



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



الرقم التسلسلي:...../ 2024

رقم التسجيل ط1: 191935006853

رقم التسجيل ط2: 191935006654

أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة
دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن"

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

فريدة فلاك

إعداد الطالبتين:

هبة الرحمان مهبوي

ريما رحماني

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الصفة	الجامعة
ا. د رضوان بوقرة	أستاذ دكتور	رئيساً	جامعة محمد بوضياف المسيلة
د. فريدة فلاك	أستاذ محاضر	مشرفاً ومقرراً	المركز الجامعي بربكة
أ. د عبد الزراق غزال	أستاذ دكتور	ممتحناً	جامعة محمد بوضياف المسيلة

السنة الجامعية: 2023، 2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

الحمد لله حياً وشكراً وامتناناً على البدء والختام
بسم الله الرحمن الرحيم (وَأَخِرُ دَعْوَاهُمْ أَنِ الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ)

صدق الله العظيم

ابتدأت بطموح وانتهيت بنجاح

أهدي جهدي وعملي إلى:

من زين اسمي بأجمل الألقاب، إلى من استمد منه قوتي واعتزازي

بذاتي إلى الذي لا ينطفئ نوره بقلبي أبداً

"أبي الغالي"

إلى من جعل الله الجنة تحت أقدامها، إلى من كانت دعواتها الصادقة سر نجاحي

إلى الإنسانية العظيمة التي لطالما تمننت أن تقر عينها لرؤيتي في يوم كهذا

أمي الغالية"

إلى من كانوا عوناً لي في رحلة بحثي وخيرة أيامي وصفوتها

إلى أخي الغالي وأخواتي الغاليات الكل باسمه وأولاد وبنات أخواتي "نزيم، دارين،

وتين، سجي، إيفا"

إلى من كاتفنتني ونحن نشق طريق معاً نحو النجاح في مسيرتنا العلمية

رفيقة دربي "ريما رحماني"

وإلى كل الأحباء ومن كانوا لي عوناً وسنداً في حياتي

ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي وإليكم أهدي هذا النجاح.

"هبة الرحمان مهوبي"

الإهداء

أهدي عملي وجهدي إلى من كانت الداعم الأول لتحقيق طموحي

إلى من كانت ملجأ يدي اليمنى في هذه المرحلة

إلى من أبصرت بها الطريق، حياتي، واعتزازي بذاتي

إلى القلب الحنون إلى من كانت دعواتها تحيطني أهدي تخرجي لكي "أمي الحبيبة"

وقرة عيني إخوتي "عليلو، سلامة"

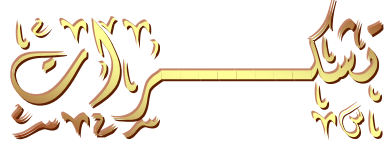
وإلى زهراتي أخواتي "وفاء وخديجة ومريم ولويزة"

وإلى أولاد وبنات أخواتي "ملاك ووائل وريحانة وطه وريتاج وأسيد"

وإلى من تطيب الأوقات بصحبتهما ويصبح لكل شيء معنى أعمق

بضحكتها "هبة الرحمان ميهوبي".

ريما رحماني



الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

نحمد الله ونشكره على سداده وتوفيقه لنا لإنجاز هذا العمل الخالص لوجهه

الكريم، سبحانه ما أعظم شأنه

نتقدم بالشكر والتقدير والاحترام إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة "فريدة فلاك"

التي أفادتنا بمعلوماتها القيمة وزودتنا بنصائح ووجيهة، ولم تبخل علينا

بإرشاداتها القيمة ونرجو من الله أن يجازيها بالأجر والثواب

كما نتقدم بالشكر والعرفان إلى أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال الذين

رافقونا طوال مشوارنا الدراسي، وإلى كل من ساهم في هذا العمل.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	إهداء
	شكر وعرقان
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس الملاحق
أ - ب	مقدمة
الفصل الأول: البناء الفكري والمنهجي للدراسة	
04	1. البناء الفكري للدراسة
04	1. 1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
04	1. 1. 1. إشكالية الدراسة
04	1. 1. 2. تساؤلات الدراسة
05	1. 2. أسباب اختيار الموضوع، أهدافه وأهميته
05	1. 2. 1. أسباب اختيار موضوع الدراسة
05	1. 2. 2. أهداف الدراسة
05	1. 2. 3. أهمية الدراسة
06	1. 3. تحديد مفاهيم الدراسة
10	2. المقاربة المنهجية للدراسة
10	2. 1. نوع ومنهج الدراسة
10	2. 1. 1. نوع الدراسة
10	2. 1. 2. منهج الدراسة
11	2. 2. مجتمع وعينة الدراسة
11	2. 2. 1. مجتمع الدراسة
12	2. 2. 2. عينة الدراسة
13	2. 3. أداة الدراسة
14	2. 4. حدود الدراسة ومجالاتها
14	2. 5. الدراسات السابقة
18	2. 5. 1. التعقيب على الدراسات السابقة
19	2. 5. 2. أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة

فهرس المحتويات

19	3. المقاربة النظرية للدراسة
19	3. 1. نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
19	3. 1.1. الجذور التاريخية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
21	3. 1. 2. المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
22	3. 1. 3. الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام
22	3. 1. 4. جوانب استفادة الدراسة من النظرية
23	4. صعوبات الدراسة
الفصل الثاني: الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في وسائط الاتصال الجديدة	
25	تمهيد
25	1. ماهية الوسائط الاتصالية الجديدة
25	1. 1. ثورة الأنترنت وظهور الوسائط الاتصالية الجديدة
26	1. 2. مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة
27	1. 3. نشأة الوسائط الاتصالية الجديدة
28	1. 4. خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة
30	1. 5. وظائف الوسائط الاتصالية الجديدة
31	1. 6. تطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة
32	2. الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في الوسائط الاتصالية الجديدة
32	2. 1. مفهوم الأخلاقيات المهنية والممارسة الإعلامية
34	2. 2. نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية
35	2. 3. أهمية وأهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية
36	2. 4. مبادئ مواثيق أخلاقيات المهنة والقيم الأخلاقية في العمل الإعلامي
40	2. 5. مصادر أخلاقيات العمل الإعلامي
41	2. 6. أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القوانين الجزائرية
43	2. 7. أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الاتصال الجديدة
44	2. 8. تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة
46	خلاصة
الفصل الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة	
48	تمهيد
49	1. الخطوات المنهجية لتحليل المضمون: (فئات التحليل ووحداته)
49	1. 1. فئات التحليل

فهرس المحتويات

54	1. 2. وحدات التحليل
54	2. عرض وتحليل البيانات
54	2. 1. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفئات الشكل
59	2. 2. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفئات المضمون
74	3. نتائج الدراسة
77	الخاتمة
80	قائمة المراجع
88	الملاحق
102	الملخص

فهرس الجدول والأشكال

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول		
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	المجتمع الكلي للدراسة	11
02	عينة الدراسة محل التحليل	13
03	القالب الفني لموضوعات صحيفة "الجزائر الآن"	54
04	اللغة المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن"	55
05	العناصر الداعمة في صحيفة "الجزائر الآن"	56
06	أنماط الوسائط المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن"	57
07	الجمهور المستهدف في صحيفة "الجزائر الآن"	58
08	طبيعة الموضوع في صحيفة "الجزائر الآن"	59
09	القيم الإخبارية في صحيفة "الجزائر الآن"	61
10	المصدر في صحيفة "الجزائر الآن"	62
11	الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية في صحيفة "الجزائر الآن"	63
12	الأخلاقيات اتجاه المجتمع في صحيفة "الجزائر الآن"	65
13	الأخلاقيات اتجاه الدولة في صحيفة "الجزائر الآن"	67
14	الأخلاقيات اتجاه الأفراد في صحيفة "الجزائر الآن"	69
15	الأخلاقيات اتجاه المهنة في صحيفة "الجزائر الآن"	70
16	الأخلاقيات اتجاه الإعلان في صحيفة "الجزائر الآن"	72
17	تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية في صحيفة "الجزائر الآن"	73
فهرس الأشكال		
الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	القالب الفني لموضوعات صحيفة "الجزائر الآن"	54
02	اللغة المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن"	56
03	العناصر الداعمة في صحيفة "الجزائر الآن"	57
04	أنماط الوسائط المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن"	58
05	الجمهور المستهدف في صحيفة "الجزائر الآن"	58
06	طبيعة الموضوع في صحيفة "الجزائر الآن"	59
07	القيم الإخبارية في صحيفة "الجزائر الآن"	61
08	المصدر في صحيفة "الجزائر الآن"	62
09	الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية في صحيفة "الجزائر الآن"	64

فهرس الجداول والأشكال

65	الأخلاقيات اتجاه المجتمع في صحيفة "الجزائر الآن"	10
67	الأخلاقيات اتجاه الدولة في صحيفة "الجزائر الآن"	11
69	الأخلاقيات اتجاه الأفراد في صحيفة "الجزائر الآن"	12
71	الأخلاقيات اتجاه المهنة في صحيفة "الجزائر الآن"	13
72	الأخلاقيات اتجاه الإعلان في صحيفة "الجزائر الآن"	14
73	تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية في صحيفة "الجزائر الآن"	15

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق		
الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
88	صورة لبعض الأخبار في الشأن المحلي لصحيفة "الجزائر الآن"	01
88	صورة لبعض الأنواع الصحفية لصحيفة "الجزائر الآن"	02
89	صورة لبعض الأخبار في الشأن الدولي لصحيفة "الجزائر الآن"	03
90	استمارة تحليل المضمون	04
98	تصريح الالتزام بقواعد النزاهة العلمية	05
100	وثيقة إيداع مذكرة ماستر	06

مقدمة

شهدت المجتمعات تغيرات وتطورات جديدة مع ظهور الأنترنت مما أتاح خلق مجتمعات افتراضية مكنتها من تبادل المعلومات والخبرات والمعارف من خلال تكنولوجيا الاتصال الحديثة المتمثلة في أجهزة الحواسيب وشبكات المعلومات مما جعلها قرية كونية رقمية، وقد برزت التطورات التكنولوجية خاصة في مجال الإعلام والاتصال وعرفت تحولات جذرية شملت مختلف الميادين وغيرت من أنماط الممارسات الإعلامية إلى أساليب جديدة مغايرة لم تكن معتمدة من قبل الوسائل التقليدية، وهذا ما أفرز معالم جديدة وفرت أشكال مختلفة من الممارسات ساهمت في تدفق المعلومات بشكل متزايد كالصحف الإلكترونية والمنتديات الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي وهذا ما يعرف بالوسائط الاتصالية الجديدة. هذه الأخيرة ظهرت في القرن الواحد والعشرين بوصفها كافة التقنيات المتطورة التي تسمح بالتواصل بين الأفراد والتفاعل فيما بينهم لكونها تمتاز عن غيرها من التقنيات بخصائص غير معهودة ما جعل الاعتماد عليها يتزايد، وذلك لحدوثها وتماشيا مع التطورات الحاصلة، وهذا ما أدى إلى طفرة هائلة في الإعلام غيرت بشكل كبير في إعداد وإنجاز وتقديم المادة الإعلامية بطرق عديدة ومتنوعة وسمحت للصحفيين بإنتاج مضامين ومحتويات ونقل الأفكار والمعلومات والاتجاهات الفكرية وتوليد المعارف، وعليه أصبحت هذه الأدوات من الأساسيات التي يستخدمها الإعلاميين في العصر الحالي من خلال دمجها في عملهم المبدئي بحيث سهلت عليهم الممارسات الإعلامية مقارنة بالممارسة التقليدية، إلا أن توظيف هذه التقنيات أدى إلى بروز إشكالات تتعلق بأخلاق الممارسة في هذا الفضاء الرقمي الهلامي المتجاوز لحدود الزمان والمكان، ولهذا أصبح من الضروري التركيز على المعايير والمبادئ والأخلاقيات التي تحكم الاشتغال عبر هذه الوسائط، باعتبار أن الأخلاقيات مسألة تشكل مركزاً وجوهراً أساسياً في تنظيم العمل الإعلامي من خلال وضعها لمعايير توجيهية يعمل بها الصحفي أثناء أداء مهنته في البيئة الرقمية وهذا يتطلب إطاراً تشريعياً وأخلاقياً مهماً.

لقد أصدرت السلطات في الجزائر جملة من القوانين التي تضبط الممارسة الإعلامية من بينها قانون الإعلام 2012، قانون السمععي البصري 2014، والمرسوم التنفيذي 20-332 للإعلام الإلكتروني لتساهم في أخلاق المهنة الصحفية، غير أن هذه القوانين التنظيمية خاصة أكثر بوسائل الإعلام التقليدية واسقطت على الوسائط الاتصالية الجديدة في سبيل الحفاظ على تماسك واحترام حدود المهنة التي تتعرض بشكل يومي لمختلف أشكال المخالفات والانحرافات. وعليه تأتي هذه الدراسة لتبحث أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر وسائط الاتصال الجديدة.

وقد تم تقسيم دراستنا إلى فصول ثلاثة إضافة إلى مقدمة وخاتمة، في المقدمة عرضنا الإطار العام للدراسة، وتضمن الفصل الأول الجانب المنهجي، حيث خصص للبناء الفكري والمنهجي للدراسة وتضمن تقديم للإشكالية، المعالجة المنهجية للإشكالية (أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهداف الدراسة،

تحديد مفاهيم الدراسة، نوع ومنهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، وأداة الدراسة، الدراسات السابقة ثم المقاربة النظرية للدراسة، صعوبات الدراسة)، وقد خصصنا الفصل الثاني للمعالجة النظرية للمتغيرين المستقل والتابع والمتعلق بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الاتصالية الجديدة حيث تضمن العناصر التالية: أول عنصر ماهية الوسائط الاتصالية الجديدة وتم فيه تناول ثورة الأنترنت وظهور الوسائط الاتصالية الجديدة، مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة، نشأتها، خصائصها، وظائفها، تطبيقاتها، أما العنصر الثاني: فقد تناول الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في الوسائط الاتصالية الجديدة، من خلال مفهوم الأخلاقيات المهنية والممارسة الإعلامية، نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية، أهمية وأهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية، مبادئ ميثاق أخلاقيات المهنة والقيم الأخلاقية في العمل الإعلامي، مصادر أخلاقيات العمل الإعلامي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القوانين الجزائية، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الاتصال الجديدة، تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، في حين تناول الفصل الثالث الجانب التطبيقي للدراسة تم فيه عرض وتحليل البيانات ثم نتائج الدراسة وتوصياتها، لتأتي الخاتمة وقائمة المراجع.

الفصل الأول

البناء الفكري والمنهجي للدراسة

1. البناء الفكري للدراسة

1.1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1.2. أسباب اختيار الموضوع، أهدافه وأهميته

1.3. تحديد مفاهيم الدراسة

2. المقاربة المنهجية للدراسة

2.1. نوع ومنهج الدراسة

2.2. مجتمع وعينة الدراسة

2.3. أداة الدراسة

2.4. حدود الدراسة ومجالاتها

2.5. الدراسات السابقة

3. المقاربة النظرية للدراسة

4. صعوبات الدراسة

1. البناء الفكري للدراسة

1.1 إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

1.1.1 إشكالية الدراسة:

في الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي اللامتناهي، أصبحت البيئة الرقمية الجديدة جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. والتي تحوي مجموعة متنوعة من الوسائط الاتصالية الجديدة، والمنصات الرقمية مثل وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات، المواقع الإخبارية الإلكترونية، والبودكاست، ومع تزايد انتشار وسائط الاتصال الجديدة أصبح الأمر يتطلب التزاماً بقواعد وأخلاقيات الممارسة الإعلامية. ففي هذه الوسائط يتم تبادل المعلومات بسرعة فائقة وعلى أوسع نطاق، مما يزيد من مسؤولية وضرورة احترام القيم الأخلاقية وتطبيقها في نشر المحتوى على الإنترنت. لأن هذا التحول الجذري في طريقة إنتاج واستهلاك المعلومات يطرح إشكالات جديدة فيما يتعلق بأخلاقيات الممارسة الإعلامية.

وإذا جئنا للحديث عن الأخلاقيات الإعلامية التي توجه العمل الإعلامي نحو التزام الحقيقة، النزاهة، المسؤولية، والمصداقية واحترام خصوصية الأفراد وغيرها، والتي أدت مع ظهور وسائط الاتصال الجديدة إلى تداخل الأدوار التقليدية للإعلاميين والجمهور، مما يخلق بيئة إعلامية تفاعلية تتطلب تحديثاً وتطويراً لمعايير الأخلاقيات الإعلامية.

وتبرز وسائط الاتصال الجديدة تحديات فريدة من نوعها، مثل انتشار الأخبار الزائفة والمعلومات المضللة خاصةً مع الانتشار الواسع لأدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي واستخدام الكثير منها في الجوانب السالبة، إلى جانب قضايا الخصوصية، حقوق الملكية الفكرية، والضغط لتحقيق أكبر قدر من التفاعل والمشاهدات. ومع تنامي استخدام هذه الوسائط في الصحافة وبروز ما يسمى بالصحافة الإلكترونية أصبح من الضروري التأكيد على الأخلاقيات الإعلامية، حيث برزت أفق جديدة ترتبط بتنظيم العمل الصحفي لضمان تقديم محتوى موثوق وموضوعي يحترم حقوق الأفراد والمجتمعات.

من خلال ما تقدم تحاول هذه الدراسة استكشاف أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الاتصال الجديدة، باستعراض أهم المبادئ الأخلاقية التي يجب أن يتبناها الإعلاميون في العصر الرقمي، ونبحث دور التشريعات والسياسات الإعلامية في تنظيم هذه الممارسة، مع التركيز على التحديات الناشئة عن هذه الممارسة لصحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية، وانطلاقاً من الإشكالية الجوهرية التالية: ما هو واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة؟.

1.1.2 تساؤلات الدراسة: وتندرج ضمن الإشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما طبيعة المواضيع التي عالجتها صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية وما القيم المتضمنة فيها؟.
- ما هي المعايير والأخلاقيات التي اعتمدت عليها صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية في ممارستها الإعلامية؟.

- ما مدى التزام صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية؟.
 - ما هي أهم التحديات التي تواجه أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية؟.
- 1.1 2 أسباب اختيار موضوع الدراسة وأهدافه وأهميته:
- 1.2 1 أسباب اختيار موضوع الدراسة:
- تتعدد أسباب ودوافع اختيار الباحث لموضوع بحثه أو دراسته، وتتنوع بين أسباب ذاتية وأخرى موضوعية، ومن بين الأسباب والدوافع لاختيارنا هذا الموضوع الآتي:
- الأسباب الذاتية:
- الفضول والميول الشخصي للتعرف على أخلاقيات الممارسة الاعلامية.
 - الرغبة في زيادة اكتساب المعارف في مجال الممارسة الإعلامية عبر وسائل الاتصال الجديدة.
- الأسباب الموضوعية:
- حداثة الموضوع وأهميته في وقتنا الحالي.
 - قلة الأبحاث والدراسات في هذا المجال والذي نسعى من خلاله معرفة واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائطية الجديدة.
 - كثرة الاشكالات حول موضوع أخلاقيات الممارسة الاعلامية خاصة عبر الوسائط الاتصالية الجديدة لما تتيحه هذه الأخيرة من حرية واسعة وانعدام الرقابة.
 - التحديات التي تواجهها الممارسة الإعلامية خاصة في ظل التطور المتزايد للوسائط الاتصالية الجديدة.
- 1.2.1 2 أهداف الدراسة: تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- الوقوف على طبيعة المواضيع التي عالجتها صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية والقيم المتضمنة فيها.
 - تبيان المعايير والأخلاقيات التي اعتمدت عليها صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية في ممارستها الإعلامية.
 - الوقوف على مدى التزام صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية.
 - استعراض أهم التحديات التي تواجه أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية.
- 1.2.3 أهمية الدراسة:
- تكمن أهمية الدراسة من أهمية الموضوع ذاته حيث تبحث الممارسة الإعلامية معاييرها، وأخلاقياتها في بيئة رقمية جديدة نختلف عديد أطراشتغالها عن أطراشتغال البيئة التقليدية الرتبية وتشاكل معها في أطراخرى، إذ أن ممارسة الإعلام في البيئة الرقمية الجديدة وفي الوسائط الاتصالية الجديدة تحديداً تطرح جملة من الانشغالات نظراً لطبيعة هذه البيئة الهلامية المستمرة في الاتساع، والتي تتيح المزيد من الحريات، كما لا تحكمها قوانين مضبوطة.

1. 3 تحديد مفاهيم الدراسة:

أخلاقيات الممارسة الإعلامية:
الأخلاق:

أ. التعريف اللغوي: جمع خلق، وهو العادة والسجية والطبع والمروءة والدين.¹ وعلم الأخلاق هو العلم الذي يبحث في الأحكام القيمية التي تنصب على الأفعال الإنسانية من ناحية أنها خير أو شر.²

ب. التعريف الاصطلاحي: فتعبير الأخلاق يستعمل بمعنى *éthique* وهو يتناول التصرف الأخلاقي العام لأي إنسان، بينما تعبير الأخلاقيات يستعمل بمعنى *déontologie* أي مجموعة الواجبات والالتزامات الخاصة التي تنشأ عن ممارسة مهنة ما. والأخلاقيات هي "مجموعة من الواجبات التي يحددها المهنيون في ممارسة مهنتهم والتعبير مشتق من اليونانية ومعناه علم الواجب، أي العلم الذي يتناول الواجبات المهنية المطلوب الالتزام بها فكما عند الصحفيين كذلك عند الأطباء والمحامين وغيرهم".³

ج. التعريف الإجرائي: هي مجموعة السلوكيات والقيم الإنسانية التي تسمح للفرد والمجتمع بمعرفة كل ما هو صالح وصحيح لاختيار القرارات اللازمة.

الأخلاقيات الإعلامية:

أ. التعريف اللغوي: تضم القواميس العامة والمهنية تعريفات كثيرة لأخلاقيات الإعلام، تشير في أغلبها إلى وثيقة تضم مجموعة من المبادئ والقيم والسلوكيات والتوجهات التي اتفق على الالتزام بها مجموعة من الصحفيين لتحكم سلوكهم أثناء ممارستهم مهنة الصحافة في كافة تخصصاتها المكتوبة والمرئية والمسموعة، إضافةً إلى الإعلام الجديد، ويقصد بمجموعة من الصحفيين الاتحادات والنقابات واللجان والمفوضيات والمنظمات على مستوى الإقليم أو البلد الواحد أو داخل مؤسسة صحفية واحدة.⁴ وتعرف الموسوعة الإعلامية أخلاقيات الإعلام "بأنها مجموعة من المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة، وهذه المعايير المهنية تقوى إحساس الصحفي بالمسؤولية الاجتماعية".⁵

¹ جميل صليبا: العجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والإنجليزية واللاتينية، الجزء 2، دار الكتاب اللبناني للنشر، لبنان، 1982، ص 49.

² أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية إنجليزي- فرنسي- عربي، مكتبة لبنان، بيروت، 1982، ص 139.

³ جورج صدقة: الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت، لبنان، 2009، ص ص 15، 16.

⁴ صالح مشاركة وآخرون: أخلاقيات الإعلام، مركز تطوير الإعلام MDC، جامعة بيرزيت، فلسطين، 2017، ص 9.

⁵ جميلة بن زيدون ابراهيمي: "ملاح الهوية الأخلاقية للممارسة الإعلامية وضوابطها القانونية دراسة لأجيال التعددية الإعلامية في الجزائر"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 03، 2021، ص 637.

ب. التعريف الاصطلاحي: يعرفها "كوهين إليوت *Kohen Eliot*" بأنها أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين والمحررين والمصورين وجميع من يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها.

وتعرف الموسوعة الإعلامية أخلاقيات الإعلام "بأنها مجموعة من المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لأرائهم وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة، وهذه المعايير المهنية تقوى إحساس الصحفي بالمسؤولية الاجتماعية".¹

ج. التعريف الإجرائي: هي مجموعة من القيم والضوابط والمسؤوليات الذي ينبغي أن يلتزم بها الإعلاميين على مستوى المواقع والوسائل الاتصالية الجديدة التي تحكم الممارسة الإعلامية لكي تكون سليمة، وهو ما نحاول أن نستشفه من خلال صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية.

الممارسة الإعلامية:

أ. التعريف الاصطلاحي: تعرف الممارسة الإعلامية بأنها "تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى كل صحفي والمتمثلة أساساً في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر، وتحقيق الصالح العام لا غير عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة وتصحيح الأخطاء في حالة وجودها".

وتعرف كذلك أنها "مزاولة العمل الصحفي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات ومجال الحركة، وكلما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية".²

ومن ناحية أخرى تعرف أخلاقيات الممارسة الإعلامية "هي مجموعة القواعد والواجبات المسيرة لمهنة الصحافة، أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أداء مهامه، أو بالأحرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحساناً عند الجمهور، كما أنها أيضاً جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أداءه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام".³

ب. التعريف الإجرائي: هي عبارة عن جهد فكري مبذول من طرف الصحفي عن طريق نشر وتوزيع مضامين إعلامية عبر الوسائط الإعلامية كالمواقع الإلكترونية والتطبيقات والشبكات الاجتماعية بمراعاة أخلاقياتها.

¹ جميلة بن زيدون ابراهيمي، مرجع سابق، ص 637.

² ربيعة سولامي، فاطمة الزهراء ناصري: الصحافة الإلكترونية في الجزائر وتحديات الممارسة الصحفية، مذكرة ماستر، تخصص صحافة مكتوبة وإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020، 2021، ص 45.

³ لوبيزة عباد: "الفضائيات الجزائرية الخاصة بين ضوابط المهنة، الأخلاقيات، وراهن الممارسة الإعلامية"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 03، سبتمبر 2022، ص 158.

