التي يعتمد عليها الصحفي أساساً كمرجعية أخلاقية في نشر الأخبار والمعلومات، وكذا أهم الانتهاكات الأخلاقية التي تقع فيها الصحف الإلكترونية اليوم، إضافة إلى عرض مجموعة من المقترحات للنهوض بالصحافة الإلكترونية الجزائرية.

Résumé

Cette étude, intitulée "Éthique de la pratique des médias dans le journalisme électronique Algérien - Etude analytique et de terrain des journalistes d'Echorouk Online", a pour objectif d'étudier l'engagement des journalistes d'Echorouk Online à respecter l'éthique durant l'exercice de leur fonction à travers l'aspect analytique et celui du terrain.

Et vu que cette étude vise à décrire et à analyser l'éthique du journalisme dans le cyberspace, elle fait partie des études descriptives analytiques, dans lesquelles le chercheur a utilisé une méthodologie d'enquête auprès des médias portant à la fois sur le contenu publié et sur le chargé de communication; en ce qui concerne les contenus, le chercheur a adopté dans l'analyse l'échantillonnage par rotation, quant au chargé de communication, le chercheur a distribué des questionnaires aux 20 journalistes qui travaillent sur site web, et les résultats ont été traités statistiquement dans le package Spss.v25 pour l'analyse statistique.

L'étude, dans ses aspects analytiques et de terrain, a montré les valeurs dont les journalistes dépendent principalement comme une référence morale dans la diffusion de l'information, ainsi que les violations éthiques les plus importantes dans lesquelles les journaux électroniques tombent aujourd'hui, ainsi qu'une série de propositions pour l'avancement du journalisme électronique algérien.

Abstract

This study, entitled 'Ethics of Media Practice in the Algerian Electronic Journalism - An Analytical and Field Study of Echorouk Online Journalists', aims to investigate the commitment of Echorouk Online journalists to the ethics of media practice through its analytical and field segments.

Since this study aims to describe and analyze the ethics of journalism in cyberspace, it belongs to analytical descriptive studies, in which the researcher used a media survey methodology on both the published content and the charged of communication. On one hand, the content of one year published contents on the website of Echorouk Online was analyzed using the rotation sample. On the other hand, the researcher distributed questionnaires to all 20 journalists working on the web site, and the results were statistically processed through the Spss.v25 package for statistical analysis.

The study, in its analytical and field aspects, showed the values on which journalists depend primarily as a moral reference in the dissemination of news and information, as well as the most important ethical violations in which electronic newspapers fall today, as well as a series of proposals for the advancement of Algerian electronic journalism.