الوسائط الاتصالية الجديدة:

أ. التعريف الاصطلاحي: تعرف الوسائط الاتصالية الجديدة على "أنها كل ما من شأنه أن يدخل في العملية الاتصالية من وسائل إلكترونية مثل تجهيزات إلكترونية كالحواسيب والهواتف المحمولة والأجهزة الرقمية".¹

وتعرف كذلك "بأنها مجموعة التقنيات والوسائط الإعلامية الرقمية التي أخذت شكلها بتطور التكنولوجيات الاتصالية وظهور الانترنت، وهو دمج بين الوسائل التقليدية للإعلام في أشكال اتصالية جديدة تجمع بين استخدامات مختلفة كالصوت والصورة والفيديو، وهو ظهور المنابر جديدة على الخط وفضاءات أتاحت فرص المشاركة والنشر والإعلام والتوجيه والتأثير في عدد كبير من المستخدمين، كما أنه تغير في طبيعة الجمهور وموقعه من الرسالة التي كان مجرد متلقي لها ثم أصبح من صناعها، ولا بد أن نشير إلى أن مسألة الجودة لا تقف عند الوسائل والتقنيات فقط، فجدة الوسائل والتقنيات مستمرة دائماً وهي حتمية يفرضها العلم والتطور والزمن، لكن ما يهم أكثر الإعلام الجديد هو الجودة في أسلوب التواصل وشكل الاتصال وطبيعة الجمهور، وقيمة التفاعل والثقافة الجديدة التي صاحبت ظهور هذا الإعلام والسلوكيات الملازمة له".²

ب. التعريف الإجرائي: هي كافة الوسائل التي تمكن الصحفي من نقل مادته الإعلامية عبر التطبيقات والمواقع الإلكترونية وغيرها بشتى الأساليب والطرق.

المسؤولية الاجتماعية:

أ. التعريف اللغوي: يوضح الرازي في (مختار الصحاح) أن السؤال هو ما يسأله الإنسان وقرئ قوله تعالى "أوتيت سؤلك يا موسى" وسأله الشيء أي طلبه وسأله عن الشيء أي استخبره، ويجمع محمد ابراهيم الشافعي فيقول إن "كل المعاجم اللغوية تشير إلى أن المسؤولية في اللغة هي طلب المعرفة أو الاستعطاء أو الاستخبار"، وفي المعاجم الأجنبية فيذكر Webster "أن المسؤولية تعني إما واجباً معيناً على الفرد أداءه (كمسؤولية المدير في منصبه) أو شخصاً يجب ان يكون أحدهم مسؤولاً عنه (كمسؤولية الأب عن ابنه)".³

ب. التعريف الاصطلاحي:

يعرف "عبد الرحمن بدوي" المسؤولية الاجتماعية بأنها "إقرار الفرد بما يصدر عنه من أفعال واستعداداته لتحمل نتائجها"، في حين يرى "محمد زكي الدين حجازي" أن "المسؤولية الاجتماعية تشمل

¹ ناصر قاسمي: مصطلحات أساسية في علم الاجتماع في الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص 297.

² طفياني زكرياء: "قراءة في تجاذبات بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد"، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية، المجلد 03، العدد 02، جوان 2021، ص 7.

³ محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص ص 39، 40.

جميع الأخلاق والآداب التي تنشأ داخل النفس البشرية، وما يلزم به الفرد نفسه من سلوك نحو نفسه خاصةً، ونحو المجتمع الذي يعيش فيه عامةً، وقبوله لما يترتب على ذلك من رضا واطمئنان نفسي عند القيام بعمل حسن، ومن ضيق وتوتر نفسي عند القيام بعمل سيئ".¹

ج. التعريف الإجرائي: هي نظرية أخلاقية تهدف إلى ضرورة التزام الصحفي أثناء أدائه بالمعايير المهنية التي تراعي قيم الفرد والمجتمع ومصالحه في مختلف مجالاته السياسية الاقتصادية الاجتماعية

الصحافة الإلكترونية:

أ. التعريف الاصطلاحي:

هي "الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الأنترنت وتكون على شكل جرائد على شاشات الحاسبات الإلكترونية تغطي صفحات الجريدة تشمل المتن والصوت والرسوم والصور المتحركة".²

وتعرف كذلك على أنها "نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى. تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة مضافاً 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 على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة".³

ب. التعريف الإجرائي: هي مجموعة من الأخبار والمعلومات التي يتم إصدارها على شبكة الإنترنت في شكل صحف إلكترونية.

صحيفة الجزائر الآن:

هي واحدة من أبرز الصحف اليومية الإلكترونية في البلاد، تُعنى الصحيفة بتغطية أحداث الجزائر والأخبار العالمية بشكل دقيق وموثوق. تُقدم الصحيفة تحليلات عميقة وتقارير شاملة تشمل مختلف المجالات من سياسة واقتصاد إلى ثقافة ورياضة، وتعتبر الصحيفة مصدراً هاماً للمعلومات للقراء الباحثين عن تحليلات موضوعية ومعلومات موثوقة.⁴ وموقعها على صفحة الفايس بوك: https://web.facebook.com/AlgerieMNT?_rdc=1&_rd شعارها جريدة إلكترونية جزائرية رائدة.

¹ عطاء الله طريف: المسؤولية الاجتماعية للإعلام (الخلفيات النظرية والأطر التطبيقية في المجال الرياضي)، دار المثقف للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018، ص 30.

² رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007، ص 93.

³ زيد منير سلمان: الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 11.

⁴ موقع صحيفة الجزائر الآن،

<https://jaridat.com/ar/%D8%B5%D8%AD%D9%8A%D9%81%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A2%D9%86-113>. تاريخ الاطلاع (25-04-2024)، (20: 11).

2. المقاربة المنهجية للدراسة:

2. 1 نوع ومنهج الدراسة:

2. 1. 1 نوع الدراسة:

تندرج الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، فالدراسات الوصفية حسب ما يراه محمد زيان عمر "تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلاً دقيقاً وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة".¹

2. 1. 2 منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه "وسيلة محددة توصل إلى غاية معينة"، ويعرف كذلك "بأنه الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها".²

فالمنهج هو "طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد الهامة تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته للوصول إلى نتيجة معلومة".³

وتعرفه كذلك "ناهدة عبد زيد الديلمي" "بأنه إتباع خطوات محددة بشكل منطقي متتابع لدراسة مشكلة ما وجمع المعلومات حولها باستعمال أدوات معينة، ومن ثم القيام بعرض المعلومات تحليلها وتفسيرها واستنتاج الحقائق منها".⁴

وتتنوع وتتعدد المناهج المعتمدة في البحوث والدراسات وانطلاقاً من هدف دراستنا المتمثل في معرفة واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة ممثلة في صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية اعتمدنا على المنهج المسحي الذي يعتبر الأنسب لذلك.

يعد المنهج المسحي *Survey Methodology* أحد أنواع المناهج المرتبطة بالبحوث الوصفية، وهو المنهج الذي يعرف بأنه "الطريقة أو الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية، وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها سواء في بناء قاعدة معرفية أو تحقيق فروض الدراسة أو تساؤلاتها".⁵ ويعرف أيضاً بأنه "دراسة استطلاعية نقوم بها بقصد الكشف عن مشاكل المجتمع. أو بأنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على

¹ محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1983، ص 188.

² عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار النمر، دمشق، سوريا، 2004، ص 01.

³ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص 15.

⁴ ناهدة عبد زيد الديلمي: أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 95.

⁵ سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع - نبلاء ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، 2019، ص 132.

الوقت الحاضر بشكل أساسي والمسح قد يتراوح مداه بين المستوى القومي أو الإقليمي أو المحلي أو يقتصر على وحدات منفردة كالمدرسة أو الجامعة أو الكلية".¹

وعليه فقد حاولنا من خلال المنهج المسحي تسليط الضوء على صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية بالقيام بدراسة معمقة بدءاً بجمع المعلومات حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية والوقوف على مدى التزام الموقع بمبادئ وقوانين أخلاقيات المهنة بتحليلها وتفسيرها وذلك يهدف الوصول إلى نتائج دقيقة وتفصيلية شاملة.

2 . 2 مجتمع وعينة الدراسة:

2. 2. 1 مجتمع الدراسة: يعرف مجتمع الدراسة بأنه "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه من الصعب الوصول إلى المجتمع المستهدف بوضوحه، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها، وتختار منه عينة البحث، ويتمثل مجتمع دراستنا في مجمل الأعداد التي نشرتها صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية خلال الفترة الممتدة من (01جانفي 2024 إلى 30 أفريل 2024) والجدول التالي يمثل المجتمع الكلي للدراسة:

الجدول رقم (01): يمثل المجتمع الكلي للدراسة

العدد	التاريخ	العدد	التاريخ	العدد	التاريخ	العدد	التاريخ
01	01 جانفي 2024	31	31 جانفي 2024	61	01 مارس 2024	91	31 مارس 2024
02	02 جانفي 2024	32	01 فيفري 2024	62	02 مارس 2024	92	01 أفريل 2024
03	03 جانفي 2024	33	02 فيفري 2024	63	03 مارس 2024	93	02 أفريل 2024
04	04 جانفي 2024	34	03 فيفري 2024	64	04 مارس 2024	94	03 أفريل 2024
05	05 جانفي 2024	35	04 فيفري 2024	65	05 مارس 2024	95	04 أفريل 2024
06	06 جانفي 2024	36	05 فيفري 2024	66	06 مارس 2024	96	05 أفريل 2024
07	07 جانفي 2024	37	06 فيفري 2024	67	07 مارس 2024	97	06 أفريل 2024
08	08 جانفي 2024	38	07 فيفري 2024	68	08 مارس 2024	98	07 أفريل 2024
09	09 جانفي 2024	39	08 فيفري 2024	69	09 مارس 2024	99	08 أفريل 2024
10	10 جانفي 2024	40	09 فيفري 2024	70	10 مارس 2024	100	09 أفريل 2024
11	11 جانفي 2024	41	10 فيفري 2024	71	11 مارس 2024	101	10 أفريل 2024
12	12 جانفي 2024	42	11 فيفري 2024	72	12 مارس 2024	102	11 أفريل 2024
13	13 جانفي 2024	43	12 فيفري 2024	73	13 مارس 2024	103	12 أفريل 2024

¹ مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 129.

13 أبريل 2024	104	14 مارس 2024	74	13 فيفري 2024	44	14 جانفي 2024	14
14 أبريل 2024	105	15 مارس 2024	75	14 فيفري 2024	45	15 جانفي 2024	15
15 أبريل 2024	106	16 مارس 2024	76	15 فيفري 2024	46	16 جانفي 2024	16
16 أبريل 2024	107	17 مارس 2024	77	16 فيفري 2024	47	17 جانفي 2024	17
17 أبريل 2024	108	18 مارس 2024	78	17 فيفري 2024	48	18 جانفي 2024	18
18 أبريل 2024	109	19 مارس 2024	79	18 فيفري 2024	49	19 جانفي 2024	19
19 أبريل 2024	110	20 مارس 2024	80	19 فيفري 2024	50	20 جانفي 2024	20
20 أبريل 2024	111	21 مارس 2024	81	20 فيفري 2024	51	21 جانفي 2024	21
21 أبريل 2024	112	22 مارس 2024	82	21 فيفري 2024	52	22 جانفي 2024	22
22 أبريل 2024	113	23 مارس 2024	83	22 فيفري 2024	53	23 جانفي 2024	23
23 أبريل 2024	114	24 مارس 2024	84	23 فيفري 2024	54	24 جانفي 2024	24
24 أبريل 2024	115	25 مارس 2024	85	24 فيفري 2024	55	25 جانفي 2024	25
25 أبريل 2024	116	26 مارس 2024	86	25 فيفري 2024	56	26 جانفي 2024	26
26 أبريل 2024	117	27 مارس 2024	87	26 فيفري 2024	57	27 جانفي 2024	27
27 أبريل 2024	118	28 مارس 2024	88	27 فيفري 2024	58	28 جانفي 2024	28
28 أبريل 2024	119	29 مارس 2024	89	28 فيفري 2024	59	29 جانفي 2024	29
29 أبريل 2024	120	30 مارس 2024	90	29 فيفري 2024	60	30 جانفي 2024	30
30 أبريل 2024	121						

2.2.2 عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها عبارة عن "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي".¹

وتنقسم العينة إلى قسمين: العينات الاحتمالية والعينات غير الاحتمالية، وتندرج ضمن النوع الأول العينة العشوائية المنتظمة؛ والتي "يتم اختيارها من إطار يحتوي على مفردات مجتمع البحث، وتعتمد هذه الطريقة على تحديد مسافة متساوية بين مفردات الاطار".

وتعرف أيضا بأنها "نوع من العينة العشوائية ولكنها تختلف في تكوينها، حيث تعطى العينات أرقاماً وتختار الأرقام بطريقة منتظمة، ويحاول الباحث في هذا النوع من العينات تجنب خطأ الصدفة أو خطأ العشوائية الذي يترتب عليه زيادة احتمالات التحيز، وتتطلب أن يكون الجمهور الأصلي أو قائمة أعضائه متخذة شكل انتظام متسق".²

¹ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999، ص 84.

² سعد سلمان المشهداني: مرجع سابق، ص ص 90، 91.

ونظراً لعدم القدرة على تناول كل الموضوعات الموجودة عبر الصحيفة الالكترونية تم اعتماد العينة العشوائية المنتظمة التي تم اختيارها من مجتمع الدراسة بعد ترميز الأعداد. حيث تم اختيار نسبة 20% لتمثيل مجتمع الدراسة، وقد تم حساب المعادلة كالتالي:

$$\text{نسبة العينة} = \frac{\text{حجم العينة}}{\text{حجم المجتمع}} = \frac{6}{121} = 20\%$$

ولحساب المدى تم تقسيم المجتمع الكلي على مجموع أفراد العينة فكان المدى يساوي 20. والجدول التالي يمثل عينة الدراسة:

الجدول رقم (02): يمثل عينة الدراسة محل التحليل

رقم العينة المختارة	التاريخ	الرقم
02	2024/01/02	01
22	2024/01/22	02
42	2024/02/11	03
63	2024/03/02	04
82	2024/03/22	05
102	2024/04/11	06

3. 2. أداة الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على أداة تحليل المضمون كونها أحد أكثر الأدوات استخداماً في البحوث والدراسات الإعلامية، وهذا لتحليل مضمون صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية وما ينشر من مضامين عبرها في الفترة الممتدة من بداية جانفي 2024 إلى غاية نهاية أفريل 2024، حيث تعرف أداة تحليل المضمون بأنها "أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون، تلبيةً للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث أو فروضه الأساسية طبعاً للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث؛ وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسائل الإعلامية".¹

بالاعتماد على فئات بحثية تمكنا من تحليل محتوى صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية محل الدراسة، وقد استند التحليل بناءً على التساؤلات المطروحة، وعلى وحدة الموضوع، وأيضاً مجموعة من الفئات المستمدة من طبيعة الوسيلة الرقمية المعتمدة في الدراسة.

¹ رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2004، ص ص 73، 74.

الصدق والثبات: قبل البدء في الجانب التطبيقي للدراسة تم تصميم استمارة تحليل المضمون بالاعتماد على فئات الشكل والمضمون، واخضاعها للتحكيم من قبل أساتذة متخصصين للتأكد من صحتها وتعديلها وفقاً للملاحظات والتصويبات المقترحة، وقد تم عرض الاستمارة على كل من:

- الأستاذ عبد المالك صاوي، (قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة).
- الأستاذ عبد العالي يوسف، (قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة).
- الأستاذ رابح طيبي، (قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة).

وتم استخراج نسبة الثبات وفقاً لمعادلة هولستي كالآتي:

$$0.89 = \frac{111}{124} = \frac{3 \times 37}{37 + 49 + 38} = \frac{y(x)}{n1 + n2 + n3}$$

2. 4. حدود الدراسة ومجالاتها: جاءت هذه الدراسة ضمن الحدود التالية:

المجال المكاني للدراسة: ويتمثل هذا المجال في صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية التي ننشر في مختلف المجالات.

الحدود الزمانية للدراسة: يشير الحد الزمني إلى الفترة التي أجريت فيها الدراسة، وتمتد هذه الفترة من بداية شهر أكتوبر 2023 إلى نهاية شهر ماي 2024. وهي الفترة التي بدأت فيها الدراسة فعلياً على المستوى النظري والتطبيقي بعد البحث ومحاولة الامام بالموضوع وتحديد من شتى الجوانب.

الحدود الموضوعية للدراسة: تقتصر هذه الدراسة على بحث مدى التزام صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور والمجتمع من خلال محتوياتها.

2. 5. الدراسات السابقة:

نمو المعرفة وتشعبها يفرض على الباحث عندما يفكر في القيام بأية دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله هذا عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي من هذا القبيل لا بد أن تكون قد سبقته جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة أو مشابهة ميدانية أو معلمية أو مكتبية، وفي ذلك قد تواجه الباحث صعوبات كثيرة أثناء إجراء الأبحاث العلمية بسبب عدم توفر أو نقص معين من الدراسات في المشكلة التي يقوم بالبحث فيها والمماثلة لها¹، وفيما يلي استعراض لبعض الدراسات السابقة:

¹ فضيل دليو وآخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر، 1999، ص 103.

■ دراسة رضوان جدي "الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديدة، دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة في الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر"، 2018-2019¹، وهي أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، هدفت الدراسة إلى التعرف على مختلف القوانين والضوابط الأخلاقية التي تركز عليها صحيفتا "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر" والكشف عن المصادر التي تعتمدان عليها في التغطية الإعلامية للأحداث، ولتحقيق الهدف من الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي واختيرت أدوات (تحليل المضمون، المقابلة، والاستبيان المقنن) للتعرف على اتجاهات الصحفيين نحو المواثيق الجديدة والقانون العضوي 2012، كما تم اعتماد العينة العشوائية المنتظمة باستخدام أسلوب "الأسبوع المصطنع" المتضمنة لـ 200 مادة إعلامية في صحيفة "الشروق أونلاين" و200 في صحيفة "كل شيء عن الجزائر"، انطلقت الدراسة من الإشكال التالي: ما مدى التزام صحيفتا "الشروق أونلاين" و"كل شيء عن الجزائر" بالضوابط القانونية والأخلاقية أثناء المعالجة الإعلامية للأحداث؟، وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: إلى أن الصحيفتين بعيدتان عن الالتزام التام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية الإلكترونية، فضلاً عن افتقارها لمدونة أخلاقية موحدة فيما بينها، أو خاصة تكون دليلاً واضحاً للعاملين فيها ومرشداً لهم في حالات قد يُستعصى من خلالها اتخاذ قرار مهني ملائم في ظل عدم وضوح نصوص قانون الإعلام الجديد، خاصة تلك المتعلقة بالصحافة الإلكترونية وشروط إنشاء المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة.

■ دراسة شهرزاد بن عمار "أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين"، 2018-2019²، وهي أطروحة دكتوراه في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، هدفت هذه الدراسة للتعرف على استخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية والميديا الجديدة، وأهم مظاهر تأثير الميديا الجديدة على الممارسات الصحفية، حيث ركزت على مدى التزام الصحفيين الجزائريين بالضوابط والأخلاقيات والقوانين وفقاً لما يجب إتباعه أثناء ممارستهم الصحفية في ظل التطورات التي فرضتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال. ولأجل تحقيق هدف الدراسة اعتمدت منهج المسح الاجتماعي باستخدام أداة الإستبيان للتعرف على وجهات نظر الصحفيين نحو الممارسة الصحفية في الميديا الجديدة، ومعتمدة بذلك على عينة قصدية تتكون من 150 مفردة، وانطلقت الدراسة من التساؤل الجوهري التالي: ما مدى التزام الصحفي الجزائري بأخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة؟، ومن النتائج المتوصل إليها: تحظى وسائط الميديا الجديدة ومواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة عالية من استخدامات الصحفيين الجزائريين

¹ رضوان جدي: الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديدة (دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة في الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر)، أطروحة دكتوراه في تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018، 2019، ص ص 1-306

² شهرزاد بن عمار: أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة، أطروحة دكتوراه، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، 2018، 2019، ص ص 1-216.

للتواصل مع زملاء المهنة ومتابعة الأخبار المحلية، وكشفت الدراسة أن الصحفيين يثقون قليلاً في الأخبار التي تنشر عبر الوسائط الجديدة، كما أبانت عن تأثير الوسائط الجديدة على الممارسة الصحفية من خلال النشر وتنوع المصادر في الحصول على الأخبار، وأن لوسائط الميديا الجديدة تأثير على أخلاقيات الصحافة من خلال المحافظة على سر المهنة ومصداقية الأخبار ودقتها.

■ دراسة عائشة كريكت "أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد. دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيس بوك والتويتر، 2020-2021"¹، وهي أطروحة دكتوراه في تخصص وسائل الإعلام والمجتمع. تدور إشكالية هذه الدراسة حول أخلاقيات العمل الإعلامي الذي يتعلق بمدى الالتزام بالممارسات الإعلامية لصحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على موقع (الفيس بوك وتويتر) وأهم التجاوزات التي وقعت فيها هذه الصحيفة، ومعرفة إيجابيات وسلبيات أخلاقيات المهنة الإعلامية في الصحيفة على مستوى موقع (الفيس بوك وتويتر). وقد اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة باستخدام أداة الملاحظة وتحليل المضمون للتعرف على أشكال المواد الإعلامية لصحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على مواقع (الفيس بوك وتويتر) وتحليل ما ينشر فيها من محتوى، كما استخدمت الدراسة العينة الطبقية المنتظمة التي تتكون من 12 عدد وبأسلوب الأسبوع الصناعي، ومن خلال هذا طرحت الدراسة الإشكالات التالية: ما مدى التزام صحيفة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد؟. وقد توصلت إلى نتائج أهمها: تسجيل جملة من التجاوزات سواء عبر الصحيفة الإلكترونية أو فيس بوك أو تويتراً عليها كانت متصلة بعدم احترام المعايير المهنية الموضوعية والدقة والمصداقية، تلمها المبادئ المتعلقة بنبذ الإرهاب الامتناع عن التحريض عن الجريمة ومكافحة الفساد، في حين جاءت باقي التجاوزات الخاصة بالأخلاقيات اتجاه المجتمع أو الدولة أو الأفراد أو اتجاه المبادئ الإنسانية أو الإعلان محدودة وتتفاوت فيما بينها، كما توصلت الدراسة إلى أن الصحيفة الإلكترونية هي الأكثر تجاوزاً لأخلاقيات المهنة مقارنة بصفحة فيس بوك وتويتر، ذلك أن هذين الأخيرين لم يسجلا في بعض الفئات أي تجاوزات أخلاقية، على عكس الصحيفة الإلكترونية التي كانت على مستوى عدد أكبر من الفئات.

■ دراسة (Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F)، "أخلاقيات الصحافة في البيئة الرقمية: 2015"²، وهي دراسة منشورة في مجلة، هدفت هذه الدراسة إلى بحث كيفية تحديث قواعد أخلاقيات مهنة الصحافة للتعامل مع هذا الواقع الجديد الذي فرضته البيئة الرقمية الجديدة، من خلال تحليل منهجي لـ 99 رمزاً يتضمن قواعد الأخلاقيات على مستوى العالم، وتظهر النتائج أنه من بين 99 رمزاً تم

¹ عائشة كريكت: أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد، أطروحة دكتوراه، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2020، 2021، ص 1-290.

² Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F: "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), 2015. pp735-744.

تحليلها 9 فقط تتضمن إشارات إلى الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وقد عملت بعض الدول فقط على تكييف قواعد الأخلاقيات مع واقع الإنترنت الجديد ومنها كندا والمملكة المتحدة والنرويج. وتعكس قواعد الأخلاق التي تم تحليلها موقفاً اتجاه الإنترنت والصحافة الرقمية يمكن وصفه باختصار بأنه نقص كبير في الاهتمام بهذا الجانب. وكما أشرنا سابقاً، فإن معظم قواعد الأخلاقيات التسعة التي تتضمن إشارات إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لا تحتوي أكثر من مجرد بيان بأن الصحافة عبر الإنترنت تخضع لنفس المبادئ التي تخضع لها الصحافة التقليدية. كما لا توجد اتجاهات موحدة فيما يتعلق بكيفية دمج الجوانب الخاصة بالصحافة الرقمية في قواعد الأخلاق. تتضمن كل دولة توصيات وقواعد معزولة، نابعة من خصوصيات سياقها الوطني.

■ دراسة (Belkacem Amin Benamra) "وسائل الإعلام الجديدة والأخلاقيات الجديدة في مواجهة القضايا الأخلاقية في العصر الرقمي، 2018"¹، وهي مقال في مجلة، حيث طرحت الدراسة جملة من الاستبصارات حول بعض الإشكالات الأخلاقية التي فرضتها التكنولوجيات الرقمية بشكل إكراهي على أخلاقيات الممارسة الصحفية. كما سلّطت الضوء على طبيولوجيا ومستويات أهم العضلات الأخلاقية والتناقضات المعيارية التي تميز مشهد الميديا الرقمية في راهنته الحالية. بالتوازي مع ذلك اقترحت الدراسة نظرية الحتمية القيمة كبديل معياري يوفر مسلكاً ابستيمولوجياً اصطفاً من شأنه تأطير وأخلة ممارسات ومخرجات الوسائط الإعلامية الكلاسيكية والرقمية على حد سواء، من النتائج المتوصل إليها: يعد العنصر الأخلاقي قاعدة هيكلية مهمة للممارسة الصحفية في البيئات الرقمية أو ما قبل الرقمية، وبالتالي تحتاج أخلاقيات الإعلام في الوقت الحاضر إلى إعادة تقييم وإعادة تكييفها لتناسب جميع أشكال الصحافة، سواء كانت صحافة الهواة أو الصحافة المهنية، سواء كانت لمن يقوم بالتدوين أو التواصل أو التغريد بالأحداث أو مشاركة المنشورات أو العمل في غرف الأخبار.

■ دراسة (Sabahudin hadžialić, Vi Thi Phuong) "أخلاقيات الإعلام في ظل تحديات الأخبار المزيفة خلال جائحة كوفيد-2020"²، وهي مقال في مجلة، تحلل هذه الدراسة تأثير الأخبار المزيفة على الصحافة والمسؤولية الأخلاقية للصحفيين أثناء تغطية وباء كوفيد-19. إذ أن السلوكات الأخلاقية والمسؤولية الاجتماعية للصحفيين قد تحدث تعارض بين الالتزامات المهنية والدوافع الإنسانية الأساسية لهؤلاء. الذين يسعون للالتزام بالنزاهة والموضوعية، وفي الوقت نفسه قد يُطلب منهم إخفاء الحقائق، ويمكن أن تسبب أفعالهم ضرراً حقيقياً للجمهور، وهو ما يسبب بدوره معضلات أخلاقية، من النتائج المتوصل إليها: أدى التنافس على المعلومات من الشبكات الاجتماعية إلى خلق الفرص

¹ Belkacem Amin Benamra: "New Media, New Ethics Confronting Ethical Issues in the Digital Era, *International Journal of Social Communication*, Volume 05, Issue 03, 2018, pp. 26-48.

² Sabahudin hadžialić, Vi Thi Phuong: Media ethics within the fake news challenges during the covid-19 pandemic, *Studiaiana Analina U K O P olitice*, 2. 2020, pp 33-46. <https://doi.org/10.31743/sanp.11465>.

والتحديات للصحفيين. إذ أنه كلما زاد دور الصحفيين في العصر الرقمي، كلما زاد التركيز على أخلاقيات ممارساتهم، في ظل سعيهم للحصول على الأخبار وتناسي مسؤولياتهم الاجتماعية، وقد أسفرت جائحة Covid-19 عن الكم غير العادي من الأخبار التي يتعين على الصحفيين إدارتها، وبنفس مقدار الضغوط التي يواجهونها تقريباً، وهنا يستوجب الأخذ بعين الاعتبار المبادئ الأساسية لأخلاقيات الصحافة خلال جائحة كوفيد-19 أولاً وقبل كل شيء قيم الدقة والإنصاف والحياد والإنسانية والمسؤولية والاستقلال؛ تجنب الإثارة في اللغة والصور التي يمكن أن تزيد من القلق؛ عدم الكشف عن الأسماء أو الصور أو المستندات التعريفية دون الحصول على إذن من الأشخاص المعنيين؛ الدقة والإبلاغ عن الحقيقة؛ تجنب الشائعات ومحاولة عدم التكهنات لأجل مواجهة الأخبار المزيفة السامة.

2. 5. 1 التعقيب على الدراسات السابقة:

ترتكز الدراسة الحالية على مجموعة من الدراسات السابقة عربية وأجنبية ذات صلة بموضوعها. حيث تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة شهرزاد بن عمار المعنونة بـ"بأخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين"، ودراسة الباحث رضوان جدي المعنونة بـ"بأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديد دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية القائمين بالاتصال في الجزائر"، ودراسة الباحثة عائشة كريكت والتي كانت تحت عنوان "أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديدة، دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على (الفييس بوك وتويتر)" في تناولها للموضوع الرئيسي كونها تطرقت إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية، وكذلك في الهدف العام الذي يركز على الالتزامات الأخلاقية للممارسات الإعلامية والصحفية، وتتشابه الدراسة الحالية مع دراسة الباحثين رضوان جدي وعائشة كريكت من حيث المنهج (دراسة حالة) والأداة التي تتمثل في تحليل المضمون وعلى العينة العشوائية المنتظمة.

تتفاوت الدراسة الحالية مع دراسة الباحثين من ناحية الدراسة الميدانية حيث أن طبيعة الدراسة الأولى دراسة تحليلية أجريت على عينة من الصحفيين الجزائريين، والدراسة الثانية دراسة وصفية ميدانية تحليلية أجريت على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر، والدراسة الثالثة اختلفت في كونها ركزت على دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية والشبكات الاجتماعية (الفييس بوك وتويتر) التي تنشط في إثريهما، وهذا ما تختلف فيه الدراسة الحالية ذلك أنها اعتمدت على دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية.

وتتفاوت أيضاً دراسة رضوان جدي مع الدراسة الحالية في اعتماده على أكثر من أداة (الإستبيان المقابلة، وتحليل المضمون) في حين أن دراستنا اعتمدت على أداة تحليل المضمون فقط. واختلفت كذلك الدراسة في المنهج باعتماده على المنهج الوصفي، ودراسة الباحثة شهرزاد بن عمار التي

اعتمدت على منهج المسح الاجتماعي على عكس الدراسة الحالية التي ارتكزت على منهج دراسة حالة، وتختلف كذلك الدراسة الحالية عن باقي الدراسات السابقة كونها رسالة ماستر والدراسات الأخرى تمثل أطروحات دكتوراه.

من ناحية أخرى تشابهت الدراسة الحالية مع دراسة (Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F) المعنونة بـ "أخلاقيات الصحافة في البيئة الرقمية"، ودراسة (Belkacem Amin Benamra) "وسائل الإعلام الجديدة والأخلاقيات الجديدة في مواجهة القضايا الأخلاقية في العصر الرقمي"، ودراسة (Sabahudin hadžialić, Vi Thi Phuong) "أخلاقيات الإعلام في ظل تحديات الأخبار المزيفة خلال جائحة كوفيد"19، في نفس الموضوع المتمثل في أخلاقيات الإعلام في البيئة الرقمية. في حين أن هذه الدراسات اختلفت مع دراستنا في طبيعة الدراسة ذاتها إذ أن دراستنا تطبيقية، بينما دراستين اثنتين من الدراسات المشار إليها نظرية، إلى جانب الاختلاف في الأدوات المنهجية المعتمدة في الدراسة.

2.5.2 أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

إن اعتمادنا على الدراسات السابقة يتيح لنا الحصول على مراجع حديثة، صياغة الإشكالية كونها ذات صلة بالدراسة الحالية، كما تمكننا من بناء الفصول النظرية. كما تساهم في بناء وحدات وفئات الشكل والمضمون للجانب التطبيقي للدراسة، إلى جانب تحليل وتفسير النتائج في ضوءها.

3. المقاربة النظرية للدراسة:

3.1 نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

استندنا في دراستنا هذه على نظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام للوقوف على المشكلة البحثية وتحديد الأهداف المسطرة، وتمثل مبررات استخدام هذه النظرية تحدد جملة الممارسات الإعلامية في البيئة الرقمية وعلاقتها بأخلاقيات المهنة في وسائط الاتصال الجديدة.

3.1.1 الجذور التاريخية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

بدأت المراجعات النقدية للنظرية الليبرالية للصحافة، ابتداءً من العقد الثاني من القرن العشرين، ولكنها بلغت ذروتها، بعد نهاية الحرب العالمية الثانية، عندما تشكلت لجنة حرية الصحافة من اثني عشر أستاذاً أكاديمياً، يرأسهم البروفيسور "روبرت هوتشنز"، وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة الأمريكية مثل "وليم ديفرز" و"تيودور بترسون"¹، وأجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية، بتمويل من مجلة (تايم الأمريكية، ودائرة المعارف البريطانية)، وقدمت تقريرها، في كتاب أعدته اللجنة كاملةً عام 1947، بعنوان: صحافة حرة مسؤولة.

¹ علي عبد الفتاح علي كنعان: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، الطبعة العربية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 106.

ولقيت دعوة اللجنة إلى صحافة حرة ومسؤولة صدى داخل الولايات المتحدة وخارجها، في بلدان أوروبا، وعلى رأسها المملكة المتحدة فتشكلت اللجنة الملكية الأولى للصحافة عام 1949، ودعت إلى التزام العاملين في الصحافة بمسؤوليتهم الاجتماعية، وتشكيل مجلس للصحافة.

ونص تقرير لجنة حرية الصحافة لعام 1947 على أن صناعة الإعلام في الولايات المتحدة، يجب أن تستمر في يد القطاع الخاص، واضعة في اعتبارها المصلحة العامة، ووضعت اللجنة مجموعة تصورات حول وظائف الصحافة في المجتمع الحديث، وعدد من التوصيات للحكومة والمؤسسات.

وأوصت لجنة حرية الصحافة الحكومة بتطبيق الضمانات الدستورية لحرية الصحافة، وأن تعمل على تسهيل ظهور وسائل إعلام جديدة،

واستمرار المنافسة بين الوسائل القائمة، كما طالبت اللجنة بإلغاء التشريع، الذي يحظر على الأفراد، مساندة إجراء تغييرات ثورية على المؤسسات القائمة؛ لأن هذا التشريع يهدد المناقشات السياسية والاقتصادية. وأوصت اللجنة المؤسسات الإعلامية بتقديم خدمة، تتسم بالتنوع، والكم الملائم لاحتياجات الجماهير، فضلاً عن زيادة مراكز الدراسة الأكاديمية، والبحث والنشر في مجال الإعلام، وإنشاء هيئة جديدة مستقلة¹ لتقييم أداء الصحافة لعملها، وتقديم تقرير سنوي حول هذا الأداء. كما أوصت اللجنة العاملين بمجال الإعلام بالنقد المتبادل، وأن يقبلوا مسؤوليتهم كناقل عام للمعلومات والمناقشة.

كما قدم أستاذ أمريكي هو "كيرتس مونتجري" في كتابه "مسؤولية رفع المعايير، رؤية جديدة للمسؤولية"، تقول إنه إذا قامت الصحافة بإعلام الناس، والمحافظة على خصوصيتهم، ومراعاة قيمهم فهذه نصف المسؤولية، ولكن النصف الآخر هو بيان مسؤولية الجماهير اتجاه المادة المداعة التي هي بدورها تكون اتجاه أنفسهم، إذ يجب على الجمهور ألا يتعامل مع ما يقدم من خلال الصحافة والتلفزيون على أنه وجبة، كتلك التي يشترها من السوبر ماركت، بل عليه أن يدرك الوقائع، ولا يتقبلها كما يقرأها أو يسمعها، بل يزن الأفكار التي تتفق أو تختلف، مع ميوله ويضع افتراضاته الأساسية محلاً للنقاش. ويساوي "روبرت راي" في كتابه "مسؤولية الجرائد بين المسؤولية الاجتماعية وصدق الأخبار والحيادية"، لأنها أساس حق القراء في المعرفة، ثم المناقشة الديمقراطية الحقة في المجتمع والتي تسهم في تطويره.²

¹ عبير سعد الدين: أخلاقيات الإعلام، دار ومكتبة الكندي للنشو والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص ص 58، 59.

² المرجع نفسه، ص ص 59، 60.

3.1. 2 المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

بدأت نظرية المسؤولية الاجتماعية بمجموعة من الأفكار التي صاغها لجنة "هوتشنز" الأمريكية إضافة إلى اللجنة الملكية البريطانية للصحافة عام 1949، إذ عبرت لجنة "هوتشنز" عن أن السوق الحرة قد فشلت في تحقيق الوعد بحرية الصحافة، وأن التطورات التكنولوجية والتجارية قد أدت إلى تقليل فرص الأفراد والجماعات المتنوعة في الدخول إلى السوق والتمتع بحق النشر، كما أدت إلى هبوط معايير أداء الصحافة وإلى فشل الصحافة في تلبية احتياجات المجتمع الأخلاقية والاجتماعية، بالإضافة إلى تناقص قدرات الصحافة على إمداد المجتمع بالمعلومات.¹

يلخص "دينيس ماكويل" المبادئ الأساسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الجوانب التالية:

- أن الصحافة وكذلك وسائل الإعلام الأخرى يجب أن تقبل أو تنفذ التزامات معينة للمجتمع.
- أن هذه الالتزامات يمكن تنفيذها من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- لتنفيذ هذه الالتزامات يجب أن تنظم الصحافة نفسها بشكل ذاتي.
- أن الصحافة يجب أن تتجنب نشر ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفضى الاجتماعية أو توجيه أي إهانات إلى الأقليات.
- أن الصحافة يجب أن تكون متعددة وتعكس تنوع الآراء وتلتزم بحق الرد.
- أن للمجتمع حقا على الصحافة هو أن تلتزم بمعايير رفيعة في أدائها لوظائفها.
- أن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.²
- توفير رواية ذكية وشاملة وصادقة عن أحداث اليوم.
- على الصحافة أن توفر وصولاً كاملاً إلى الأخبار اليومية.
- على المؤسسات الإعلامية تقديم خدمة تتميز بالتنوع والنوعية والكم الملائم لإشباع احتياجات الجمهور.
- ضرورة الارتقاء بالاختلافات والصراعات الاجتماعية من مستوى العنف إلى مستوى المناقشة وتبادل الآراء.³

¹ ناصر جرادات، عزام أبو الحمام: المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 117.

² ليلي عبد المجيد: التشريعات الإعلامية، (د. د. ن)، القاهرة، مصر، 2005، ص 26، <https://www.noorbook.com/%D9%83%D8>.

³ فلة بن دالي: "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام خلال تناولها لفيروس كورونا كوفيد19 (دراسة تحليلية لعينة من مقالات موقع الشروق أونلاين الجزائري)"، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 12، العدد 01 الخاص (الجزء 01)، جانفي 2021، ص 338.

3. 1. 3 الانتقادات الموجهة لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الإعلام:

تعرضت هذه النظرية للعديد من الانتقادات منها ما هو موجه للجنة حرية الصحافة كون أن اللجنة تكونت من اثني عشر أكاديمياً ولم تضم في عضويتها أي صحفي أو أية شخصية إعلامية، واتهمت اللجنة بالتحيز، وأنها أي اللجنة قد استخدمت جملًا مطاطة مثل (قيم وتقاليد المجتمع) و(تقرير صادق وكامل وذكي).

ومن الانتقادات ما رأت في نظرية المسؤولية الاجتماعية انتقاصاً لحرية الصحافة وتمثل ذلك في كتابات البرفسور "جون ميرل" عام 1965، وذكر أن المسؤولية الاجتماعية هي بداية التدخل الحكومي في الصحافة تحت شعار له رنين جميل أخذاً مثل الأمومة والحب اسمه المسؤولية الاجتماعية، ولكنه مفهوم غامض ونسبي للغاية، وأن حرية الصحافة هي الحرية النسبية والواقعية، وليست حرية المثاليين ومحبي المطلق، ويرى المؤلف أن هذا الطرح ومن خلال التفكير البرجماتي غير واقعي، الحرية والمسؤولية هما القطبان اللذان يقف بينهما الصحفي في البلاد الغربية.¹

وتذكر الباحثة مي أحمد أبو السعود أن هناك ثلاثة انتقادات موجهة لهذه النظرية هي:

- عجز هذه النظرية يظهر من خلال عجزها عن إصلاح الأداء الإعلامي في الغرب وأن الأخلاق في وسائل الإعلام الأمريكية سارت على نحو الانحدار وذلك بتورطها في الكثير من أفلام العنف والإباحية مع انخفاض مصداقية الصحافة، وزيادة اهتمامها بأخبار الحوادث، وازدياد الاحتكار لوسائل الإعلام.
- تفتقد النظرية إلى آليات التنظيم الذاتي لمهنة الإعلام من خلال موثيق الشرف المهنية ومجالس الصحافة، كما تعجز النظرية في أحوال كثيرة عن تفسير أوضاع الإعلام في العالم الثالث أو جعل الإعلاميين أكثر التزاماً بواجباتهم.
- أن يحمل الأفكار التي طرحتها تلك النظرية لم تتح لها فرصة التنفيذ بشكل كامل، كما واجهت هذه الأفكار معارضة كثيرة في الولايات المتحدة الأمريكية من جانب ملاك الصحف والصحفيين أنفسهم، بينما حققت بعض النتائج الإيجابية على صحافتها بتقديم معونات مادية ساهمت في الحفاظ على حياة كثير من الصحف.²

3. 1. 4 جوانب استفادة الدراسة من النظرية:

اعتمدنا في دراستنا على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام باعتبار أن المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للممارسة الإعلامية إحدى الموضوعات المتناولة، حيث أن نظرية المسؤولية الاجتماعية تؤكد على ضرورة التقيد بالمبادئ والمعايير التي يجب على الصحفي الالتزام بها أثناء أداءه المهني وممارسته الإعلامية سواء كان إعلاماً تقليدياً، أو جديداً في البيئة الالكترونية مع مراعاة احترام قيم

¹ ابراهيم السيد حسنين: أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015، ص 143.

² عطاء الله طريف: مرجع سابق، ص ص 75، 76.

المجتمع والتوفيق بين حرية الصحفيين في جمع المعلومات ونشرها والمسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور والمجتمع والمزج بينهما.

وعليه فإن دراستنا تهدف إلى الوقوف على مدى تحلي صحيفة "الجزائر الآن" الالكترونية بالمسؤولية الاجتماعية انطلاقاً من مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية، وعليه فقد استندنا على هذه النظرية نظراً لتناسيها مع موضوع الدراسة من جهة، والمشكلة البحثية وتجسيدها للأهداف المسطرة من جهة أخرى، ومن هنا تتمثل دواعي اعتمادها في بحث تطبيقات المبادئ والقواعد والأخلاقيات التي تطلبها الممارسة الإعلامية إلى جانب المسؤولية الاجتماعية التي تدور في فلكها.

4. صعوبات الدراسة: تكمن الصعوبات التي واجهتنا في دراستنا في:

- إن أي دراسة تعترضها جملة من الصعوبات، ومن بين الصعوبات التي اعترضتنا في دراستنا:
- ضيق المدة الزمنية التي أنجزت فيها الدراسة.
- تشعب الموضوع وصعوبة اسقاطه في البيئة الرقمية ضمن الوسائط الاتصالية الجديدة.
- صعوبة الرجوع إلى أرشيف الصحيفة محل الدراسة، وتبعثه بين مجالات متعددة ومنفردة مما يستلزم دراسة كل مجال وشق على حدى.

الفصل الثاني

الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في وسائط الاتصال الجديدة

تمهيد

1. ماهية الوسائط الاتصالية الجديدة

1.1 ثورة الأنترنت وظهور الوسائط الاتصالية الجديدة

1.2 مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة

1.3 نشأة الوسائط الاتصالية الجديدة

1.4 خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة

1.5 وظائف الوسائط الاتصالية الجديدة

1.6 تطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة

2. الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في الوسائط الاتصالية الجديدة

2.1 مفهوم الأخلاقيات المهنية والممارسة الإعلامية

2.2 نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية

2.3 أهمية وأهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية

2.4 مبادئ مواثيق أخلاقيات المهنة والقيم الأخلاقية في العمل الإعلامي

2.5 مصادر أخلاقيات العمل الإعلامي

2.6 أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القوانين الجزائرية

2.7 أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الاتصال الجديدة

2.8 تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة

خلاصة

تمهيد:

إن الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة أصبحت أكثر انتشاراً واستخداماً وبشكل كبير من قبل الإعلاميين نتاج التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي ولدت بيئة رقمية متماهية لا تجسر الحدود مما نتج عنها تغيرات في أطر هذه الممارسة وفتحت المجال للحديث عن أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر هذه الوسائط ودعت إلى ضرورة وضع ضوابط وقوانين تؤطرها وتحكم انشغالها، ومن هذا المنطلق سنحاول التطرق إلى هذه الممارسة الرقمية وأخلاقياتها في هذا الفصل وذلك عبر عدة عناصر رئيسية تنقسم إلى عناصر جزئية، حيث تم التركيز في العنصر الأول على الوسائط الاتصالية الجديدة ببحث ماهيتها وأبرز العوامل التي أدت إلى ظهورها ووظائفها وخصائصها وتطبيقاتها.

أما في العنصر الثاني فتطرقنا إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر هذه الوسائط، حيث تناولنا مفهومها، نشأتها، وأهميتها وأهدافها وأهم المبادئ التي تقوم عليها، ومختلف مصادرها، والتحديات التي تقف حائلاً دون تحقيقها، ثم تطرقنا إلى المسؤولية الأخلاقية للعمل الإعلامي عبر فضاءات الميديا الجديدة وأنماط الممارسة الإعلامية في ظلها والقوانين التي تنص على ذلك.

1. ماهية الوسائط الاتصالية الجديدة: ونستعرضها على النحو التالي:

1.1 ثورة الأنترنت وظهور الوسائط الاتصالية الجديدة:

شهد مجتمعنا المعاصر تطورات متسارعة بنهاية القرن العشرين في جميع المجالات الحياتية الاقتصادية والسياسية والتكنولوجية ولاسيما في مجال الاتصالات ووسائل الإعلام، ولقد لعبت الحواسيب الآلية والأقمار الصناعية وشبكات الإنترنت دوراً حاسماً في تمكين التواصل المباشر بين المجتمعات ونقل المعلومات والمعرفة¹، وقد ظهرت هذه الأخيرة نتيجة لمشروع أربانيت الذي أطلق عام 1969م، وهو مشروع من وزارة الدفاع الأمريكية أنشئ هذا المشروع بهدف مساعدة الجيش الأمريكي عبر شبكات الحاسوب وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث للاستفادة الأمثل من القدرات الحاسوبية للحواسيب المتوفرة.

في الوقت الحاضر أصبحت الإنترنت أحد أساسيات التواصل والأعمال في جميع أنحاء العالم، وتزداد أهمية هذه الشبكة العملاقة يوماً بعد يوم، حيث جعلت العالم قرية واحدة، وأصبحت بوابة للاقتصاد والسياسة والتواصل الاجتماعي لشعوب العالم، ولا شك أيضاً أنها أصبحت العالم الرقمي

¹ فريدة فلاك: وسائل الإعلام الجديدة وتشكيل صورة الإسلام والمسلمين دراسة تحليلية على عينة من مقاطع الفيديو لموقع *Vimeo*، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2019، 2020، ص 137.

الذي يتواصل من خلاله الناس، حيث تحولت جميع التعاملات التجارية وغيرها من العالم الحقيقي إلى العالم الرقمي، ويعتمد عليه الكثيرون من التجار والباحثين والمؤسسات في مختلف مجالاتها.¹ وتعد الإنترنت مجموعة من شبكات الحواسيب التي تربط بينها وبين ملايين الأجهزة حول العالم، بما في ذلك الجهاز الذي تستخدمه، إنها مصدر قيم للمعلومات يتغير ويتوسع في كل لحظة. بدأت فكرة مشروع الإنترنت الأساسية في الستينات لأغراض عسكرية وذلك بهدف نقل المعلومات وعدم فقدان الاتصال كلياً في حالة تعرض جزء من هذه الشبكة لعطب معين²، باعتبار أن الإنترنت أحدث التقنيات الاتصالية خلال العقدين الماضيين، حيث تمكنت الشبكة من تغيير مفاهيم الزمان والمكان في مجالات الإنتاج ووسائل الإعلام من خلال مميزات التقنية والاتصالية، وسمحت من خلالها لمستخدميها الاختيار بحرية ما يريدون من خدمات اتصالية تتلاءم وحاجاتهم.³

1. 2 مفهوم الوسائط الاتصالية الجديدة:

يقصد بوسائط الاتصال الجديدة التقنيات الحديثة التي ظهرت في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، فبعد ظهور وسائل الاتصال التقليدية كالتلفزيون والراديو السينما، الجرائد، جاءت إلى الساحة الإعلامية وسائل الاتصال الجديدة، كالحاسوب الإنترنت، وسائل التسجيل الرقمية، تقنيات الاتصال الرقمية العالية الوضوح، الصحافة الإلكترونية، وسائل الإعلام الاجتماعية الإلكترونية (Social Network Media)، المدونات الإلكترونية (les blogs) منتديات المحادثة الإلكترونية (discussion forums)، مواقع بث التسجيلات السمعية البصرية (مثل video youtube...)، وغيرها من التقنيات الاتصالية الحديثة التي لا تكاد تتوقف عن التجدد والتطور، بصفة مستمرة ومتواصلة.⁴

يعرف "High-tech dictionary" قاموس التكنولوجيا الرفيعة" أن الوسائط الاتصالية الجديدة بشكل مختصر ويصفها بأنها اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة. وبحسب "ليستر Lester" "الوسائط الجديدة باختصار هي مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائط التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو". ويعرفها كذلك "ستيف جونز jones" "أنها مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني؛ حيث أصبح ممكناً باستخدام الكومبيوتر كمقابل للإعلام القديم والتي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو -إلى حد ما- وغيرها من الوسائط الساكنة.⁵

¹ يوسف صالح الجري: تصميم المواقع الإلكترونية، الإصدار الأول، (د. د. ن)، (د. ب. ن)، 2014، ص 10.

² محمد جمال أحمد قبيعة: تطبيقات الإنترنت مشروع كامل ونماذج عملية، دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، 1997، ص 13.

³ ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 37.

⁴ ابراهيم بعزیز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2011، ص 68.

⁵ عبدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2018، ص ص 21، 22.

كما يشار إليها بمصطلح "الميديا الجديدة *nouveaux médias*" والمقصود بها وسائل الاتصال الأكثر حداثة، التي تستخدم بفضل الاعلام الآلي التقنيات الرقمية المتطورة، ويشار إليها أيضا بمصطلح "الميديا الرقمية *numériques medias*"، حيث يتعلق الأمر على الخصوص بالحواسيب المتصلة ومشتقاتها مثل اللوحات الإلكترونية... إلخ. بالهواتف الذكية، أجهزة التصوير، وبكل التقنيات التي تسمح بالتسجيل (*cd.mp3*). ويتم استخدام مصطلح "الميديا" للإشارة إلى وسائل البث والمحتويات معاً: المنتديات الشبكات الاجتماعية، الألعاب على الخط... إلخ.¹

من خلال هذه التعريفات السابقة يمكن القول أن الوسائط الاتصالية الجديدة تشمل جميع التقنيات والأنشطة ووسائل الاتصال الرقمية التي تسمح بتبادل المعلومات والنشر والتفاعل بين الأفراد عن طريق شبكة الأنترنت من بينها الأجهزة الإلكترونية والحواسيب واللوحات وأقراص الفيديو الرقمية.

1. 3 نشأة الوسائط الاتصالية الجديدة:

في ظل تقدم التكنولوجيا وتطورها الكبير في نهاية القرن العشرين، ظهرت الوسائط الاتصالية الجديدة إذ دخلت البشرية عصر ما بعد الحداثة، حيث تميزت أبرز ملامحه بثورة المعرفة والمعلومات وانتشارها بفضل التطور السريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مثل "الإنترنت والوسائط الجديدة" خاصة وأن هذه الأخيرة لم تحل مكان وسائل الإعلام القديمة (الصحف، الراديو، التلفزيون) بل استطاعت أن تتضمنها، فظهرت الصحف الإلكترونية والاذاعة والتلفزيون عبر الأنترنت الموصولة بالحواسيب واللوحات الإلكترونية والهواتف الذكية، التي تسهل الاستخدام والتفاعل وتتجاوز حدود الزمان والمكان.²

وقد أسهمت في بروز الوسائط الاتصالية الجديدة عدة عوامل تقنية واقتصادية وسياسية يمكن تلخيصها فيما يلي:

العامل التقني: تجسد التقدم الهائل في عالم التكنولوجيا الحديثة في مجال الكمبيوتر، بما في ذلك تجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الاتصال خاصة في ما يتعلق بالأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية، فقد اندمجت هذه التقنيات التكنولوجية في عدة تركيبات لتنتج الإنترنت والتي ستكون وسيطاً تجمع بقية الوسائط الأخرى بداخله، فقد أثرت هذه التطورات التكنولوجية على بقية قنوات

¹ الزهرة بريك: "الميديا الجديدة وأثرها على اقتصاديات وسائل الإعلام الجماهيرية دراسة وصفية تحليلية"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 8، العدد 2، جوان 2023، ص 351.

² فتيحة برك: "دراسات الجمهور من الصحيفة إلى الوسائط الجديدة: بين النظريات القاعدية والبحث عن مقاربات جديدة"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 2، العدد 1، جوان 2019، ص 54.

الإعلام (صحافة، إذاعة، تلفزيون)، كما انعكس أيضاً على طبيعة العلاقات التي تربط بين منتج الرسالة وموزعها ومتلقيها فقد تقلص العالم زماناً ومكاناً وسقطت الحواجز بين القريب والبعيد.¹

العامل الاقتصادي: المتمثل في عولمة الاقتصاد وما يتطلبه من تسريع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره تسريع تدفق المعلومات وذلك لأن المعلومات سلعة اقتصادية في حد ذاتها تزيد قيمتها يوم بعد آخر، فعولمة نظم الاتصال هي وسيلة القوى الاقتصادية لعولمة الأسواق وتنمية النزعات الاستهلاكية من جانب، وتوزيع سلع صناعة الثقافة من موسيقى وألعاب وبرامج تلفزيونية من جانب آخر.

العامل السياسي: المتمثل في زيادة استخدام وسائل الإعلام من قبل القوى السياسية بهدف تعزيز سيطرتها على سير الأمور والمحافظة على استقرار موازين القوى في عالم شديد الاضطراب زاخر بالصراعات والتناقضات.

العامل الإعلامي: مكن نشوء المجتمع المعلوماتي وسائط الاتصال الجديدة من التحول من تقديم الخدمات الإعلامية للمتلقي بشكل سلبي إلى مشاركة فاعلة ومباشرة من قبل المتلقي في إطار عملية الاتصال الجماهيري، مما أعطى لعناصر التركيبة الاجتماعية الفرصة في المساهمة في عملية اختيار وإعداد وتخزين ونشر وتوجيه المعلومات والاستفادة منها، والمشاركة الفاعلة في إطار عملية التبادل والتفاعل والحوار داخل المجتمع الواحد أو مع المجتمعات الأخرى.²

1.4 خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة:

بنيت الوسائط الاتصالية الجديدة على مجموعة من الخصائص تمثلت في:

التفاعلية: تعد التفاعلية من أهم خصائص الوسائط الاتصالية الجديدة إذ تمنح المتلقي القدرة على المشاركة في مناقشة المضمون الذي تقدمه هذه الوسائل سواء كانت خبراً أم إعلاناً أم معلومة ويمكنه التعبير عن رأيه والتعليق عليه، إذ يستطيع المتلقي للمادة الإعلامية في وسائط الاتصال الجديدة أن يتحاور مباشرة مع صانع المضمون الإعلامي عن طريق الدردشة أو عن طريق التعليق على المحتوى الذي يوفره هذا النوع من الإعلام، فبعد أن كان دور الجمهور يقتصر على تلقي الرسالة الإعلامية من دون التفاعل معها، أصبح بإمكانه أن يصبح مشاركاً في هذا الإعلام عن طريق التفاعل مع ما ينشر عبر هذه الوسائل.

اندماج الوسائل: أدت تكنولوجيا الإعلام الجديد إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة تماماً وغير مرتبطة ببعضها البعض، بحيث قامت هذه التكنولوجيا بمحو

¹ سميرة شيخاني: "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 01+02، 2010، ص 443.

² ربيعة نبار، كريمة مقاوسي: "جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد"، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 68، 2020، ص 153.

الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل، حيث اندمج التلفزيون والانترنت وأصبح كل جهاز يؤدي وظيفة الجهاز الآخر بشكل شبه كامل حيث أصبح كل جهاز يؤدي وظيفة الجهاز الآخر.¹
الكونية: حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.²

الحرية الواسعة: بعد أن كانت وسائل الإعلام التقليدية مثل الصحافة والإذاعة والتلفزيون والكتب، تتعرض لتدخل السلطات الرسمية في الدول، سواء بالسماح أو المنع للمحتوى الذي يتم نشره فيها، مما أدى إلى استخدام السلطة كأداة للسيطرة على عقل وتفكير المواطن، وقمع الإبداع والتفكير، والتحكم في وسائل الإعلام في العديد من الدول، حيث أصبحت السلطة الرابعة للإعلام تحت سيطرة هذه السلطات، وتستخدم للمديح والتمجيد والتضليل. ومع ظهور وسائل الإعلام الجديدة، وقدرتها على اختراق الحواجز الجغرافية والزمنية، تمنح حرية أوسع بكثير في تناول جميع القضايا الداخلية والخارجية التي تهم الوطن والمواطن، وتفتح أعين المواطنين على العديد من الأمور التي كانت غامضة ومحرومة عليهم معرفتها.³

المرونة: هي القدرة على الوصول إلى الكثير من مصادر المعلومات بكل سهولة. وبإمكان المستخدم الاستفادة من وسائط الاتصال الجديدة، وإتاحة هذه المصادر له يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها واختيار المناسب منها.⁴

اللاتزامنية: وهي أن الوسائل الاتصالية الجديدة توفر إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، إذ لا يشترط أن يكون جميع المستخدمين موجودين في الوقت نفسه، ويمكن للمستخدم أن يرسل الرسائل ويستقبلها سواء كان الشخص المستقبل متصل بالإنترنت أم غير متصل، فضلاً عن أن الوسائل الاتصالية الجديدة توفر لمستخدمها إمكانية الحصول على المعلومات والأخبار في الوقت الذي يريده.

التفتيت: (النظر إلى الجمهور ليس بوصفه كتلة) ويعني تعدد الرسائل التي يمكن الاختيار من بينها لتناسب الأفراد أو الجماعات الصغيرة المتجانسة بدلاً من توحيد الرسائل لتلائم الجماهير العريضة.⁵

¹ وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية، 2017، ص 100.

² عبيدة صبطي، مرجع سابق، ص 50.

³ علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 56.

⁴ المرجع نفسه، ص 57

⁵ بدر الدين بلمولاي: "دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، المجلد 09، العدد 29، 2017، ص 04.

قلة التكلفة: تمتاز الوسائط الاتصالية الجديدة بقلة التكلفة مقارنةً بالوسائل التقليدية، وهناك من يضيف خصائص أخرى لها كاتصاف مضامينها بسوء جودة المحتوى فالنصوص ذات لغة ركيكة والصوت والصورة ذات جودة سيئة بسبب عدم خبرة المنتجين.¹

1.5 وظائف الوسائط الاتصالية الجديدة:

تقوم الوسائط الاتصالية بالعديد من الوظائف أهمها:

- تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيداً عن التواصل الحقيقي بالآخرين، وتجاوز قيود العزلة هذه يتم بالاتصال بالآخرين عبر برامج الحاسوب أو الشبكات التي ترسم صورة وهمية للتواصل، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه، بل من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني، ومع آخرين يعرف بعضهم البعض إلا أنهم لا يتشاركون سمات خاصة، سوى ما يفرضه هذا الواقع وحاجاته.

- سهولة الاتصال بالمواقع الإخبارية وتميز الإعلام بالفورية، حيث تتوفر الآلاف من المنصات الإعلامية التي تقدم خدمة الأخبار، وتنشر الأحداث والتطورات التي تجري في أرجاء عديدة من العالم في نفس اللحظة التي تحدث فيها.

- القدرة على القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار وبذلك يمكن المساهمة في تشكيل رأي عام إقليمي أو عالمي اتجاه المواقف والقضايا والأفراد في وقت محدد، يتكون هذا الرأي العام من فئات مستخدمي شبكة الانترنت وخاصةً المواقع الإعلامية، المنتشرة فيها مما يجعلنا نطلق على هذه المواقع الرقمية بالتعبوية التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.

- غياب المصادر وتحري المصادقية تسهم في تدعيم وظيفة الدعاية التي تسهم في جانبها السلبي في تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية.

- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل لم يسبق له مثيل، نتيجة التقدم التكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات، وأهم هذه الخصائص سعة التخزين وسهولة الوصول إليها.

- نجد أن هناك توسعاً في استخدام وسائط الاتصال الجديدة في التعليم، ففي مجال التعليم عن بعد حققت دول العالم تقدماً كبيراً في استخدام شبكات الأنترنت لتقديم الخدمات التعليمية لمختلف المستويات التعليمية، وانتشرت المفاهيم والاستراتيجيات الخاصة بالتعليم عن بعد، والتعلم عبر

¹ حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع- نجلاء ناشرين، عمان، الأردن، 2015، ص 69.

الشبكات، والتعليم الافتراضي، والفصول الافتراضية وغيرها التي تشير إلى وظيفة الحواسيب والشبكات في التعليم.¹

6.1 تطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة:

تقوم الوسائط الاتصالية الجديدة على العديد من التطبيقات نذكر منها:

الشبكات الاجتماعية الرقمية:

يقول بيير بشأن الشبكات الاجتماعية الرقمية *Social Network Sites* أنها تعبير واسع يربطه بالمظلة "*Umbrella Terms*" حيث تعتبر الشبكات الاجتماعية الرقمية مصطلحاً شاملاً يرتبط بمجموعة متنوعة من التطبيقات، ويسمح بتجسيد فكرة حول العصر وموضاته الاجتماعية وتطورات ممارسات الأفراد داخل المجتمع، وبالتالي تعتبر الشبكات الاجتماعية المستخدمة لوظائف الويب 2.0 ثورة في عالم الإنترنت، حيث توفر حلولاً عملية عبر الإنترنت للأفراد والمجموعات دون حدود أو حواجز، باستثناء الخيال الجارف.

وفي نفس السياق يعتقد البعض الآخر أن الشبكات الاجتماعية الرقمية تسمح لمستخدمي الإنترنت بتفعيل علاقاتهم الواقعية في العالم الافتراضي وجعلها مرئية وملموسة على أرض الواقع بالنسبة للعلاقات الموجودة فعلياً خارج الإنترنت. بينما يرونها البعض الآخر تسمح للمجموعات الناشطة عبر الإنترنت والشبكات الاجتماعية الرقمية بتشكيل بني اجتماعية متشابهة.²

المدونات الإلكترونية:

المدونات ومفرداتها مدونة (*blog*) هي عبارة عن صفحة موقع على الشبكة العنكبوتية (الويب) على الإنترنت تحتوي عدداً من التدوينات (*posts*) المكتوبة بأسلوب صحفي ومرتببة زمنياً من الأحدث إلى الأقدم، تتميز المدونات بوجود آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكل مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغير منذ لحظة نشره على الشبكة، والمدونة بالإنكليزية (*blog*) مأخوذة اختصاراً من كلمة (*Weblog*) ومنها (*blogging*) أي التدوين، و(*bloggers*) المدونون، وعالم المدونات (*blogsphere*) وهو العالم المترابط في المدونات المتاحة على الإنترنت، والذي يمكن الوصول إلى المدونات فيه من خلال محركات البحث أو كشافات التدوين (*blog indexes*)، والمدونة هي أقرب ما تكون إلى الصحيفة الإلكترونية ولكن الاختلاف يكمن في ترتيب المعلومات حيث تكون المعلومات الأحدث هي الأولى التي يتم عرضها للقارئ.³

¹ نسرين حسونة : الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. شبكة الألوكة، (د، س، ن)، ص ص 12، 13.

² داود جفايلة: "إشكاليات توطين مصطلح الشبكات الاجتماعية الرقمية في النسق العربي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 01، العدد 1+2، جوان 2017، ص ص 105، 106.

³ حسين الوردي: "صحافة المدونات الإلكترونية على الانترنت عرض وتحليل"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 03، بغداد، 2007، ص 12.

الصحافة الإلكترونية:

وهي نوع من الصحافة التي يتم نشرها بشكل دوري عبر وسائل وقنوات النشر الإلكتروني، تجمع الصحافة الإلكترونية بين مفهومي الصحافة ونظام الملفات المتتابعة وتحتوي على تغطية الأحداث الجارية، ويتم الاطلاع عليها من خلال جهاز كمبيوتر عبر شبكة الإنترنت.¹

المنتديات الإلكترونية:

هي مواقع على الشبكة يتم تثبيت برنامج المنتدى عليها، وتحتوي على روابط مصنفة والمعرفات الثابتة للمشرفين والأعضاء على حد سواء، عادة ما يكون هناك مشرف عام لكل منتدى يعرف في بعض المنتديات بالمراقب العام، بالإضافة إلى فريق من المشرفين لهم صلاحيات مختلفة يتمكن بعض المشرفون من تحرير وتعديل مشاركات بقية الأعضاء الآخرين، بينما يتمتع آخرون بصلاحيات تشمل حذف المواضيع، وفي الغالب يكون المشرفون أعضاء عاديين في المنتدى تتم ترقيتهم وفق اعتبارات تضعها إدارة المنتدى.²

المواقع الإلكترونية:

عرف "عبد الله عمر خليل" الموقع الإلكتروني بأنه "مكان أو مساحة يتم تخصيصها على شبكة الإنترنت، وهو يحتوي على الكثير من المعلومات، كما أنه يقدم خدمات تفاعلية أخرى للمستخدم. فكل موقع مقسم إلى عدة صفحات مع وجود صفحة رئيسية للموقع، وكل صفحة في الموقع هي عبارة عن نسق خاص أو نظام معين ترتب فيه المعلومات بشكل جميل ومنسق سواء كانت نصاً أم صوتاً أم صورة".³

2. الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في الوسائط الاتصالية الجديدة:

إن الانحياز من خلال هذا المبحث الوقوف على ماهية الأخلاقيات المهنية، نشأتها، مبادئ موثيق أخلاقيات المهنة والقيم الأخلاقية في العمل الإعلامي، أهمية وأهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية.

2.1 مفهوم الأخلاقيات المهنية والممارسة الإعلامية:

يذكر "محمد الجابري" في المعنى اللغوي بأن الكلمة "خلق" أصيلة في اللغة العربية، وأكثر من ذلك احتفظت بمعناها الأصلي إلى اليوم، قال في "لسان العرب": "الخلق: السجية، يقال: "خالص المؤمن

¹ علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 10.

² سعد بن المحارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2011، ص 107.

³ رايح رباب، عبد الرحمان قدي: "أنشطة التعليم العالي في المواقع الإلكترونية الجامعية (دراسة وصفية مقارنة بين الموقعين الإلكترونيين الرسميين لكل من جامعة ورقلة وجامعة قسنطينة 1)", مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، جوان 2016، العدد 27، ص 286.

وخالق الفاجر". وأيضاً الخلق: الدين والطبع والسجية. وتخلق أظهر في خلقه خلاف نيته". وفي حديث عمر من تخلق للناس بما يعلم الله أنه ليس من نفسه شأنه الله. أي تكلف أن يظهر من نفسه خلاف ما ينطوي عليه، مثل تصنع وتجميل إذا أظهر الصنيع والجميل"، و"الخلاق الحظ والنصيب من الخير والصلاح".¹

أما اصطلاحاً فالخلق عبارة عن هيئة للنفس راسخة تصدر عنها الأفعال بسهولة ويسر من غير حاجة إلى فكر وروية، فإن كانت الهيئة بحيث تصدر عنها الأفعال الجميلة عقلاً وشرعاً بسهولة، سميت الهيئة خلقاً حسناً، وإن كان الصادر منها الأفعال القبيحة، سميت الهيئة التي هي المصدر خلقاً سيئاً.² وتعرف الأخلاقيات بأنها "مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في موثيق شرف مهنية يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات عليهم في حالة الخروج عنها".³

وبشكل أكثر دقة يمكن تعريف الأخلاقيات بأنها "مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الانسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال، وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الانساني".⁴

وتعرف الأخلاقيات المهنية حسب "طاهر موسى الخوري" بأنها تتعلق بسلوك الشخص وتصرفه وممارسته عندما يقوم بتنفيذ عمله المهني، ويتم تنظيم دساتير السلوك ودساتير العمل عامة لكثير من المؤسسات المهنية لتقيد أعضائها بها، وأي دستور قد يعتبر مجموعة الخبرات يتم وضعها بشكل رسمي ضمن مجموعة قواعد، ويتم تبني الدستور من قبل المجموع لأن أعضائه يقبلون ويلتزمون به بما فيه القيود المطبقة".⁵

ويعرف كذلك "سليمان صالح" أخلاقيات الإعلام بأنها منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر، وضمان حماية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين".⁶

¹ محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي الغربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001، ص 32.

² عبد الله بن ضيف الله الرجيلي: الأخلاق الفاضلة قواعد ومنطلقات لاكتسابها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2008، ص 27.

³ مجمع اللغة العربية، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، مصر، 2008، ص 29.

⁴ سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح، الكويت، 2002، ص 58.

⁵ طاهر موسى الخوري: أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع الدساتير وموثير الشرف في خمسين دولة، عمان، 2004، ص 41.

⁶ حسني محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010، ص 270.

في ضوء هذه التعاريف يمكن تقديم تعريف شامل لأخلاقيات الممارسة الإعلامية على "أنها نظام يقوم على مجموعة من القواعد والقوانين والواجبات التي يجب أن يلتزم بها الصحفيين أثناء القيام بعملهم الإعلامي بكل دقة ومصداقية من أجل كسب ثقة الجمهور وتعزيز دورهم في المجتمع".

2.2 نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

لقد بدأ ظهور ميثاق أخلاقية في السويد عام 1916م وفي فرنسا عام 1918، ثم بدأ تدوين قواعد السلوك المهني للمرة الأولى في بداية العشرينيات من هذا القرن.¹

وفي سياق الحديث عن المبادرات الأولى لوضع إطار أخلاقي للمهنة الصحفية يمكن سرد الآتي:

في فرنسا: قامت الحكومة الفرنسية في عام 1918 بوضع ميثاق الأخلاق المهنية للصحافة بعد الحرب العالمية الأولى، بسبب الدور الهام الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة، تم تعديل الميثاق ومراجعته في عام 1938، وندد بالأساليب غير الأخلاقية للحصول على المعلومات ورفض أي نوع من أنواع الرشوة.

الولايات المتحدة الأمريكية سنة 1923: وضعت جمعية رؤساء التحرير الأمريكية ميثاق الأخلاق المهنية للصحافة، وجاء في الميثاق مسؤولية الصحفيين وحرية الصحافة واستقلاليتها والصدق والموضوعية²، وهو يعتبر هذا الميثاق استكمالاً لبيان قواعد أخلاقيات الصحافة الذي صدر في عام 1922 تحت اسم "قوانين الصحافة"³.

بريطانيا سنة 1930: في بريطانيا في عام 1930، قام صحافيوها بوضع ميثاق الشرف المهني للصحافة بمبادرة منهم، وبعد ذلك أصدر الاتحاد الوطني للصحفيين الميثاق في عام 1930.

في براغ في عام 1936: ناقش المؤتمر العالمي للصحافة في المدينة ما يجب على الصحافة أن تفعله، واعترف بأن الصحفي المحترف يجب أن يلتزم بالأخلاق والقيم الصحفية: أن يراجع كل خبر تنشره الجريدة بكل أمانة وصدق ويخص بهذه العناية كل الأخبار التي قد تثير تعصباً في الرأي، وأن يعترف بحقه وحقوق الآخرين في نشر الأخبار الموضوعية عن الأحداث الداخلية والمسائل المتصلة بالدول الأخرى، كما على الصحفي أن يتجنب كل نقد تافه وغير موضوعي في شؤون السياسة والإساءة إلى دول أخرى، إلى جانب الابتعاد عن تزيين العنف والتحريض على استعماله لتسوية المنازعات الداخلية أو الدولية، وأن يحارب الفكرة القائلة بحتمية الحروب لحل النزاعات.

¹ ليلي عبد المجيد، مرجع سابق، ص 233.

² ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سابق، ص 25.

³ جون ل هاتلنج: أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص 140.

بهذا فإن هذا المؤتمر انصب اهتمامه على تحقيق السلم والأمن الدوليين وهذا راجع إلى أنه جاء في فترة ما بين الحربين العالميتين التي تميزت بتوتر العلاقات الدولية.¹

هذا بالإضافة إلى محاولات أخرى كان لها أهمية في تاريخ مهنة الصحافة، مثل المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحفيين الذي عقد في بوردو عام 1939، والذي أطلق عليه "عهد الشرف الصحفي"، حيث تم التركيز على ضرورة أن يتحلى الصحفيون بالموضوعية وتحديد مسؤوليات الصحافة اتجاه المجتمع والحكومة وتنظيم علاقة الصحفيين ببعضهم البعض، وفي عام 1942 عُقد المؤتمر الأول للصحافة القومية للأمريكتين في المكسيك، حيث تم التأكيد على أن الصحافة الكفاء تتطلب الموضوعية والصدق واحترام السرية المهنية، وتطرق أيضًا إلى العقاب والمسؤولية التي تواجه الصحافة وأهمية حماية الحياة الخاصة للأشخاص.

وبعد هذه المحاولات الناجحة التي أحدثت تغييرًا في مجال الممارسة الإعلامية وأثرت بشكل كبير على مفهوم الرسالة الصحفية، هناك محاولات أخرى في الدول الغربية والنامية التي فرضتها التغيرات الزمنية، مثل ما حدث في الهند عام 1950 حيث أصدرت هيئة محرري الصحف الهندية بيانًا لتنظيم مهنة الصحافة ودعت الصحفيين إلى التفرقة بين المصلحة العامة والفضول العام والسعي دائمًا لخدمة المصلحة العامة، بالإضافة إلى ذلك، هناك محاولة عربية أخرى من خلال صدور دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب عام 1964، وكذلك في أستراليا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية عام 1975.²

2.3 أهمية وأهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية:

أهمية أخلاقيات المهنة الإعلامية:

- الإعلامي الناجح والموضوعي بدلاً من أن يركز فقط على القوانين والرقابة الحكومية يعتمد على الدوافع الشخصية والرقابة الذاتية وأخلاقيات المهنة كأدوات لتنظيم عمله الإعلامي، فأهمية أخلاقيات المهنة ترجع لكونها تعد بمثابة وجهات داخلية لقرارات الصحفي في مختلف المواقف والموضوعات التي يواجهها أثناء عمله المهني.

- أخلاقيات المهنة هي مجموعة من المبادئ والقيم التي تحدد ما هو صحيح وموضوعي في العمل الإعلامي، وهي تعتمد على مجموعة مختارة من القواعد الموجهة للسلوك الأخلاقي، وهذه المبادئ مهمة للمؤسسات الإعلامية خاصة في أوقات الأزمات وتستهدف هذه المبادئ تشكيل ذاتية المؤسسة الإعلامية أو الجماعة المهنية.

¹ ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سابق، ص 26.

² مصطفى ثابت، عادل جربوعة: أخلاقيات الإعلام في الجزائر بين الطرح التشريعي والواقع المهني، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي للإعلام المحلي في الجزائر "التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل"، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، أكتوبر 2019، ص 5، 6.

- تتطلب أخلاقيات المهنة الإعلامية أن يكون التحكم والرقابة ذاتية، وأن يكون ذو الضمير الذي يحرص على انتقاء معلوماته وأخباره من مصادر موثوقة عالية المصداقية بحيث يكسب فيها ثقة الجمهور، فشعور الإعلامي بالمسؤولية لا يمكن أن يكون مفروضاً من خلال القوانين فحسب، بل تأتي من رقابته الذاتية لنفسه والتزامه بمعايير المهنة الرفيعة، فكلما كان الإعلامي متفانياً في مهنته محباً لها ملتزماً بقوانينها حصل على احترام وثقة الآخرين سواء داخل المنشأة (الزملاء والمسؤولين) أو خارجها (الجمهور والمتلقين له ولأعماله).

- الإعلامي يكون مسؤولاً اتجاه العديد من الجهات فهو مسؤول أولاً أمام ذاته، ومن ثم الجمهور والمعلنين والملاك للوسيلة الإعلامية وزملائه وأخيراً أمام المجتمع بأسره.¹

أهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية:

تهدف عملية أخلة المهنة الإعلامية إلى تحقيق عدة مبادئ منها:

- حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول لوسائل الاتصال أو استغلالها لأغراض اجتماعية وغير مشروعة،

- حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤوليتها أو يفعلوا ما لا تملية عليهم ضمائرهم، أو يتعرضوا للإذلال أو الانتهاك.

- تحافظ على فتح قنوات الاتصال بحيث يصبح الاتصال ذو اتجاهين، وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول على المعلومات في أي وقت، باستثناء الظروف المتعلقة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في ذلك استطاعت الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحكم بها، بحيث يصبح في إمكانهم تغيير آراءهم المؤيدة أو المعارضة باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري.

- تشكل هذه الزوايا الثلاثة بشكل عام فلسفة أهداف موائيق أخلاقيات المهنة، وعلى الرغم من بعض الموائيق التي تصاغ لتصبح أداة للرقابة على الصحف.²

2. 4 مبادئ موائيق أخلاقيات المهنة والقيم الأخلاقية في العمل الإعلامي: رغم تعدد موائيق

أخلاقيات المهنة واختلاف طريقة وضعها وتنظيمها إلا أنها تشترك في جملة من المبادئ نذكر منها:

المحافظة على حقوق الآخرين: وعدم التعدي على حرياتهم وكشف أسرار بيوتهم ما لم تكن قضية تعني المجتمع كالجرائم، وأيضاً تحرى كتابة القصة الخبرية بإنصاف بذكر أقوال جميع الأطراف وبحيادية

¹ عبد الرزاق محمد الدليبي: أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. دار البازوري، عمان، الأردن، 2019، ص، ص 13، 14.

² فاطمة خرشف: "أخلاقيات المهنة الإعلامية في التشريع الجزائري"، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، سبتمبر 2021، المجلد 01، العدد 2، ص 74.

تامة وإبداء وجهة النظر الخاصة والرأي الشخصي مع إيضاح أنه رأي شخصي ولا يمثل رأي الجريدة أو الموقع الذي يتبع له.¹

الموضوعية: وتعني غياب ذاتية المحرر عند كتابة الخبر، وأن يتم تقديم الخبر بشكل مجرد بذكر الحقائق دون أي تشويه أو إضافة، فمن حق القارئ أن يحصل على الخبر من دون أي تشويه أو تحريف، ويتضمن ذلك الالتزام بموضوع الخبر واختياره وأسلوب عرضه وصياغته وتقديم وقائعه الحقيقية كما جرت من غير تحريف أو تلوين أو تشويه، وتميز الموضوعية بالسعي من أجل أهداف عديدة من بينها تحقيق النزاهة والتوازن، بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لأبداء وجهات نظرها حتى يتسنى للجمهور الحصول على المعلومات اللازمة حول قضية أو حدث من الأحداث، فضلاً عن تقديم الحقائق من غير تفسير.²

وقد اتفق الباحثون حول عدد من المحددات التي تساهم في تحقيق الموضوعية في التغطية الإعلامية والعوامل التي تبعدها عنها، فيشير "برادلي Braddley" أن الممارسات التي تشوه الموضوعية تتمثل في حذف الوقائع ذات الأهمية، وإضافة تفاصيل غير مطلوبة على حساب الحقائق المهمة، وخداع أو غش القارئ بشكل واع أو غير واع، وإخفاء تحيزات المندوبين خلف بعض الصفات التي تنتشر في الموضوع الصحفي.

أما "وستلي Westley" فيذهب إلى أن الموضوعية الصحفية تتحقق من خلال مجموعة من القرارات الإرادية الصحفية منها التوازن: وهي الحرص على تقديم كافة الآراء المتعارضة في الموضوع المطروح، والإسناد: وهو تحديد مصدر كل رأي أو معلومة في الموضوع الصحفي الخبري، سواء مصدر حي أو غير حي، وعدم خلط الخبر برأي المندوب أو المحرر مع الحرص على تقديم معلومات خلفية توضح الحدث، وبمفهوم المخالفة فإن غياب أي من المحددات السالفة من شأنه أن يقلل من الموضوعية في الموضوع الخبري بأنواعه المختلفة.³

المصدقية والأمانة: تعتبر الأمانة والمصدقية من أبرز المعايير التي يجب توفرها في المعلومة المرسلة للمتلقي، فهي بمثابة أمانة لدى حراس البوابة الإعلامية ووسيلة الإعلام اتجاه الجمهور،⁴ وتعد المصدقية مفهوماً متعدد الرؤى بإعطائهم تعريفات مختلفة، فقد عرفت الباحثة عبد العزيز عزه بأنها "نوع من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية بحيث يتوافر فيها كل أبعاد الموضوع

¹ أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، مركز هرديو "hrdo center"، القاهرة، 2016، ص 6.

² زهراء حسين جبار: "المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية دراسة في مواقع (المركز الخبري لشبكة الإعلام العراقي، الجزيرة نت، BBC Arabic)"، مجلة أهل البيت، العدد 24، (د، س، ن)، ص 444.

³ محمد حسام الدين، مرجع سابق، ص 128.

⁴ محمد علاوة: "أخلاقيات الصحافة ومبادئ العمل الإعلامي في الجزائر (قراءة تحليلية لقانون الإعلام 2012، وقانون السمعي البصري)"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 04، 2020، ص ص 286، 287.

بطريقة متوازنة تستند على شواهد وأدلة ودقة في عرض المعلومات وفصلها عن الآراء الشخصية، وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة".

ويعتبر البعض بأن المصداقية تعكس قابلية الجمهور للإيمان بالمحتوى الاتصالي بسبب الثقة في أحد عناصر العملية الاتصالية أو الثقة فيها جميعاً¹، فهي من جهة تعكس مصداقية الإعلان ومن جهة أخرى تظهر مدى احترام الإعلام عقل الجمهور، إذ أنه وجب على الصحفي والإعلامي أن يكون حريصاً كل الحرص على تحري الصدق أثناء ممارسته لمهامه سواء كان بصدد نقل خبر أو إعداد تقرير أو تحقيق أو أي نوع صحفي آخر، وذلك بغية تقديم رسالة إعلامية بناءة وهادفة، مع جعل تلك الرسائل والمضامين الإعلامية القائمة على الصدق كأمانة وجب صونها والاعتناء بها بدءاً من مرحلة البحث عن المعلومة والوصول إليها، وصولاً إلى مرحلة الإعداد والنشر والبت ونقلها للجمهور،

إن ما سلفت الإشارة إليه لن يتأتى إلا من خلال ابتعاد الإعلامي عن مختلف الأطراف التي تسعى إلى توريثه من خلال تقديم معلومات مغلوبة عن وقائع وأحداث معينة بغية تحقيق أهداف شخصية على حسابه وحساب الوسيلة الإعلامية، ليكون الضحية هو المتلقي. ولتكون بذلك الرسالة غير الصادقة كسلعة منتهية الصلاحية ليست لها قيمة.²

حرية الرأي والتعبير والنقد: تشدد الموائيق الأخلاقية على ضرورة الدفاع عن حرية الرأي والتعبير والنقد التي تتطلبها الحقوق الخاصة والعامة؛ وهذا يعني رفض أي تهديد يستهدف وسائل الاعلام، وتكريس مبدأ حق النقد والتشديد على ضرورة الدفاع على حق الآخرين في النقد والتعبير والدفاع على حق الرد.

حماية استقلالية الصحفي ونزاهته المهنية: من خلال رفض التأثيرات المادية والمعنوية، ورفض أي تدخل خارجي في عمل الصحفي وبالتالي الاعتراف بحريته في ما يتعلق بالمؤسسة، ومن أجل تحقيق ذلك لابد من أن يتمتع الصحفي بكامل حقوقه الاجتماعية بما في ذلك راتب محترم وتأمين اجتماعي وغيرها من الحقوق التي تضمن العيش الكريم للصحفي.

احترام الحقيقة في البحث عن الأخبار وصياغتها: يشير إلى الامتثال لمعايير النزاهة في التعامل مع الأخبار وتقديم المعلومات الصحيحة للجمهور، وتجنب الصحفي الغش، وأي نوع من التلاعب في الخبر سواء عن طريق اختلاق الأخبار أو تحريفها، أو الإغفال المتعمد لبعض عناصرها. ومن القيم التي تؤمن هذه النزاهة: المصداقية والسعي قدر الإمكان إلى الموضوعية والحياد، عدم الخلط بين الخبر والاعلان والدعاية والسياسية، وعدم تشويه الوقائع أو تحريفها قصداً من خلال تضخيم خبر ما أو تهميشه أو

¹ يعقوب مليزي، بيران بن شاعة: "الالتزام بالمعايير الأخلاقية المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (دراسة تحليلية لموقع الشروق أونلاين)"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 17، العدد 02، 2020، ص 404.

² محمد علاوة، مرجع سابق، ص ص 286، 287.

تجاهله أو التركيز على نقطة ثانوية فيه، وعدم التلاعب بالمعطيات، وعدم تشويه الصور أو الوثائق، تحاشي توجيه الاتهامات من دون إثبات أو بالاستناد إلى القنوات الشخصية التي قد تكون مغلوبة، عدم استخدام المهنة لتصفية حسابات خاصة مع الآخرين، تصحيح وتصويب الأخبار الخاطئة وإعطاء حق الرد للأشخاص المعنيين بها المندوب أو المحرر مع الحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث، وبمفهوم المخالفة فإن غياب أي من المحددات السالفة من شأنه أن يقلل من الموضوعية في الموضوع الخبري بأنواعه المختلفة.¹

احترام الكرامة الإنسانية: يعني عرض الأخبار بطريقة تحافظ على كرامة الجماعات الثقافية والدينية والفردية، وذلك من خلال استخدام وسائل قانونية للحصول على المعلومات دون استخدام أساليب التوريط والخداع أو الابتزاز.

وقد تطرق المشرع الجزائري إلى ذلك في المادة 93 من قانون الإعلام 2012 أين أكد على عدم انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، وأيضاً الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.²

الدقة: تعني كل جملة في القصة الخبرية أو التقرير الخبري، وكل اسم أو تاريخ أو سن أو اقتباس من كلام المصدر يجب أن يكون صحيح، تعني كذلك صحة تفاصيل الخبر بأكمله، ومن الباحثين من عرف الدقة بأنها "نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله بدقة من دون حذف يخل بسياق الواقعة أو الحادثة، من دون مبالغة حتى لا يعطيها معنى أو تأثيراً مخالفاً للحقيقة".³

عدم استغلال المهنة للحصول على مكاسب شخصية: يعني عدم استخدام الصحفي لوظيفته في الحصول على أي هبات أو تبرعات مالية من جهات داخلية أو خارجية سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، ويمكن أن تشمل هذه الرشاوي والهدايا والمجاملات، والرحلات المجانية أو الامتيازات من أجل النشر أو لإخفاء المعلومات، كل هذا يمكن أن يؤدي إلى تنازل الصحفي عن أمانته وعن أمانة صحيفته، ويجب على الصحفي أن يتجنب قبول أي شيء له قيمة مادية مجاناً، وأن يمتنع عن كتابة أي شيء يتعلق بالأسهم أو السندات التي قد يستفيد منها هو أو أقاربه مباشرة، يعتبر الصحفي الذي يستغل وضعه المهني لأغراض شخصية أو أنانية أو لدوافع أخرى غير جدير بالمهنة ويفقد ثقة الجمهور.⁴

¹ فلة بن دالي: مسؤولية الصحافة ما بين أخلاقيات المهنة والنصوص التشريعية دراسة مسحية لعينة من مسؤولي النشر والصحفيين الجزائريين خلال مرحلة التعددية، أطروحة دكتوراه في علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، 2019، 2020، ص ص 54، 55.

² محمد علاوة، مرجع سابق، ص 288.

³ يعقوب مليزي، بيران بن شاعة، مرجع سابق، ص 404.

⁴ خالد العزاوي: التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص ص 66، 67.

2. 5 مصادر أخلاقيات العمل الإعلامي:

السياسة الإعلامية: تتأثر أخلاقيات المهنة بالسياسة الإعلامية المتبعة في البيئة التي يعمل فيها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المختلفة التي تحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها وتختلف هذه السياسات من دولة لأخرى بناءً على طبيعة الأنظمة الحاكمة ومجتمعاتها، تعمل قوانين وتشريعات العمل الإعلامي على تنظيم المهنة الإعلامية من خلال مجموعة من القواعد التي تحظر بعض الأمور التي يجب على المؤسسات الإعلامية الالتزام بها، تسعى المجالس المهنية والنقابات الإعلامية لوضع بعض الضوابط والمواثيق التي تهدف إلى تنظيم المهنة وتأكيد مسؤوليتها الاجتماعية وتلعب النقابات الصحفية دوراً مهماً في هذا المجال.¹

المؤسسة الصحفية: كل مؤسسة إعلامية لها تقاليد وسياساتها الخاصة التي تحدد القيم التنظيمية التي تعتمدها، والتي يؤمن بها العاملون في المنظمة، وبلا شك تؤثر سياسة المؤسسة الصحفية في جميع جوانب النشاط الإعلامي خاصةً في ما يتعلق بجمع الخبر وأسلوب تحريره، حيث لا تنشر أو تذيع المؤسسة إلا ما يتوافق مع سياساتها الإعلامية وما يتناسب مع السياسة العامة للدولة.

فريق العمل: يعد فريق العمل أحد مصادر أخلاقيات العمل الإعلامي حيث تفرض آليات العمل أخلاقيات مهنية على زملاء المهنة وتصبح جزء من متطلبات إنجاز العمل أو ما يعرف بتقاليد العمل، إذ أن فريق العمل الصحفي لا ينفصل عن الإطار الأخلاقي العام في المجتمع والسياسات والمهنة؛ إذ يجب أن يكونوا على دراية بالقوانين والمواثيق والبدساتير التي تؤثر في طبيعة عمل الفريق الواحد داخل المؤسسة، فمثلاً دستور اتحاد الصحفيين العرب حدد عدد من الواجبات الأخلاقية جاءت في البنود (9، 10، 11) على الصحفيين الالتزام بالتعاون لرفع مستوى الصحافة العربية في توجهاتها للأشخاص القائمين بالعمل فيها على أن ينبذوا كل من يخل بشرف المهنة، وأن يدافعوا عن كرامة المهنة وحقوق الزملاء، وأن يكونوا أمناء على أسرار المهنة.²

المجتمع: فهو المصدر الرئيسي الذي يستمد منه الصحفي أخلاقياته المهنية. ولكي تكون رسالته الصحفية الموجهة إلى الجمهور فعالة يجب عليه أن يعبر عن نبض الجماهير وإحساسها ومشاكلها وهمومها، وأن يسعى دائماً إلى تقديم رسالته بموضوعية وشفافية وأن يقدم الحلول المقترحة ويوجه ويعلم بمختلف القضايا التي تهم المجتمع، ذلك لأن الناس تميل إلى التطلع إلى وسائل الإعلام طلباً

¹ حبيبة عثمان عباس الطيب: دور المعايير الأخلاقية في تحسين الأداء الإعلامي دراسة حالة السودان من كتاب أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، دار الحنين للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021، ص 176.

² المرجع نفسه، ص 177.

للمعلومات والتوجيه والعون المعنوي، وكلمات التشجيع والقصص الخيرية التي تشبع الأفكار المتعلقة بالتسامح والتفهم والحب والسلام والتي تولد الأمل.¹

2.6 أخلاقيات الممارسة الإعلامية في القوانين الجزائرية:

أخلاقيات الممارسة الإعلامية من خلال القانون العضوي 2012:

تضمن القانون العضوي 133 مادة مقسمة على 12 باباً حيث جاء في الباب السادس بعض المواد المتعلقة بأخلاقيات الممارسة الإعلامية² إذ تنص المادة (83) على "يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به".³

وفي المادة (84) "يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول إلى مصدر الخبر ما عدا في الحالات التالية:

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به.
- عندما يمس الخبر بأمن الدولة و /أو السيادة الوطنية مساساً واضحاً عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي.

- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي.

- عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد".⁴

وعرض قانون الإعلام في الفصل الثاني والذي كان بعنوان "أداب وأخلاقيات المهنة" المادة (92) أنه "يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لأداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي". وزيادةً على الأحكام الواردة في المادة (02) من هذا القانون العضوي يجب على الصحفي على الخصوص:

- احترام شعارات الدولة ورموزها.
- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي.
- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية.
- تصحيح كل خبر غير صحيح.
- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني والامتناع عن تمجيد الاستعمار".

¹ محمد عبود مهدي: "أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة"، مجلة أهل البيت، العدد 03، (د، س، ن)، ص 210.

² بن عمار شيرزاد، مرجع سابق، ص 78.

³ القانون رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012، يتضمن القانون العضوي المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 2 الصادر بتاريخ 12 يناير 2012، ص 9.

⁴ المرجع نفسه، ص 10.

- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بالعنصرية وعدم التسامح والعنف الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف.
- الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.¹
- أخلاقيات الممارسة الإعلامية من خلال قانون 2014:
- بعد عرض مشروع القانون على المجلس الوطني الشعبي، وبعد التعديلات التي أجريت عليه أصبح القانون في صيغته النهائية في الجريدة الرسمية يوم الاثنين 23 مارس 2014، وأهم المواد التي تناولت أخلاقيات المهنة في القانون نجد: المادة (02) التي تنص على ممارسة النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة (02) من القانون العضوي 2012، وهذا يعني استناداً لما سبق فممارسة النشاط السمعي البصري يجب أن تتم مع احترام ما يلي:
- احترام شعارات الدولة.
- الاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي.
- 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 الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.²

الممارسة الإعلامية في ظل المرسوم التنفيذي 20-332:

ينظم المرسوم التنفيذي 20-332 للإعلام الإلكتروني بعد أن اكتفى القانون العضوي للإعلام 05/12 بتنظيم هذا المجال في الباب الخامس تحت مسمى وسائل الإعلام الإلكترونية في ست مواد، إذ اختصت المادة 67 منه بتعريف الصحافة الإلكترونية كخدمة اتصال مكتوب عبر الأنترنت والشيء نفسه للسمعي البصري في المادة 69 من ذات القانون، أما تنظيم الممارسة فإن المادة 71 من هذا القانون العضوي تحيلنا إلى المادة الثانية منه، والتي جاء فيها "يمارس 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

¹ القانون رقم 05-12، مرجع سابق، ص 10.

² هاجر بولصنام، نادية بوخرص: "المسؤولية الأخلاقية للعمل الصحفي في ظل التعددية الإعلامية بالجزائر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة أنموذجاً"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحيى فارس، المدينة، المجلد 08، العدد 01، جانفي 2022، ص 67.

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 للأراء والأفكار، كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية".¹

وإذا وقفنا تحديداً على نشاط السمي البصري عبر الأنترنت والذي عرفه المشرع في المرسوم التنفيذي رقم 20-332 الذي يحدد كيفية ممارسة الإعلام عبر الأنترنت والرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني "بأنه كل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الأنترنت (واب تلفزيون واب إذاعة) موجهة للجمهور أو فئة منه، وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي" بالمفهوم المحدد في المادة 69 من القانون العضوي رقم 05-12 المتعلق بقانون الإعلام.²

2.7 أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الاتصال الجديدة:

تظهر أهمية وسائل الإعلام المتعددة أثناء أداء الوظائف الأساسية المتنوعة التي يتحملها الإعلامي، حيث يتحمل مسؤولية اتجاه المجتمع من خلال توفير المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين. ومن بين هذه الوظائف الأساسية: الوظيفة السياسية، والوظيفة التعليمية، الوظيفة الثقافية، الوظيفة التوجيهية، والوظيفة الإخبارية. ومن خلال هذه الوظائف الأساسية، تتجلى القواعد الأخلاقية للمهنة الإعلامية بشكل عام، حيث تستند إلى احترام الأفكار وتعزز التوازن التفاعلي بين القائمين بالاتصال والجمهور في مجال الإعلام. وقد وضع الخبراء في مجال الإعلام مبادئ أخلاقية للمهنة، تتمثل في المعايير المهنية مثل قول الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن واحترام الذات، من خلال الابتعاد عن كل ما يؤدي إلى خدش الأصول المهنية والالتزام بالقواعد الصارمة للممارسة. وقد أضاف التطور التكنولوجي الذي حدث في السنوات العشر الأخيرة عنصراً جديداً للحاجة إلى الأخلاقيات الإعلامية.

فالتغطية السريعة للأخبار وسرعة انتقال المعلومات وظاهرة العولمة والمنافسة الشرسة بين مئات المحطات التي تحاول كل منها إيجاد موقع لها عند الجمهور، جعلت وسائل الإعلام تهتم بتغطية واسعة وسريعة للأخبار تترافق مع سرعة التقنيات الحديثة، وهذا ما جعل الخبر -على أهميته- يصبح قديماً بعد برهة قصيرة ويترك مكانه لأخبار جديدة. فنرى الأخبار تتوالى بسرعة مع الانطباع أنها متساوية تقريبا في الأهمية، وما دخول الأنترنت على خط هذه المنافسة الصحفية إلا لتعميق هذا الأمر.³

¹ سعيد عادل بهناس، نبيلة قاسمي الحسني: "تنظيم الإعلام الإلكتروني في الجزائر في ظل المرسوم التنفيذي رقم 20-332"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 06، العدد 01، 2022، ص ص 2375، 2376.

² نورة رمدموم: "التنظيم القانوني لنشاط الإعلام عبر الأنترنت وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 20-332 الذي يحدد كيفية ممارسة الإعلام عبر الأنترنت"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 07، العدد 04، ديسمبر 2022، ص 291.

³ فاطمة الزهراء ثنيو: "المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد بين التضليل وتنوير الرأي العام"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2019، ص ص 235، 236.

إن نمو وسائل الإعلام الجديدة يعني أن أخلاقيات الصحافة تمر بمرحلة انتقالية صعبة من الأخلاقيات المهنية التقليدية إلى أخلاقيات الإعلام المختلط. ويكافح كل من الصحفيين المحترفين والمواطنين الصحفيين من أجل إعادة مؤامة أخلاقيات الإعلام، ومناقشة ما إذا كان سيتم تكييف المعايير الحالية، مثل الدقة والتحقق والموضوعية مع البيئة الإعلامية الجديدة وكيفية ذلك، وعلى الرغم من الصدام الأولي بين القيم، فإن أعدادًا متزايدة من الصحفيين المسؤولين خارج البيئة الرقمية وداخلها يعملون على تطوير أخلاقيات إعلامية تدمج الممارسات الإعلامية التقليدية والجديدة.¹

2. 8 تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة:

لا شك أن العلاقة الوثيقة والمتعددة الأبعاد بين الصحافة والتقنية (الرقمية) سمحت بالحديث عن توجه جديد يربط بين الممارسة والهوية. يشير العديد من المختصين في هذا المجال، أن التقنيات الجديدة والتطبيقات التكنولوجية ووسائط الاتصال الاجتماعي تمثل قفزة نوعية للتواصل بشكل تفاعلي وانفعالي ومستمر...، لكن رغم هذا التطور فهناك من الباحثين مع تحدث عن العوائق والصعوبات والمخاطر الكبرى لهذا التقدم التكنولوجي والإقرار بوجود أزمة (*Crise*) حقيقية في هوية المهنة الإعلامية والصحفية التي ابتعدت تدريجياً عن مبادئها الأصلية، خاصةً مع تنوع وكثرة الأحداث المتجددة، وتعدد أنماط وأساليب استعمال واستخدام الوسائط الجديدة التي تتميز بشكل أساسي بالتفاعل والسرعة والفعالية والانتشار، فالعمل الصحفي اليوم هو أيضاً يوجد في خانة الشك والتساؤل، فالسرعة على سبيل المثال في أخذ القرارات والقدرة في إنتاج المضامين والرد على التعليقات الآنية والفورية هي مهام ووظائف نوعية تبقى مطلوبة بصفة خاصة في الممارسة المهنية، لكن هذا في نظر العديد من المختصين يسبب مشاكل متنوعة، لأنها تتعارض مع "الواقعية" في الممارسة وتسبب التوتر والقلق جراء الإجراءات الاستعجالية والحتمية الآنية في التعامل مع الجمهور والخبر، وهذه التحولات المركزية بمحدداتها المختلفة تفرض إعادة بناء وتنظيم الممارسة المهنية الصحفية المعاصرة، وهي تتطلب الكثير من القدرات والإمكانيات والكفاءات والتشريعات اللازمة، للتعامل بكل مصداقية وموثوقية مع المعلومات ومصادر والأخبار.

كما أن الأمر حسب ما أشار إليه الباحث "باتريك شامبان" في كتابه المشهور (*La Double journalisme Dépendance sur le*) يتطلب من الصحفي القدرة على التكيف مع هذا الواقع لتقديم الخبر على المباشر، وفي وقته الواقعي -الأصلي- لكن لا يكشف عن المضمون الإعلامي بشكل واعي ولا يقدم تفاصيل واقع الحدث والخبر لأنه يركز فقط على التمثيل الحي والتعبير المباشر.

إذا كانت بعض التصورات تؤكد على التحول المنطقي والإيجابي للممارسة الصحفية التي تربط بين المهنة والتقنية، فإن الباحث "الفرنسي" دومينيك فولتون *Dominique Wolton* والمختص في

¹ Mahmoud Eid, Stephen J. A. Ward: Ethics, New Media, and Social Networks, **Global Media Journal - Canadian Edition**, Volume 2, Issue 1, 2009. p. 01.

الدراسات التواصلية يرى عكس ذلك قائلاً أن هذه التحولات التي فرضتها وسائط الاتصال الجديدة والثورة الرقمية، لها طابع قمعي لمبادئ الاتصال الجوهرية وللممارسة المهنية الإعلامية، وهذا يفترض إعادة صياغة سؤال أسس بعض الممارسات التي وفرها الواقع الافتراضي والرقمي "كالتعددية *pluralisme*" و"النوعية *qualité*" و"السرعة *vitesse*" وهي معطيات جديدة يعتبرها أكبر "فخ حقيقي" للذين يقولون لانتصار الإعلام الرقمي والجديد، وهي في الواقع ممارسات وميزات أصبحت مرادفة للحقيقة والموضوعية. وهنا يطرح سؤالاً يمتد جوهرياً للبحث عن طبيعة العلاقة الموجودة بين السرعة والتعبير عن الحقيقة التي تبتعد عن الوظائف الفكرية، وهذا يجسد حسب الباحث الاضطراب والخلط المتعمد في معالجة الحدث والخبر، ذلك أن التحول البنائي والوظيفي للممارسة الإعلامية ساهم في تغير المهام وانحطاط قيمة المعلومة والأخبار التي تعتمد على ثقافة الانتشار والتوسع فقط، وهي لا تستند إلى أرضية منتظمة لأنها تعيش أزمة هيكلية وبنائية جادة.¹

كان من المفروض أن يساهم ميثاق أخلاقيات المهنة للصحافيين الجزائريين في ضبط الممارسة الإعلامية وفقاً لمبادئ ومعايير أخلاقيات العمل الصحفي، لكن الواقع يبرز عكس ذلك، إذ استمرت التجاوزات والمخالفات الصحفية في عهد التعددية الإعلامية خاصة في البيئة الرقمية التي رافقت الإعلام الجديد بوسائطه الاتصالية الجديدة والمتمثلة في صحافة الإثارة والأخبار الكاذبة، فضلاً عن ذلك انتشار البذاءة اللفظية في القنوات التلفزيونية الخاصة والعنف والسخرية والإشاعة. وانتهاك الخصوصية وتحاول هذه الوسائط تبرير هذه الأمور بالحقوق الإعلامية المهنية و"قداسة حرية التعبير" وبالتالي جعل الجمهور مدمناً على استهلاك الرسائل المبرمجة السلبية ومركزاً على مشاهد من المأساة والرعب والجنس والانحرافات البشرية التي تخضع النفوس والعقول، وهذا قد ولد إعلاماً فضيحياً متحيزاً، مصلياً وهشاً غرضه خدمة السلطة الحاكمة أو الربحية الخالصة، ويعترف الصحفيون أنفسهم بوجود انتهاكات عدة لأخلاقيات المهنة كاستعمال المهنة لأغراض مادية من خلال نسج علاقات شخصية مع شخصيات لها نفوذ.

كما يعتبرون أن أهم التجاوزات متمثلة في السب والشتم والقذف والانتحال وسرقة أعمال الآخرين من خلال إعادة كتابة ونقل مقالات ومواضيع نشرت في الصحف ووسائل إعلام أجنبية.²

¹ جمال شعبان شاوش: "الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 01، 2020، ص ص 199، 200.

² جميلة بن زيدون ابراهيمي، مرجع سابق، ص 561.

خلاصة:

من خلال هذا الفصل وقفنا على ماهية وخصائص وتطبيقات الوسائط الاتصالية الجديدة وأهم المبادئ والقيم التي يجب توفرها عند الإعلامي، ومصادر تشريع أخلاقيات الممارسة الإعلامية من خلال قانون الإعلام 2012 وقانون 2014، والمرسوم التنفيذي 20-332 للإعلام الإلكتروني، ويمكن القول أن نجاح الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة يعتمد بالدرجة الأولى على التزام الإعلامي بأخلاقيات مهنته باعتبار أن الأخلاق هي التي تسير العمل بطريقة صحيحة، ذلك أن عدم الالتزام بالقوانين في الممارسات الإعلامية لدى الإعلاميين تؤدي إلى غياب جملة معايير ومبادئ أخلاقيات هذه الممارسة التي تحكم اشتغالها، كما لا يمكن أن نغفل في هذا الإطار التحديات التي تقف عائقاً في تجسيدها على أرض الواقع، وبالتحديد في البيئة الرقمية.

الفصل الثالث

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

تمهيد

1. الخطوات المنهجية لتحليل المضمون: (فئات التحليل ووحداته)

1.1 فئات التحليل

1.2 وحدات التحليل

2. عرض وتحليل البيانات

2.1 عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفئات الشكل

2.2 عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفئات المضمون

3. نتائج الدراسة

تمهيد:

في هذا الفصل سنعرض نتائج الدراسة، ولأجل تحقيق هدف الدراسة تم مبدئياً تحديد مجتمع الدراسة المكون من (121) عدد من الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن"، وقد اخترنا عينة مكونة من (06) أعداد وفقاً للعينة العشوائية المنتظمة، تم تحليلها باستخدام أداة تحليل المضمون، وتحديد فئات الشكل وفئات المضمون، كما تم استخدام المنهج المسحي لأجل الوقوف على مدى التزام الصحيفة بأخلاقيات الممارسة الإعلامية.

1. الخطوات المنهجية لتحليل المضمون: (فئات التحليل ووحداته):

يقصد بفئة التحليل "مجموعة من الكلمات ذات المعنى المتشابه أو تضمينات مشتركة، وتعرف أيضاً بأنها العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها (كلمة أو موضوع أو قيم...)، والتي يتم يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها وتصنف على أساسها"¹.

1.1 فئات التحليل: وقد تضمنت ما يلي:

1.1.1 فئات الشكل: (كيف قيل؟): والمقصود بها الطريقة التي تم بها عرض المادة الإخبارية، وقد تضمنت:

1.1.1.1 فئة القالب الفني: ويقصد بها الشكل الذي عرضت به المحتويات الإعلامية، وشملت: (خبر صحفي، مقال صحفي، عمود صحفي، تقرير صحفي، روبرتاج صحفي، حديث صحفي، تحقيق صحفي، كاريكاتير).

1.1.1.2 فئة اللغة المستخدمة: ويقصد بها اللغة التي قدمت بها المحتويات في الموقع حول مختلف الموضوعات المقدمة وهي: (لغة عربية فصحي، لغة أجنبية، مزيج بين اللغة الفصحى واللغة الأجنبية).

1.1.1.3 فئة العناصر الداعمة: سواء كانت صور فوتوغرافية أو غيرها والتي ترافق المواد الإخبارية المنشورة، وتضم (صور فوتوغرافية، رسوم تدعيمية، رسوم كاريكاتورية، بدون صور ورسوم تدعيمية، مقاطع فيديو، مقاطع صوتية).

1.1.1.4 فئة أنماط وأساليب الوسائط المستخدمة: ويقصد بها الخصائص والمزايا التي تتيحها هذه الوسائط مثل (الروابط التشعبية، النص الفائق).

1.1.1.5 فئة الجمهور المستهدف: ويقصد به الجمهور المتوجه إليه بالمحتويات المقدمة في الموقع، وتتمثل في (الجمهور العام، صناع القرار، قادة الرأي في المجتمع، القيادات الإعلامية).

1.1.2 فئات المضمون (ماذا قيل؟): وفي هذه الدراسة تم استخدام فئة (ماذا قيل) لدراسة مضمون المواضيع التي طرحها الموقع، وتم تحديدها وفقاً للمشكلة البحثية والتساؤلات المطروحة، وقد تضمنت ما يلي:

1.1.2.1 فئة طبيعة الموضوع: وهي الفئة المتعلقة بمضمون المادة الإخبارية المنشورة في الموقع الإلكتروني وأنواعها، وتضمنت الفئات الفرعية التالية: الأخبار السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الدينية، العسكرية، الرياضية، الصحية.

¹ رشدي أحمد طعيمة، مرجع سابق، ص 272.

1.1. 2. 2 فئة القيم الإخبارية: وهي مجموعة العناصر أو المعايير التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، وتتدخل في عملية تحديد أولويات الأخبار القابلة للنشر عن الأخبار الأخرى. وتتمثل في (الأهمية، الاهتمام، الشخصيات، الإثارة، الفورية والأنية، الصراع، التأثير).

قيمة الأهمية: من خلال تعرض الخبر أو القصة الخبرية إلى معلومات في غاية الأهمية بالنسبة للجمهور مما يحقق صدقاً واستقطاباً أكثر من الأخبار الأخرى لدى الجمهور.

قيمة الاهتمام: التركيز على خبر أو موضوع لفترة طويلة لدى الجمهور يولد الاهتمام، وهذه القيمة تشبع حب الاكتشاف والرغبة في معرفة المجهول.

قيمة الشخصيات: تكتسب الأخبار صيغة الجاذبية حيث أن تواجد شخصيات مهمة ومشهورة ضمن هذه الأخيرة يمنحها طابع التميز والانفراد عكس الأخبار المتضمنة لشخصيات عادية.

قيمة الإثارة: وهي الأخبار غير المألوفة أو التي تتسم بالطرافة أو الغرابة التي تقدمها (صحيفة الجزائر الآن) ، والتي تسهم في جذب انتباه الجمهور لاستقطاب أكبر عدد منه، مما يحقق لها الكسب المادي والشهرة.

قيمة الفورية والأنية: والتي تعد من العناصر المهمة في القصص الخبرية فالخبر ولد ليموت وبالتالي تحتل قيمة الأنية أهمية كبيرة ضمن القيم الخبرية المعتمدة في تقديم الأخبار والمعلومات.

قيمة الصراع: يشكل الصراع مادة خام لمختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وقد حظيت هذه القيمة بأهمية كبيرة نتاج الصراعات والأزمات والحروب التي تشهدها المجتمعات، والتي تستمد منها هذه الوسائل كل مقومات الجذب للجمهور.

قيمة التأثير: الأخبار التي تمتلك خاصية التأثير على الجمهور من أكثر الأخبار القابلة للنشر، وهي أيضاً ما ينجر عن هذا الخبر من نتائج سلبية أو موجبة.

1.1. 2. 3 فئة المصدر: ويقصد بها مصادر المادة الإخبارية المرتبطة بالموضوعات المنشورة، وهي المصادر التي يستقي منها (موقع الجزائر الآن) المعلومات الخاصة بتغطيتها إخبارياً، وتمثلت في (صحفيين بالموقع، وكالات أنباء، مراسل صحفي، مبعوث صحفي، مكاتب صحفية، مواقع إلكترونية أخرى، وسائل إعلام، بدون توقيع).

1.1. 2. 4 فئة المعايير المهنية: ويقصد بها المبادئ والقيم التي اعتمدت عليها (صحيفة الجزائر الآن) أثناء ممارسته الإعلامية، وقد اعتمدها لمعرفة مدى التزام الموقع بها، وهي كالتالي:

1.1. 2. 4. 1 فئة الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية:

مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها: أن لا تتضمن المحتويات الإعلامية المنشورة ما يشير إلى مسألة التدخل في شؤون الدول الأخرى بأي طريقة وامتهان كرامتها.

مبدأ الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية: المقصود به نبذ كل أشكال التمييز العنصري وجدوى المساواة بين البشر والأجناس وهو ما أكدت عليه القوانين الدولية.

مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية وإثارة النعرات الطائفية: المنع من التحريض من خلال المنشورات المتضمنة للكراهية المبنية على أساس الدين أو لمعتقد أو الجنس أو العرس والقولية والتنميط للأفراد والشعوب والجماعات بما يثير روح الكراهية والتنازع.

مبدأ الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف والإرهاب: وتجنب الدعوة للتطرف على جميع الأصعدة، تثبيت أطر السلام والتسامح ونبذ الريبة والشك في المواثيق الدولية الداعية لذلك.

1.1. 2. 4. 2 فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع:

الامتناع عن نشر الإشاعات: باعتبارها من مقوضات الأمن والاستقرار المجتمعي ووجه من أوجه الفوضى.

مبدأ الامتناع عن الإشادة بالعنف أو التحريض: منع نشر الأعمال المشيدة بالعنف والتحريض عليه بوصف أن الإعلام وصنائه هم النافذة التي يطل من خلالها الجمهور على العالم وفهم الأحداث والمتغيرات من حوله.

الالتزام بتجنب نشر الجريمة: بأي صيغة أو كيفية وضرورة تجنب المعالجة الإعلامية الخاطئة للجريمة وتجسيدها من خلال محاكاة الأحداث الواقعية تمثيلاً. وعدم تبرير سلوك المجرم.

مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير والنقد: من خلال الدفاع عن حق إنشاء الجمعيات والأحزاب السياسية والمشاركة السياسية، وتعزيز الديمقراطية، ونقل صورة واقعية حول ما يدور في الشأن السياسي.

احترام مقومات ومبادئ المجتمع: احترام المبادئ والقواعد والسلوكيات المحددة للفرد والجماعة.

مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة: تجنب نشر صور مشاهد خادشة للحياء والذوق العام والموضوعات المنافية للآداب العامة.

1.1. 2. 4. 3 فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة:

مبدأ احترام شعارات ورموز الدولة: وأطر سيادتها من علم ونشيد وطني وقوانين وهيئات.

مبدأ احترام الدولة ومؤسساتها: من خلال تعزيز الانتماء الوطني واحترام مؤسساتها والحفاظ عليها والمساهمة في تنميتها، واحترام السلطات العليا في البلاد، والسلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية، واحترام السلطة العسكرية.

مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية: من خلال الاقتراعات وإتاحة الفرص من منابر وسائل الإعلام في المشاركة السياسية، وعرض وجهات النظر المؤيدة وعدم التحيز لطرف على حساب الطرف الآخر. مبدأ احترام السيادة الوطنية والوحدة الوطنية: والعمل على استتباب الأمن والاستقرار ودحض كل ما من شأنه أن يسهم في زعزعة السلم، معالجة مشاكل المجتمع، والعمل على نشر قيم المواطنة والولاء.

1.1.2.4 فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة:

مبدأ احترام الكرامة الإنسانية: حفظ كرامة الفرد والامتناع عن التحقير والإذلال من خلال ما يقدمه هذا الموقع من منشورات، عدم إلحاق أضرار بحقوق الطفل، تجنب عبارات الشتم والإهانات الشخصية والاتهامات.

احترام حقوق المواطنين الدستورية وحررياتهم الفردية: احترام الحقوق التي يكفلها الدستور للأفراد والحرريات أيضاً في هذا الإطار.

عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص: يتطلب عدم انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، الامتناع عن القذف والتشهير، الامتناع عن التدخل في الحياة الخاصة للأفراد، أخذ صور للأفراد دون إذنهم، الخوض في الحياة الخاصة للشخصيات العمومية.

المساهمة في بناء المواطنة الإعلامية: باعتبار أن البثوث والموضوعات المقدمة من قبل هذا الموقع تسهم ببناء صلة بين المواطن الفرد والإعلام المشتغل في إطار هذا المؤسسة المجتمعية.

1.1.2.5 فئة الأخلاقيات اتجاه المهنة:

التحلي بالنزاهة والموضوعية: في التعليق على الأحداث ونقل الخبر من دون أي تشويه أو إضافة بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لأبداء وجهات نظرها، وعدم خلط الخبر برأي المحرر مع الحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث.

الدقة: نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله بدقة من دون حذف يخل به، إثبات المصادر، التواريخ، الاستدلال بالإحصائيات والتقارير الرسمية، تقديم الخبر بشكل مبسط بعيد عن التعقيد، تجنب المفردات الغامضة القابلة لتأويلات عدة.

المصدقية: وتتضمن المؤشرات التالية: تقديم الأدلة والشواهد، التجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، نقل الخبر كما هو في الواقع دون تزييف، نسبة الاخبار إلى مصادرها الاصلية، تقديم المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، ونقل المعلومات دون مبالغة وتضخيم، وضوح الأفكار والاتجاهات.

ضرورة تصحيح أي نبا يتبين أنه خاطئ: وهو حق أشارت إليه قوانين الإعلام المختلفة، للوقوف على حقيقة الخبر الذي وقع فيه الخطأ أو اللبس.

الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية: يحضر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على أي نوع من المكافآت المالية او مساعدات مهما كان نوعها أو صورتها، من جهات أجنبية أو محلية بأي طريقة كانت من أجل النشر أو لإخفاء المعلومات أو غيره.

1.1. 2. 4. 6 فئة الأخلاقيات اتجاه الإعلان:

عدم الخلط بين مهنة الصحافة وبين الدعاية والإعلان: إذ لكل شق مجاله والأصل في ذلك تقديم المعلومة والخبر للمتلقين بصفة صحيحة صادقة منفصلة عن مسعى الدعاية والترويج والإعلان، عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية، وفي المقابل عدم نشر محتويات صحفية تتضمن مادة إعلانية.

مبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك للأداب العامة والخصوصية الفردية: أو إشهارات مخالفة للقيم المجتمعية والمعايير والسلوكيات المحددة من طرفه.

1.1. 2. 5 فئة تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية (لصحيفة الجزائر الآن) في الوسائط الجديدة: وهي مجمل التحديات والمعوقات التي تواجه أخلاقيات الممارسة الإعلامية الجادة من قبل الصحفيون في هذه الصحيفة عبر الوسائط الجديدة.

قرصنة المواقع الإلكترونية: في ظل غياب التأطير القانوني والتشريعي الذي يحمي الناشرين والصحفيين الإلكترونيين على الانترنت، مما ينجم عنه تعطيل الموقع أو نشر معلومات عبره تسيء للموقع أو الدولة ومؤسساتها.

سياسة الإشهار الإلكتروني: الجهل بطبيعة الموقع والمعلومات حوله مما يؤدي إلى نشر إشهارات مخالفة للقيم المجتمعية والأداب العامة.

الجهل بمعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها: جهل الصحفيين العاملين بالمواقع الإلكترونية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية والقوانين التي تحدد اشتغالهم بها.

نقل المعلومات دونما التأكد من مرجعيتها: النقل عن المصادر الأخرى في البيئة الرقمية الجديدة دون التأكد من مصداقيتها لأجل السبق الصحفي.

تقنية التزييف العميق: يواجه الصحفيون العاملون في الصحافة الالكترونية عموماً والمواقع الالكترونية تحدياً خروقات ترتبط باستخدام أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومنها تقنية التزييف العميق التي تؤدي إلى تحويل الخبر أو الصورة أو مقطع الفيديو تزييفه مما يوقع الصحفيين في فخ المسائلة، وتقديم مادة إعلامية يكتنفها التزييف والتظليل.

1.2 وحدات التحليل: تم استخراج جميع الموضوعات المنشورة في الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" والقيام بقراءة الموضوعات وتحديد الفئات للوقوف على مدى الالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور، وقد تم اعتماد وحدة تحليل الموضوع لملاءمتها لتحليل المحتوى ولطبيعة الدراسة.

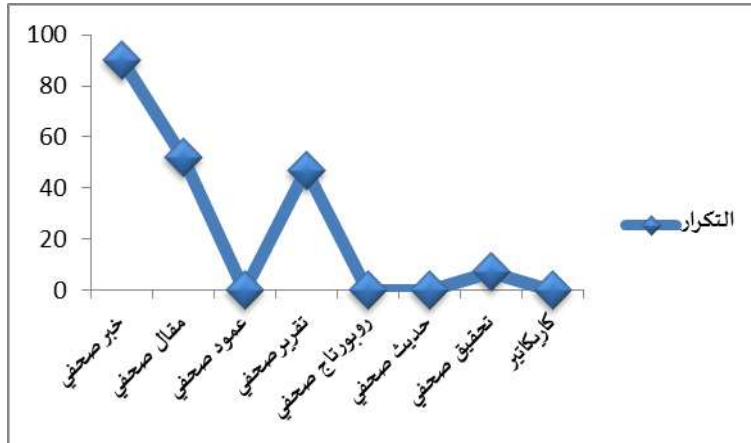
2. عرض وتحليل البيانات:

1.2. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفئات الشكل (فئات كيف قيل):

2.1.1 فئة القالب الفني لموضوعات صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (03): يمثل القالب الفني للموضوعات

النسبة المئوية	التكرار	فئة القالب الفني
45.91	90	خبر صحفي
26.53	52	مقال صحفي
00	00	عمود صحفي
23.98	47	تقرير صحفي
00	00	روبورتاج صحفي
00	00	حديث صحفي
3.58	07	تحقيق صحفي
00	00	كاريكاتير
100	196	المجموع



الشكل رقم (01): يمثل القالب الفني الذي قدمت به الموضوعات

يمثل الجدول رقم (03) والشكل رقم (01) القوالب الصحفية لموضوعات صحيفة (الجزائر الآن) حيث تشير النتائج الإحصائية في الجدول أن الخبر الصحفي يتصدر المرتبة الأولى بنسبة (45.91%) بتكرار قدر ب (90)، وجاء (المقال الصحفي) في المرتبة الثانية بنسبة (26.53%) أي بمقدار (52) تكرار، يليه (التقرير الصحفي) بنسبة (23.98%) أي تكرر بمقدار (47) مرة، في حين جاء التحقيق الصحفي بنسبة (3.58%) أي (07) تكرارات، بينما (العمود الصحفي)، و(الروبورتاج الصحفي)، و(الحديث الصحفي) و(الكاريكاتور الصحفي) لم يسجلوا أي تكرار أو نسبة.

استندت الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" على الخبر الصحفي كونه أداة فعالة لنقل الأخبار باعتبار أن الصحفي يعمل على تغطية الأخبار الجديدة بكل أنية وفورية، وكون المستجندات تظهر في كل لحظة، وقد قيل (أن الخبر ولد ليموت)، وعمدت صحيفة "الجزائر الآن" إلى تخصيص حيز للمقال للصحفي لإبداء الرأي إزاء حدث أو موضوع أو واقعة ما، و عادةً ما يعتمد على عنصر التشويق وبأسلوب دقيق أثناء كتابة هذا النوع من القوالب الفنية مما يعمل على جذب الجمهور، وهو ما وقفنا عليه في المقالات المنشورة وخاصةً ما تعلق منها بالجانب السياسي.

واستخدمت كذلك صحيفة "الجزائر الآن" قالب صحفي آخر تمثل في التقرير الصحفي الذي ينفرد بشرح المعلومات والأحداث وتحليلها وتفسيرها بشكل مفصل وعميق، وما يميز التقرير الصحفي الموضوعية التي تعتبر من أهم مبادئ العمل الإعلامي التي تنص عليها القوانين الإعلامية.

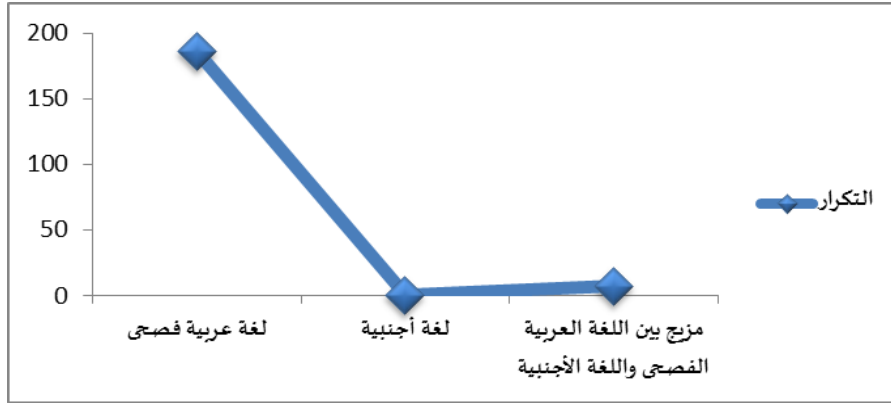
وقد عالجت هذه الصحيفة موضوعاتها باستخدام قالب فني آخر يختلف عن مما سبق تمثل في التحقيق الصحفي باعتباره أحد أهم القوالب الصحفية التي تعمل على التحري على قضية أو حدث معين بعد جمع البيانات والمعلومات وإعطاء طرق لإيجاد حل لها.

ولم تكن القوالب الأخرى العمود الصحفي، والروبورتاج الصحفي، والحديث الصحفي، والكاريكاتور الصحفي مدار لتحرير الموضوعات، وقد يعزى ذلك لطبيعة هذه الأخيرة، ثم للعينة المختارة للتحليل.

2.1.2 فئة اللغة المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (04): يمثل اللغة المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	فئة اللغة المستخدمة
96.38	186	لغة عربية فصحي
00	00	لغة أجنبية
3.62	07	مزيج بين اللغة العربية الفصحى واللغة الأجنبية
100	193	المجموع



الشكل رقم (02): يمثل اللغة المستخدمة

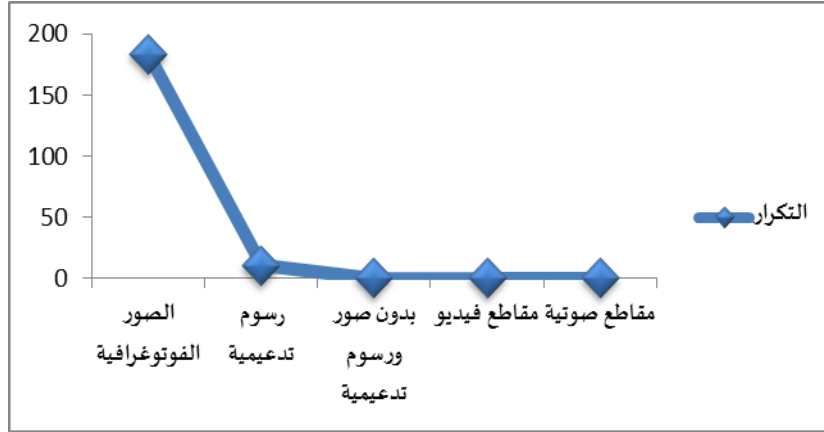
يوضح الجدول رقم (04) والشكل رقم (02) النتائج الإحصائية المتعلقة بفئة اللغة المستخدمة في الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن"، حيث مثلت (اللغة العربية الفصحى) أكبر نسبة مئوية قدرت بـ (96,38%) أي ما مقداره (186) تكرار، متقدمة بذلك المرتبة الأولى، أما في المرتبة الثانية نجد (مزيج بين اللغة العربية الفصحى واللغة الأجنبية) بـ (07) تكرارات وبنسبة (3.62%)، في حين لم تسجل (اللغة الأجنبية) تسجل أي تكرار.

أوضحت النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أن صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية استخدمت اللغة العربية الفصحى في طرح منشوراتها؛ وهذا ما يفسر أن الصحيفة هدفت إلى مخاطبة كل فئات المجتمع بحيث يمكن للجميع فهمها، وكذلك باعتبار أن اللغة الرسمية في الجزائر هي اللغة العربية واعتمدت عليها كذلك نظراً لسهولةها وبساطتها، ولقد تم استخدام أيضاً بعض العبارات الممزوجة بين اللغة العربية الفصحى واللغة الأجنبية، وهذا يعكس أن الأخبار موجهة إلى أفراد المجتمع بما فيها المثقفين، ولم يتم استخدام اللغة الأجنبية وهذا ما يفسر تمسك الصحيفة بطابعها العربي الأصيل.

3.1.2 فئة العناصر الداعمة في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (05): يمثل العناصر الداعمة

النسبة المئوية	التكرار	فئة العناصر الداعمة
94.32	183	الصور الفوتوغرافية
5.68	11	رسوم تديعية
00	00	بدون صور ورسوم تديعية
00	00	مقاطع فيديو
00	00	مقاطع صوتية
100	194	المجموع



الشكل رقم (03): يمثل العناصر الداعمة

يمثل الجدول رقم (05) والشكل رقم (03) العناصر الداعمة لصحيفة "الجزائر الآن" بحيث يتضح من نتائج الجدول الإحصائية أن (صور فوتوغرافية) احتلت المرتبة الأولى حيث سجلت نسبة (94.32%) أي بمقدار (183) تكرار، أما (رسوم التدعيمية) جاءت في المرتبة الثانية بنسبة (5.68%) أي بـ (11) بتكرار، بينما (بدون رسوم تدعيمية) و(مقاطع فيديو)، و(مقاطع صوتية) لم تسجل أي تكرار أو نسبة.

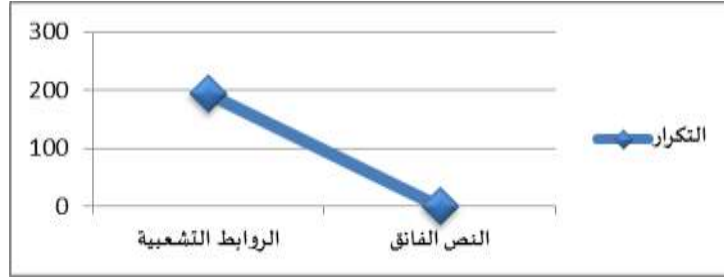
اعتمدت صحيفة "الجزائر الآن" بدرجة كبيرة على الصور الفوتوغرافية كونها محتشدة بالمعاني والدلالات في الخبر والدليل الموثق عن الحدث ذاته، كما أنها تسمح بفهم المعنى وترسيخه كما قيل (الصورة أصدق من ألف كلمة)، وبالنسبة لـ الرسوم التدعيمية استخدمت في بعض الأخبار فقط لتضيف قيمة خاصة للموضوعات المقدمة باعتبار أنها تؤثر في أذهان الجماهير.

ومن هنا فإن صحيفة "الجزائر الآن" تنشر الأخبار مرفقةً بالصور والرسوم التدعيمية لإضفاء المزيد من المصداقية على الخبر. كما أنها لا تدعم مقاطع الفيديو والمقاطع الصوتية، وهذا قد يؤثر على حضور الصحيفة إلكترونياً باعتبار أن البيئة التي تنشط فيها تتطلب هكذا عناصر.

2.1.4 فئة أنماط الوسائط المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (06): يمثل أنماط الوسائط المستخدمة

النسبة المئوية	التكرار	فئة أنماط الوسائط المستخدمة
100	193	الروابط التشعبية
00	00	النص الفائق
100	193	المجموع



الشكل رقم (04): يمثل أنماط الوسائط المستخدمة

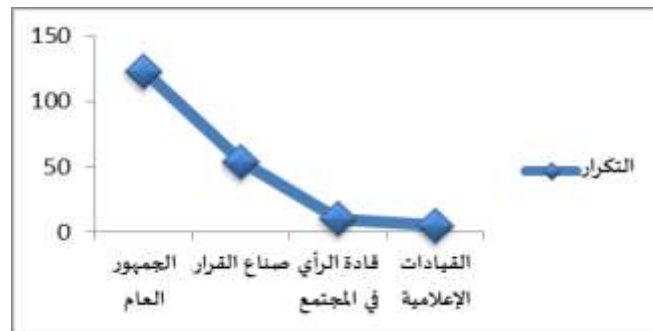
يمثل الجدول رقم (06) والشكل رقم (04) أنماط الوسائط المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن" حيث تبين الإحصائيات التي وردت في الجدول أعلاه أن الروابط التشعبية مثلت أعلى نسبة تقدر بـ (100%) بمعدل (193) تكرار، أما النص الفائق لم يسجل أي تكرار أو نسبة.

تبين من خلال ما تقدم أن صحيفة "الجزائر الآن" توفر الروابط التشعبية بشكل كبير إذ تمكن هذه الروابط المتصفح من الانتقال من خبر إلى آخر أو قراءة الخبر أو المقال أو التقرير بأكمله، وتوسيع نطاقه وهذا يتطلب وجوده على مستوى كل صحيفة إلكترونية، وهذه من ضمن خصائص البيئة الرقمية إذ لا يمكن استعراض كل المحتويات بتفاصيلها في الصفحة الرئيسية، وبالتالي السماح بالانتقال عبر هذه الروابط. أما النص الفائق فلم تعتمد صحيفة "الجزائر الآن" نظراً لأنها تستخدم كلمات وجمل سهلة لا تحتاج إلى تفسير وبإمكان أي أحد فهمها بدون أي صعوبة.

2.1. فئة الجمهور المستهدف في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (07): يمثل الجمهور المستهدف

النسبة المئوية	التكرار	فئة الجمهور المستهدف
64.07	123	الجمهور العام
28.13	54	صناع القرار
5.20	10	قادة الرأي في المجتمع
02.60	05	القيادات الإعلامية
100	192	المجموع



الشكل رقم (05): يمثل الجمهور المستهدف

الجدول رقم (07) والشكل رقم (05) يمثل فئة الجمهور المستهدف لصحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية، حيث نلاحظ أن (الجمهور العام) يحتل المرتبة الأولى بنسبة (64.07%) أي بمقدار (123) تكرار، ثم يليه (صناع القرار) بنسبة (28.13%) وبمعدل (54) تكرار في المرتبة الثانية، أما (قادة الرأي في المجتمع) جاء في المرتبة الثالثة بنسبة ضئيلة قدرت بـ (5.20%) وبمقدار (10) تكرارات، واحتلت (القيادات الإعلامية) المركز الأخير حيث سجلت نسبتها المئوية بـ (2.60%) أي بقدر (5) تكرارات.

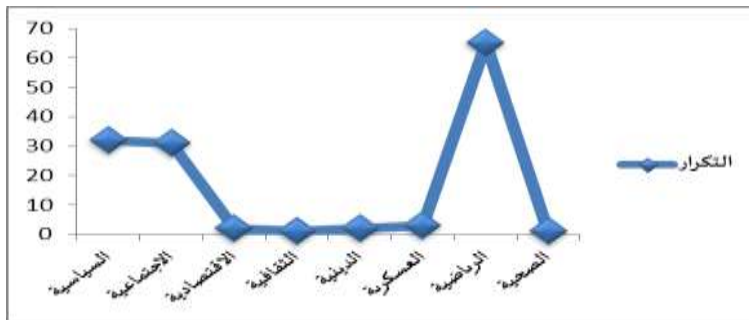
من خلال النتائج الإحصائية المدونة أعلاه لاحظنا بأن صحيفة "الجزائر الآن" تولي عناية أكبر بنشر محتوى الأخبار التي تمس شرائح واسعة من جمهور الصحيفة، وتلبي احتياجاتهم المعرفية، وتدخل في دائرة اهتماماتهم، فمنهم من هو مهتم بكل ما هو سياسي، والبعض الآخر رياضي، وغيرها من الجماهير الأخرى كل حسب ميولاته. واستهدفت كذلك صحيفة "الجزائر الآن" صناع القرار وقادة الرأي في المجتمع وذلك من خلال مجموعة الأخبار التي تطرحها الصحيفة والتي تختص بهم أخبار سياسية واقتصادية... وتوجه كذلك الصحيفة مضامينها إلى القيادات الإعلامية والتي لها دور كبير في تشكيل الرأي العام وزيادة الوعي بالقضايا المختلفة.

2.2. عرض وتحليل البيانات المتعلقة بفئات المضمون (فئات ماذا قيل):

2.2.1 فئة طبيعة الموضوع في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (08): يمثل طبيعة الموضوع

النسبة المئوية	التكرار	فئة طبيعة الموضوع
23.36	32	السياسية
22.63	31	الاجتماعية
1.46	02	الاقتصادية
0.73	01	الثقافية
1.46	02	الدينية
2.19	03	العسكرية
47.45	65	الرياضية
0.73	01	الصحية
100	137	المجموع



الشكل رقم (06): يمثل طبيعة الموضوع

يمثل الجدول رقم (08) والشكل رقم (06) طبيعة الموضوعات في الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" حيث أظهرت النتائج أعلاه المتعلقة بفئة طبيعة الموضوعات حيث تأتي في المرتبة الأولى (المواضيع الرياضية) بنسبة (47.45%) وبتكرار قدره (65)، ثم تليها (المواضيع السياسية) بنسبة أقل من المتوسط تقدر بـ (23.36%) وبواقع (32) تكرار في المرتبة الثانية، كما جاءت (المواضيع الاجتماعية) بنسبة (22.63%) وبواقع (31) تكرار في المرتبة الثالثة، ثم تليها (المواضيع العسكرية) بنسبة (2.19%) أي (03) تكرارات في مرتبة رابعة، في حين جاءت كل من (المواضيع الاقتصادية) و(المواضيع الدينية) بنسبة (1.46%) لكل منهما وبواقع تكرارين في المرتبة الخامسة، ثم تليها كل من (المواضيع الثقافية) و(المواضيع الصحية) بنسبة أقل تقدر بـ (0.73%) لكل منهما وتكرار واحد في المرتبة الأخيرة.

يتبين من خلال المعطيات أن غالبية المواضيع التي تعتمد عليها صحيفة "الجزائر الآن" هي المواضيع الرياضية ذلك أن الدراسة تزامنت مع فترة بطولات كأس إفريقيا واستقالة مدرب المنتخب الوطني الجزائري، والتركيز على أخبار اللاعبين الدولية باعتبارها من المواضيع المهمة لدى الجماهير.

كما تم التركيز أيضاً على المواضيع السياسية التي تخص الدولة والمواقف السياسية وكل ما يتعلق بالعلاقات بين الدول في المجال السياسي مثل أخبار القضية الفلسطينية التي تناولتها، وتصريحات رؤساء الدول واقتراحاتهم حولها.

كما تناولت صحيفة "الجزائر الآن" المواضيع الاجتماعية وذلك نظراً لما يهيم أفراد المجتمع ويؤثر في حياتهم اليومية ومجتمعهم، فالجماهير تميل إلى المصادر التي تعكس اهتماماتهم وقضاياهم كالوضع الإنساني وحوادث المرور.

عالجت كذلك صحيفة "الجزائر الآن" مواضيع عسكرية وكل ما يتعلق بالاستراتيجيات العسكرية وتطور الأوضاع الأمنية وتأثيرها على السياسات الدولية، كما تناولت كذلك المواضيع الاقتصادية واهتماماتها بالاستثمارات والتبادلات التجارية والتطورات المتعلقة بالاقتصاد المحلي والدولي، وذلك قد يفسر فهم الاتجاهات الاقتصادية وتأثيراتها على الحياة المجتمعية.

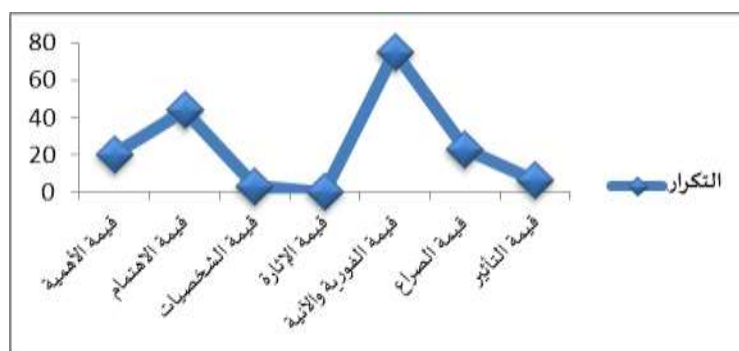
في حين أن المواضيع الدينية التي اعتمدها الصحيفة الهدف منها تزويد الأفراد بالأخبار والمعلومات التي تخص الجوانب الدينية كالاحتفالات والمناسبات الدينية، وإن كان تواجدتها بنسبة ضئيلة جداً.

من جانب آخر فقد تناولت الصحيفة المواضيع الثقافية التي قد تعكس تجارب الأفراد والمجتمعات وثقافتهم وأسلوب حياتهم، كما لم تغفل المواضيع الصحية وذلك قد يفسر بنشر الوعي الصحي للجمهور.

2.2. 2 فئة القيم الإخبارية في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (09): يمثل القيم الإخبارية

النسبة المئوية	التكرار	فئة القيم الإخبارية
11.70	20	قيمة الأهمية
25.74	44	قيمة الاهتمام
1.76	03	قيمة الشخصيات
00	00	قيمة الإثارة
43.85	75	قيمة الفورية والأنية
13.45	23	قيمة الصراع
3.50	6	قيمة التأثير
100	171	المجموع



الشكل رقم (07): يمثل القيم الإخبارية

يمثل الجدول رقم (09) والشكل رقم (07) النتائج الإحصائية المتعلقة بفئة القيم الإخبارية في الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" حيث تأتي في المرتبة الأولى (قيمة الأنية والفورية) بنسبة (43.85%) أي بتكرار يقدر بـ (75)، ثم تليها (قيمة الاهتمام) بنسبة (25.74%) في المرتبة الثانية، كما جاءت في المرتبة الثالثة (قيمة الصراع) بنسبة (13.45%) وبواقع (23) تكرار، ثم تليها في المرتبة الرابعة (قيمة الأهمية) بنسبة (11.70%) وبواقع (20) تكرار، بينما احتلت (قيمة التأثير) المرتبة الخامسة بنسبة (3.50%) وبواقع (06) تكرارات، ثم تليها في المرتبة الأخيرة قيمة الشخصيات بنسبة (1.76%) أي بواقع (03) تكرارات.

شكلت الفورية والأنية أولى القيم الإخبارية التي تعتمدها الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن"؛ وذلك قد يرجع إلى اعتمادها على الخبر الصحفي وهو ما وقفنا عليه مما يجعل هذا النوع من القيم الإخبارية الأنسب لذلك، وتشكل كذلك قيمة الاهتمام محورياً هاما في الصحيفة؛ وهذا قد يفسر برغبة الجمهور في معرفة المجهول من الموضوعات المختلفة التي تطرحها لاستقطاب المزيد منه.

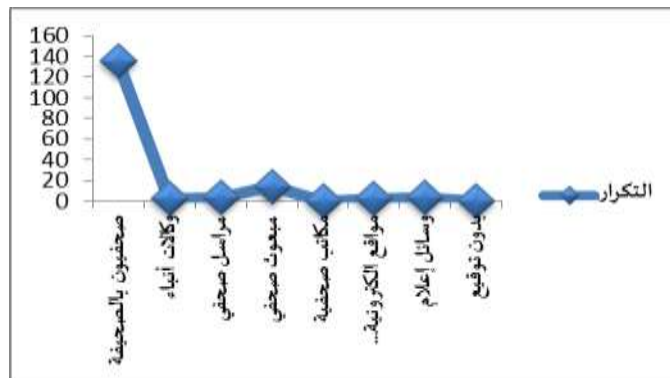
واحتلت قيمة الصراع في صحيفة "الجزائر الآن" أهمية أكبر وبرزواً أكثر في الأخبار السياسية والدولية خاصةً في مجال النزاعات والأزمات، كما كان لقيمة الأهمية حضوراً نظراً لطبيعة الموضوعات والمعلومات ذات الأهمية البالغة مما يدعو إلى جذب الجمهور لمعرفة أهم الأخبار وهذا قد يعني التناسب الطردي أي أنه كلما زاد الموضوع أهمية كلما زاد عدد جمهور هذه الصحيفة الإلكترونية. كما ولا تخلو أي صحيفة من هدف أساسي وهو التأثير على الجمهور من خلال جملة الأخبار والمعلومات التي تلي رغبات وتشيع حاجات الجمهور وبالتالي التأثير فيه؛ ذلك أن هدف المرسل الأساس هو التأثير في هذا المتلقي والمتمثل في جمهور الصحيفة.

كما وركزت الصحيفة على قيمة الشخصيات ذلك أن تواجد الشخصيات المهمة تثير التميز في الأخبار وصنع الأحداث لجذب الجماهير إليها. بينما قيمة الإثارة لم تكن موجودة في الصحيفة لخلو أهدافها من المبالغة في الأحداث المرتبطة بالجوانب المثيرة في حياة الأفراد أو الأخبار التي تتسم بالغرابة وبالتالي هذه القيمة لا تدعمها الصحيفة.

2.2. 3 فئة المصدر في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (10): يمثل المصدر

النسبة المئوية	التكرار	فئة المصدر
84.90	135	صحفيون بالصحيفة
1.26	02	وكالات أنباء
1.89	03	مراسل صحفي
8.80	14	مبعوث صحفي
00	00	مكاتب صحفية
1.26	02	مواقع الكترونية أخرى
1.89	03	وسائل إعلام
00	00	بدون توقيع
100	159	المجموع



الشكل رقم (08): يمثل المصدر

يمثل الجدول رقم (10) والشكل رقم (08) فئة المصادر الصحفية للصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" حيث تبين من النتائج الإحصائية للجدول أن (الصحفي بالصحيفة) جاء في المرتبة الأولى حيث مثل أعلى نسبة تقدر بـ (84.90%) أي بواقع (135) تكرار، ثم يليه (مبعوث صحفي) في المرتبة الثانية بنسبة (8.80%) أي بمقدار (14) تكرار، واحتل كل من (وسائل إعلام) و(مراسل صحفي) المرتبة الثالثة بنسبة (1.89%) أي بمقدار (03) تكرارات، ثم تأتي في المرتبة الرابعة (مواقع الكترونية) و(وكالات الأنباء) بتكرارين اثنين بنسبة (1.26%)، أما (مكاتب صحفية) و (بدون توقيع) لم يسجلا أي تكرار أو نسبة.

ومنه فإن الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" اعتمدت في الحصول على الأخبار والمعلومات على صحفيها؛ وهذا قد يفسر بأنه يعزز من قيمة الصحفي في ممارسته الإعلامية، مما يجعل لها مكانة بين جمهورها كونه يساهم في إعدادها وتحريرها، ويلعب المبعوث الصحفي دوراً هاماً في الصحيفة خاصة في مجال الأخبار وذلك لتغطيته الأحداث مباشرة بموضوعية وموافاة كل جديد وفوري وأني، مما يحسن من جودة المحتوى الإخباري.

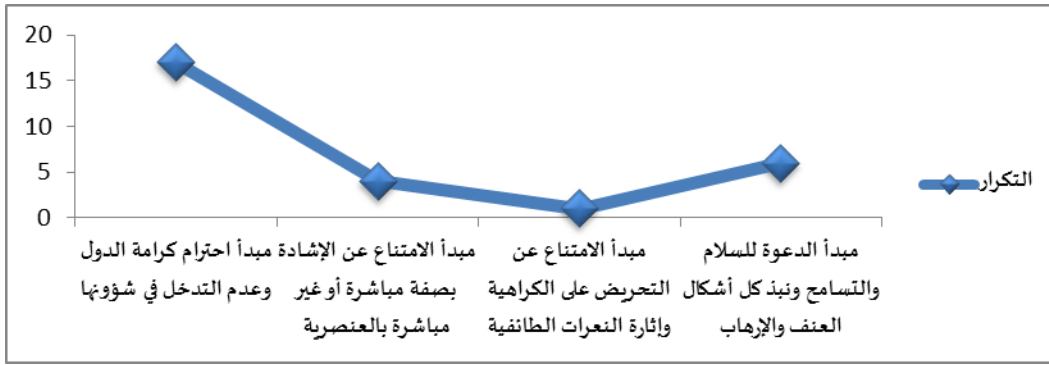
ويأتي اعتماد الصحيفة على مصادر أخرى للأخبار والمعلومات كوسائل الإعلام؛ وذلك قد يكون لزيادة إثراء ودعم الصحيفة بمعلومات مختلفة من جميع النواحي، واستخدمت الصحيفة كذلك مصدر مراسل صحفي الذي قد يسهل من عملية الحصول على المعلومات المستجدة حول الأحداث الدائرة من موقعها مباشرة وهذا يتيح للصحيفة الحصول على معلومات دقيقة. كما وتبين أن الصحيفة اعتمدت على مواقع إلكترونية والتي تعد من أساسيات عمل الصحفيين وذلك لدعم تقاريرها الإخبارية وتحقيقاتها. واستخدمت مصدر آخر تمثل في وكالات الأنباء في بعض الأخبار فقط باعتبارها تتطلب ذلك. في حين لم تعتمد على المكاتب الصحفية في تحصيل الأخبار والمعلومات باعتبار عدم احتياجها لمصادر أخرى كونها مكثفية بمصادر تتيح كل ما هو جديد وفوري. ولم تستند أيضاً على أخبار بدون توقيع وذلك لأن ذكر المصادر يعطي للجمهور الدقة والمصداقية في المعلومات والأخبار.

2.2.4 فئة المعايير المهنية في صحيفة "الجزائر الآن":

■ فئة الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية:

الجدول رقم (11): يمثل الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية
60.71	17	مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها
14.28	04	مبدأ الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية
3.57	01	مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية وإثارة النزعات الطائفية
21.42	06	مبدأ الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف والإرهاب
100	28	المجموع



الشكل رقم (09): يمثل الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية

الجدول رقم (11) والشكل رقم (09) يمثل الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية حيث تشير النتائج الإحصائية إلى أن مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها) احتل المرتبة الأولى بنسبة عالية جداً قدرت بـ (60.71٪) بمقدار (17) تكرار، يليه مبدأ الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف والإرهاب) والذي قدر بـ (06) تكرارات بنسبة (21.42٪) بينما جاء مبدأ الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية) بنسبة مئوية قدرت بـ (14.28٪) أي بمعدل (04) تكرارات، أما مبدأ الامتناع عن التهديد على الكراهية وإثارة النعرات الطائفية) فاحتل المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت بـ (3.57٪) أي تكرار واحد (1).

عملت الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" على مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها حيث يعد هذا المبدأ من أهم المبادئ الأساسية في القانون الدولي، إذ ينص على عدم التدخل في القرارات الداخلية للدول؛ وهذا ما يفسر موضوعية الصحفي خلال نقله للأحداث الدولية دون إبداء أي رأي له، وهذا ما تتفق معه دراسة "عائشة كريط" "عدم تحقير أو إذلال أي دولة، وهذا راجع بالأساس إلى طبيعة التغطية الإخبارية عموماً في الصحيفة والتي تشمل أيضاً الأخبار الدولية التي تعد تغطية تقريرية تكتفي غالباً بنقل ما حدث وما قيل، دون أن يكون للصحفي رأي في الخبر، فالإساءة من الصحفي اتجاه أي دولة بأي شكل من الأشكال تنجم عن التدخلات غير الموضوعية للصحفي في الخبر، والتي كانت محدودة نوعاً ما في الصحيفة".¹

واعتمدت كذلك الصحيفة على مبدأ الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف والإرهاب بحيث عمدت إلى الأسلوب الإخباري بدلاً من الأسلوب التحليلي المعمق؛ أي يتم تناول القضايا بكل شفافية، كما ركزت الصحيفة على مبدأ الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية، وتتفق هذه الجزئية مع دراسة "عائشة كريط" التي أشارت إلى الصحيفة التي كانت محل دراستها وتحليلها (وهذا راجع إلى أنها تكتفي بالنقل المجرد للأعمال الإرهابية كغيرها من الأحداث الأخرى خاصة أنها جرائم إنسانية، وهذا حتى لا يعتادها المتلقي كباقي الأحداث العادية، الأمر الذي ينعكس على آراء

¹ عائشة كريط، مرجع سابق، ص 160.

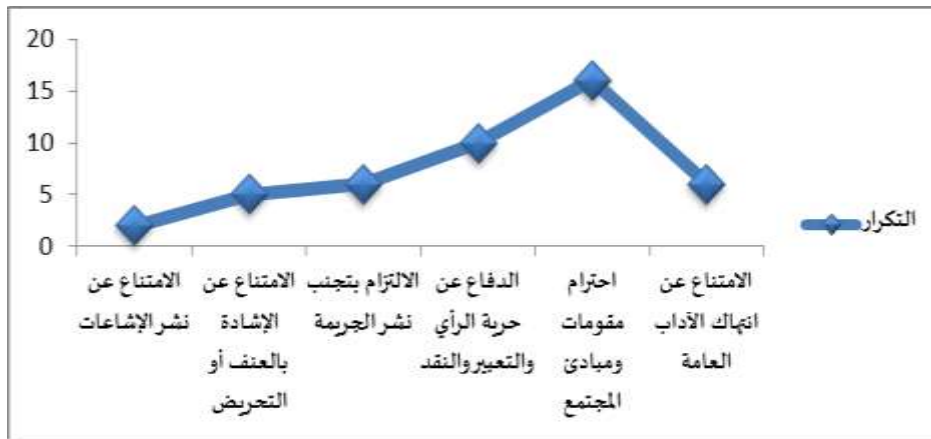
الجمهور واتجاهاتهم نحو الإرهاب باعتبار أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لفهم مختلف الظواهر والمتغيرات، وهي بهذا ليس لها دور كبير في هذا الشأن.¹

أما بالنسبة لمبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية وإثارة النعرات الطائفية فإن الصحيفة لم يكن لها تغطية إخبارية كثيرة حول قضايا الحروب والنزاعات وذلك أن الصحيفة تعمل على نقل الأخبار مراعيةً بذلك القوانين الذي تنص على عدم نشر الكراهية القومية كما جاء في المادة (20) من العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية "تحظر بالقانون أية دعاية للحرب، تحظر بالقانون أية دعوة إلى الكراهية القومية أو العنصرية أو الدينية التي تشكل تحريضاً على التمييز أو العداوة أو العنف."²

■ فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع:

الجدول رقم (12): يمثل الأخلاقيات اتجاه المجتمع

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع
4.44	02	الامتناع عن نشر الإشاعات
11.11	05	الامتناع عن الإشادة بالعنف أو التحريض
13.33	06	الالتزام بتجنب نشر الجريمة
22.22	10	الدفاع عن حرية الرأي والتعبير والنقد
35.58	16	احترام مقومات ومبادئ المجتمع
13.33	06	الامتناع عن انتهاك الآداب العامة
100	45	المجموع



الشكل رقم (10): يمثل الأخلاقيات اتجاه المجتمع

¹ عائشة كريكط، مرجع سابق، ص 169.

² العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، المؤرخ في 16 ديسمبر 1966، مفوضية حقوق الإنسان والعمل الإنساني، الجمهورية الإسلامية الموريتانية موريتانيا، المادة 20، ص 17.

حسب ما ورد من معطيات ونتائج إحصائية في الجدول رقم (12) والشكل رقم (10) الذي يمثل فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع فإن مبدأ احترام مقومات ومبادئ المجتمع) احتل النسبة الأعلى المقدرة بـ (35.58%) بعدد (16) تكرار، ثم يليه في المرتبة الثانية (مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير والنقد) بنسبة (22.22%) أي بمقدار (10) تكرارات، في حين جاء كل من (مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة) و(مبدأ الالتزام بتجنب نشر الجريمة) في المرتبة الثالثة بنسبة تقدر بـ (13.33%) لكل منهما، أي بعدد (6) تكرارات، ثم يليهم (مبدأ الامتناع عن الإشادة بالعنف والتحرير) بـ (5) تكرارات أي بنسبة تقدر بـ (11.11%)، أما (مبدأ الامتناع عن نشر الإشاعات) احتل المرتبة الأخيرة بتكرارين اثنين ونسبة ضعيفة تقدر بـ (4.44%).

ضمن فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع يعتبر مبدأ احترام مقومات ومبادئ المجتمع الركيزة الأساسية التي تبين طبيعة الصحافة ما إذا كانت تعمل على بناء المجتمع من خلال نشر الموضوعات التي تعزز من قيمه وتدعو لاحترامها؛ وذلك لتعزيز الثقة والمصداقية مع الجمهور، وتجاهل ذلك قد يرجع لأسباب عدة نذكر منها جذب الانتباه، أو نشر موضوعات مثيرة للجدل تخص المجتمع، وهذا يؤدي إلى التنازل عن بعض القواعد وعدم تطبيقها.

واتخذت كذلك صحيفة "الجزائر الآن" من مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير والنقد مرجعاً أساساً واستخدمته في مضامينها، ذلك أن الصحيفة لها الحق في التعبير عن كل ما يخص المجتمعات أو السياسات بحكم أن دولة الجزائر ديمقراطية وهذا يسمح بذلك. وهذا ما تتفق معه نتائج دراسة "عائشة كريكت" التي أشارت إلى أن "أهم مبدأ يتم التذكير به والدفاع عنه هو حرية الرأي والتعبير لأنه من المبادئ الأساسية في عمل وسائل الإعلام أولاً وخصوصاً بالنسبة لتغطيتها الأحداث المتعلقة به، كما أن المجتمع في حاجة لنشر التوعية بهذا المبدأ حتى يدرك ما يقوم به، فهو حق من حقوق الإنسان الذي يجب أن تكون له آليات لحمايته، وهذا الأمر توفره وسائل الإعلام ومنها الصحافة الإلكترونية"¹. ويأتي مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة من المبادئ التي تحرص عليها الصحيفة حيث تعمل على عدم نشر كل ما يخل بالقوانين الإعلامية للحفاظ على مصداقيتها واحترامها لدى جمهورها. وقد جنحت الصحيفة أيضاً إلى مبدأ الالتزام بتجنب نشر الجريمة وكل ما يتعلق بأخبار الجرائم حتى لا تكون مطية وسبباً في ارتكاب مثلها، كما أنها تفسر كل ما يدور عن الجريمة وغيرها من الأنشطة غير القانونية تفسيراً واقعياً، وكل هذا قد جعل الصحيفة تبتعد عن نشر الجرائم، ويتفق هذا مع ما جاءت به دراسة "عماد الدين علي أحمد جابر" عدم إبراز أخبار الجريمة ونشر أسماء وصور المتهمين أو المحكوم عليهم في جرائم الأحداث"²، أما فيما يخص مبدأ الامتناع عن الإشادة بالعنف والتحرير رغم

¹ عائشة كريكت، مرجع سابق، ص ص 178، 179.

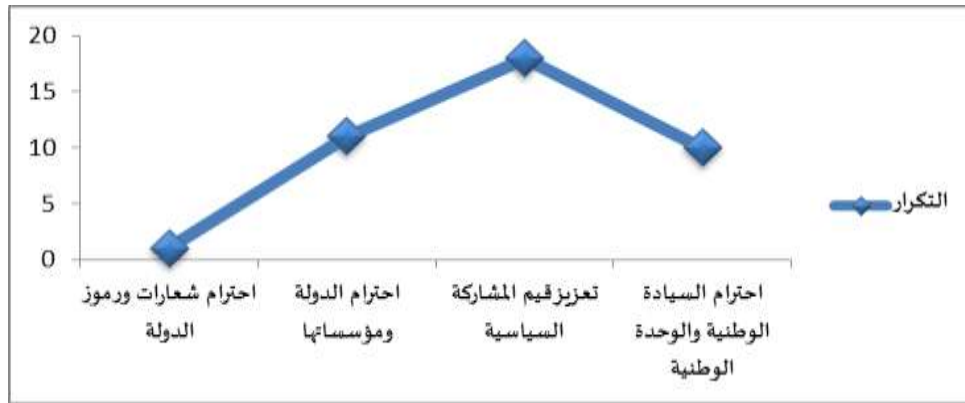
² عماد الدين علي أحمد جابر: "الضوابط المهنية والقانونية لحماية الخصوصية الفردية في التشريعات الإعلامية العربية (دراسة تحليلية مقارنة)", المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 21، جانفي 2021، ص 410.

تسجيله نسبة ضئيلة إلا أنه لا يؤكد جنوح الصحيفة إلى التشجيع على العنف والتطرف من خلال محتوياتها ومضامينها في تغطيتها للأحداث التي تقوم بنشرها، وهذا يعتبر أساساً مسألة هامة قد تجعل من الجمهور يتعد عن كل من يحرض على العنف والتطرف والكراهية. كما وأن الصحيفة ابتعدت عن نشر الإشاعات للحفاظ على مصداقيتها وضمن كسب ثقة الجمهور .

■ فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة:

الجدول رقم (13): يمثل الأخلاقيات اتجاه الدولة

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة
2.5	01	احترام شعارات ورموز الدولة
27.5	11	احترام الدولة ومؤسساتها
45	18	تعزيز قيم المشاركة السياسية
25	10	احترام السيادة الوطنية والوحدة الوطنية
100	40	المجموع



الشكل رقم (11): يمثل الأخلاقيات اتجاه الدولة

كما هو مبين وموضح في الجدول رقم (13) والشكل رقم (11) من نسب ومعطيات خاصة بفئة الأخلاقيات اتجاه الدولة فقد تم استخلاص النتائج على النحو الآتي: في (فئة تعزيز قيم المشاركة السياسية) لوحظ أنها الفئة الأكثر تكرار بمعدل (18) وبنسبة مئوية قدرت بـ (45%) متصدراً بذلك المرتبة الأولى، تليها (فئة احترام الدولة ومؤسساتها) بـ (11) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (27.5%) في المرتبة الثانية، قاربتها (فئة احترام السيادة الوطنية والوحدة الوطنية) بعدد تكرار (10) وبنسبة مئوية بلغت (25%) في المرتبة الثالثة، وفي المرتبة الأخيرة فقد حلت (فئة احترام شعارات ورموز الدولة) بعدد (01) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (2.5%).

إن تسجيل فئة تعزيز قيم المشاركة السياسية النسبة الأعلى قد يرجع لعدة أسباب مكنها من تصدر الترتيب نذكر منها السبب الرئيسي ألا وهو الاهتمام الكبير الذي أولته وخصت به الصحيفة جانب تعزيز قيم المشاركة السياسية نظراً لما تحظى به من اهتمام كبير لدى أوساط الرأي العام؛

فتشجيع الأفراد على الانخراط والمشاركة السياسية كان هدفاً وأولوية تصبوا إليه الصحيفة، وفي ظل اهتمام وانجذاب المجتمع المدني للحياة السياسية على وجه الخصوص، لم تدخر الصحيفة أي جهد في استغلال هذا الانجذاب والإهتمام لتستقطب وتستهمي القراء للانضمام والمشاركة السياسية ومحاولة الترويج للإيجابيات التي توفرها وتتمتع بها، فقد عمدت الصحيفة بكل الطرق لكسب قاعدة جماهيرية أكبر من خلال التحلي بالمصداقية والشفافية لكسب ثقة القراء وخلق علاقة تواصلية معهم وذلك بتقديم مقالات ذات جودة ومحتوى راقٍ وتنظيم استطلاعات رأي، ومعالجة ومناقشة وتحليل القضايا السياسية الدائرة في العالم وذلك بالاستعانة بأقوال الدكاترة والشخصيات السياسية المحنكة والبارزة في الساحة السياسية قصد زيادة تفاعل وولاء الجمهور للصحيفة، واستخدام التكنولوجيا الرقمية المتطورة وذلك لتسهيل عملية ولوج القراء لصفحات الخاصة بالصحيفة، والترويج لاحترام رموز الدولة ومؤسساتها والسيادة والوحدة الوطنية، كل هذه الأسباب وعلى تعددها جعلت من تعزيز القيم السياسية يحتل الصدارة.

أما عن فئة احترام الدولة ومؤسساتها فقد حظي بدرجة اهتمام أقل من فئة تعزيز القيم السياسية لكن مع هذا كان لها نصيب من اهتمام الصحيفة لما لها من أهمية بالغة من شتى النواحي فالتأكيد على لاحترام الدولة ومؤسساتها يساهم في بناء مجتمع يسوده الاستقرار والأمن الاجتماعي ويعزز من اللحمة والروح الوطنية والشعور بالانتماء، فاحترام الدولة وكافة مؤسساتها يجنب من الوقوع في المشاكل القانونية سواء للصحيفة أو القراء على حد سواء، فالمحافظة على مؤسسات وممتلكات الدولة يضمن نظام سير حسن لحياة الفرد والمجتمع ويساهم في نمو وازدهار اقتصاد الدولة، كل هذا أيضا انطبق على فئة احترام السيادة الوطنية والوحدة الوطنية الذي هو واجب على كل مواطن بالمحافظة على الهوية والسيادة والوحدة الترابية لوطنه الأم لكي يضمن عدم تشتته ووقوع النزاعات الداخلية التي تمس أمن واستقرار وطنه، وهذا ما جاء في المادة (02) من القانون العضوي 2012 الذي ينص على أن: "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما، وفي ظل احترام:

- الدستور وقوانين الجمهورية.
- الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع.
- السيادة الوطنية والوحدة الوطنية".¹

وهذا ما سعت إليه الصحيفة بشتى الطرق من خلال تنفيذ الأخبار والشائعات الكاذبة التي من شأنها تفكيك أمن واستقرار الوطن، والترويج للأعياد والمناسبات الوطنية التي تساهم في تعزيز الروح الوطنية، وتعتمد الصحيفة لنشر القوانين الصارمة التي يفرضها القانون لكل منتهك للسيادة ووحدة

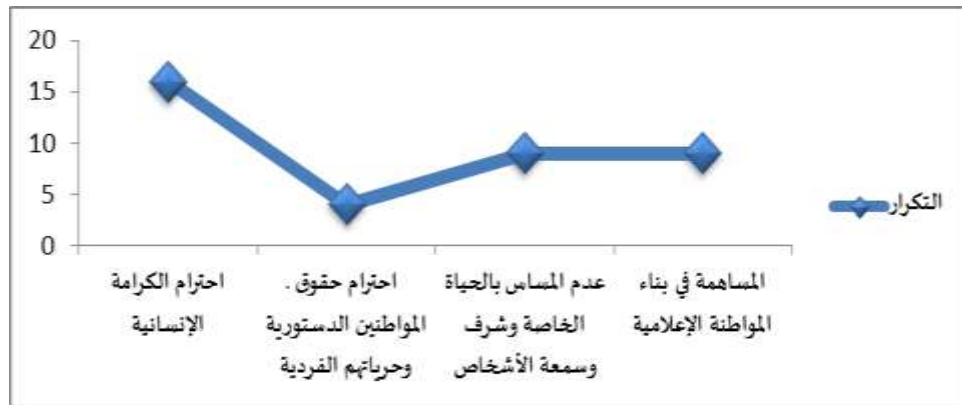
¹ القانون العضوي 2012، المادة 02، مرجع سابق، ص 02.

التراب الوطني، وفي فئة احترام شعارات ورموز الدولة هذه الأخيرة لم تحظى بنتائج ونسب كبيرة فقدت تذيلت ترتيب تصنيف الفئات وهذا راجع لانطوائها تحت الفئات الأخرى فهي تعتبر جزء لا يتجزأ من احترام الدولة ومؤسساتها والسيادة الوطنية ووحدة التراب الوطني، وهي سبب من ضمن أسباب تعزيز القيم السياسية، لذا لم تحظى بتلك الأهمية ولم تتناول بالقدر الكافي من قبل الصحفية.

■ الأخلاقيات اتجاه الأفراد:

الجدول رقم (14): يمثل الأخلاقيات اتجاه الأفراد

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأخلاقيات اتجاه الافراد
42.10	16	احترام الكرامة الإنسانية
10.52	04	احترام حقوق المواطنين الدستورية وحريةهم الفردية
23.69	09	عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص
23.69	09	المساهمة في بناء المواطنة الإعلامية
100	38	المجموع



الشكل رقم (12): يمثل الأخلاقيات اتجاه الأفراد

يتبين لنا من خلال الجدول (14) والشكل رقم (12) من معطيات ونسب مئوية لفئة الأخلاقيات اتجاه الأفراد والتي أفرزت نتائجها تفوق (فئة احترام الكرامة الإنسانية) بـ (16) تكرار وبنسبة مئوية بلغت (42.10%) متصدرَةً قائمة الترتيب، فيما تقاسمت (فئة عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص)، و(فئة المساهمة في بناء المواطنة الإعلامية) المرتبة الثانية بعدد (09) تكرار لكل منهما، وقد بلغت النسبة المئوية لكل منهما (23.69%) أما عن (فئة احترام حقوق المواطنين الدستورية وحريةهم الفردية) فحلت في المرتبة الأخيرة بمعدل (04) تكرارات وبنسبة قدرت بـ (10.52%).

كانت فئة احترام الكرامة الإنسانية هي الأكثر بروزاً وظهوراً لما لها من أهمية بالغة لذا عملت صحيفة "الجزائر الآن" على التركيز على هذا الجانب الذي يلعب دوراً مهماً؛ وذلك من خلال اتباع معايير أخلاقيات المهنة والتي تحمل في طياتها احترام كرامة الإنسان كمبدأ ثابت لا يتغير، فالمبادرة بحفظ وصون كرامة الإنسان يولد احترام كبير بين الجمهور والصحيفة التي بدورها تصبح صحيفة

مرموقة ذات مصداقية ونزاهة وتكسب ثقة وتفاعل الجمهور وتؤثر عليهم من خلال احترام كرامتهم ومبادئهم الإنسانية وعدم استفزازهم وخدش كرامتهم من خلال عرض مقالات وأخبار مزيفة ومسيئة لهم وانتهاك خصوصياتهم وتصوير مشاهد تتنافى مع تعاليم ديننا الحنيف أو تمس كرامة الشخص بحد ذاته.

أما عن فئة عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص فقد حلت في المرتبة الثانية مع فئة المساهمة في بناء المواطنة الإعلامية، وذلك لما أولته الصحيفة من أهمية لهذه الفئة التي تعتبر الأسس والمنطلق نحو نجاح عمل الصحيفة في شقها الأول.

أما الشق الثاني فيبرز نظير ما قدمته الصحيفة من جهود وبتسخير كافة الإمكانيات لدعم ومشاركة الأفكار والمعلومات مع جمهورها، كل ما ذكر ساهم في بناء المواطنة الإعلامية.

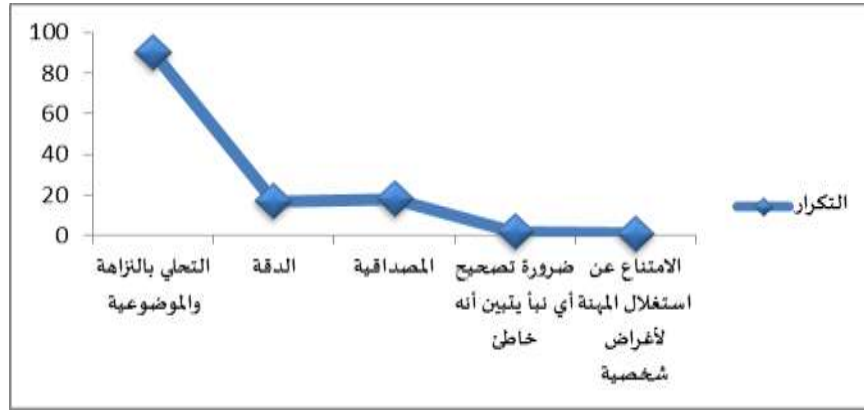
وتأتي فئة احترام حقوق المواطنين الدستورية وحياتهم الفردية وذلك لتسليط الضوء على الفئات الأخرى أكثر نظراً لتكاملها والتي جاءت في نفس السياق مع أهداف فئة عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص، وهذا ما تتفق معه نتائج دراسة الباحث عماد الدين علي أحمد جابر في "ضرورة احترام حرمة الحياة الخاصة للمواطنين وكرامتهم الإنسانية وحياتهم الدستورية، ومنع كافة أشكال التجريح الشخصي والإساءة المادية أو المعنوية ومنع استغلال السلطة أو النفوذ لانتهاك خصوصياتهم الفردية".¹

■ فئة الأخلاقيات اتجاه المهنة:

الجدول رقم (15): يمثل الأخلاقيات اتجاه المهنة

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأخلاقيات اتجاه المهنة
70.32	90	التحلي بالنزاهة والموضوعية
13.28	17	الدقة
14.06	18	المصداقية
1.56	02	ضرورة تصحيح أي نبا يتبين أنه خاطئ
0.78	01	الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية
100	128	المجموع

¹ عماد الدين علي أحمد جابر، مرجع سابق، ص 409.



الشكل رقم (13): يمثل الأخلاقيات اتجاه المهنة

نلاحظ حسب ما ورد من معطيات وإحصائيات في الجدول رقم (15) أعلاه والشكل رقم (13) لفئة الأخلاقيات اتجاه المهنة سيطرة فئة التحلي بالنزاهة والموضوعية على باقي الفئات وذلك بتكرار بلغ (90)، وبنسبة مئوية بلغت (70.32%) محققةً بذلك النسبة الأعلى، فيما تلها (فئة المصدقية) حيث بلغ معدل تكرارها (18) تكرار وبنسبة مئوية قدرت بـ (14.06%)، وقاربها (فئة الدقة) حيث بلغ عدد تكرارها (17) وبنسبة مئوية (13.28%)، ولقد جاءت (فئة ضرورة تصحيح أي لبأ يتبين أنه خاطئ) في المركز ما قبل الأخير بمعدل تكرار (02) وبنسبة مئوية قدرت بـ (1.56%)، فيما تذيلت (فئة الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية) الترتيب بـ (01) تكرار، وبنسبة مئوية بلغت (0.78%).

من خلال تحليلنا للنتائج الإحصائية الموجودة في الجدول أعلاه لفئة الأخلاقيات اتجاه المهنة نجد أن فئة التحلي بالنزاهة والموضوعية الأكثر والأعلى نسبة، وهذا قد يرجع إلى روح المسؤولية التي تتمتع بها الصحيفة، وهو ما يولد انطباعاً جيداً لدى القراء ويجعلهم أكثر ثقة بالصحيفة، ويمنحهم شعور الارتياح لمدى صدق المعلومات، وتعزز من قيمة وسمعة الصحيفة بفضل النزاهة والشفافية التي تنتهجها، وبالتالي تفند أي شائعات أو أخبار كاذبة، والتحلي بمسؤولية نقل الأخبار بشكل واقعي دون أدنى تحيز لأي طرف، وهذا ما جاء في القانون العضوي 2012 في المادة (92) التي تنص على "زيادة على الأحكام الواردة في المادة 02 من هذا القانون العضوي يجب على الصحفي على الخصوص نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية"¹، وهذا ما يعكس نجاح وشهرة الصحيفة على المدى الطويل.

وجاءت فئة المصدقية نتاج تبني الصحيفة لمعايير عالية في تقديم المعلومات الموثوقة والصحيحة ونقلها من مصدرها هو دون نسبها لها، وقد اعتمدت الصحيفة الدقة في نقل الأخبار وسرد الأحداث كما هي دون زيادة أو نقصان وهو ما يعكس اهتمامها بأدق التفاصيل دون تحريف أو مبالغة لتضليل القارئ، أما عن ضرورة تصحيح أي لبأ يتبين أنه خاطئ حتى وإن لم يتناول كثيراً إلا أنه ضروري لنجاح

¹ القانون العضوي 2012، المادة 92، مرجع سابق، ص 10.

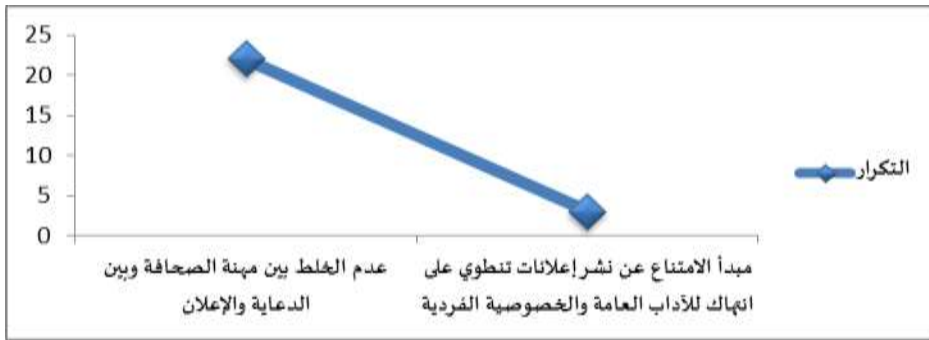
وبناء شخصية قوية للصحيفة فتدرك الأخطاء إن وجدت يساهم أيضا في بناء علاقة قوية بين الصحيفة وجمهورها.

ومع تذييل فئة الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية الترتيب إلا أن هذا لا يمنع من أهميتها في عكس سلوك وأخلاق الصحفي الناجح والنزاهة ذو الأخلاق المهنية العالي، وهذا ما يعبر عن تواضعه وبالتالي يزيد من قيمته في المجتمع ويحفز على السلوك المهني الحسن.

■ فئة الأخلاقيات اتجاه الإعلان:

الجدول رقم (16): يمثل الأخلاقيات اتجاه الإعلان

النسبة المئوية	التكرار	فئة الأخلاقيات اتجاه الإعلان
88	22	عدم الخلط بين مهنة الصحافة وبين الدعاية والإعلان
12	03	مبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك للأداب العامة والخصوصية الفردية
100	25	المجموع



الشكل رقم (14): يمثل الأخلاقيات اتجاه الإعلان

يوضح الجدول رقم (16) والشكل رقم (14) فئة الأخلاقيات اتجاه الإعلان في الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" حيث أن (عدم الخلط بين مهنة الصحافة وبين الدعاية والإعلان) تصدر المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (88%) أي بمعدل (22) تكرار، يليها (مبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك للأداب العامة والخصوصية الفردية) والذي جاء بمعدل (03) تكرارات ونسبة مئوية قدرت بـ (12%).

إن صحيفة "الجزائر الآن" اعتمدت عدم الخلط بين مهنة الصحافة وبين الدعاية والإعلان وذلك بقصد الحفاظ على مصداقيتها ونزاهتها وعدم فقدان ثقة الجمهور بالصحيفة وهذا ما تتفق معه دراسة "عائشة كريكت" ويرجع ذلك إلى أن صحيفة البلاد نت لازالت تميز بين المضمون الإعلاني والتحريري مثلها في ذلك مثل الجريدة، فهناك مساحات في موقع الصحيفة مخصصة للإعلان مفصولة بوضوح عن المادة التحريرية، وهذا تقريبا ما هو معمول به في الصحافة المكتوبة، خاصة وأن الدراسة قد

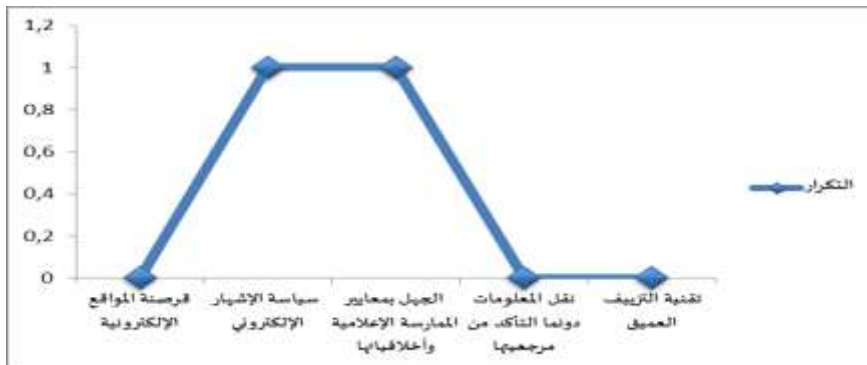
أكدت مرات عديدة أن صحيفة البلاد الإلكترونية لم تنفصل كثيراً عن نسخها الورقية في مظاهر كثيرة ومنها الإعلان.¹

وكذلك اعتمدت صحيفة "الجزائر الآن" مبدأ الامتناع عن نشر الإعلانات التي تنطوي على انتهاك للأداب العامة والخصوصية الفردية، وهذا قد يفسر بمراعاة قيم الأفراد ومعايير وسلوكيات المجتمع واحتراماً لخط سيرها.

2. 2. فئة تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية في صحيفة "الجزائر الآن":

الجدول رقم (17): يمثل تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية

النسبة المئوية	التكرار	فئة تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية
00	00	قرصنة المواقع الإلكترونية
50	01	سياسة الإشهار الإلكتروني
50	01	الجهل بمعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها
00	00	نقل المعلومات دونما التأكد من مرجعيتها
00	00	تقنية التزييف العميق
100	04	المجموع



الشكل رقم (15): يمثل تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية

يتضح لنا من خلال معطيات الجدول رقم (17) والشكل رقم (15) حول فئة تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية تساوي كل من (فئة الجهل بمعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها) و(سياسة الإشهار الإلكتروني)، بتكرار واحد وبنسبة (50%)، في حين أن الفئات الأخرى (قرصنة المواقع الإلكترونية)، (فئة مبدأ نقل المعلومات دونما التأكد من مرجعيتها) و(فئة تقنية التزييف العميق) لم يسجلوا أي تكرار أو نسبة تذكر.

أظهرت النتائج المسجلة أن التحديات التي تعرضت لها وواجهتها صحيفة "الجزائر الآن" هي سياسة الإشهار الإلكتروني، وذلك قد يرجع إلى أن الصحيفة عملت على استخدام الإشهار في بعض

¹ عائشة كريكط، مرجع سابق، ص 255.

الموضوعات من خلال نشر إعلانات عبر صفحاتها الإلكترونية قصد جذب انتباه الجمهور، مع المحافظة على ضرورة التوافق مع المعايير الأخلاقية.

أما عن فئة الجهل بمعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها في صحيفة "الجزائر الآن" قد يفسر أن الصحيفة تعمل وفق معايير أخلاقية إعلامية وملزمة بها على أكمل وجه إلا فيما ندر، بل وتتجنب الوقوع في المحذور من خلال احترامها لهذه الأخلاقيات بكل صدق وأمانه وعلى يقين ومعرفة مسبقين، فالجهل بمثل هكذا ممارسات وأخلاق إعلامية يعرض الصحيفة لعقوبات قانونية، وإلى جانب فقدان مكانتها الإعلامية والاجتماعية، كما أنه قد يختل نظام سيرها الصحيح، فالمعرفة المسبقة بقوانين ومعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقيتها يعتبر معياراً أساسياً في نجاح وتقدم الصحيفة، وهذا ما عملت عليه.

وفي فئتي قرصنة المواقع الإلكترونية وتقنية التزييف العميق لم تواجه الصحيفة تحديات من هذا النوع تذكر، وهذا قد يفسر بمدى الالتزام الكبير الذي تعمل به الصحيفة ودون ادخار أي جهد لمجابهة التحديات التي قد تطالها.

3. نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:

- تعتمد صحيفة "الجزائر الآن" بدرجة كبيرة في تحرير موضوعاتها على الخبر الصحفي وذلك بنسبة قدرت بـ (45.91%) مستخدمةً بذلك اللغة العربية الفصحى كونها تهدف إلى مخاطبة جميع فئات المجتمع وكان ذلك بنسبة (96.38%).
- تعتمد صحيفة "الجزائر الآن" الصور الفوتوغرافية كعناصر داعمة في تقديم موضوعاتها كونها تسهم مساهمة فاعلة في إيضاح المعنى وزيادة دلالاته بنسبة (94.32%).
- تعد الروابط التشعبية حسب نتائج الدراسة أهم أنماط الوسائط المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن" كونها أحد خواص الوسائط الاتصالية الجديدة وتتيح الانتقال من صفحة لأخرى ومن خبر إلى آخر أو قراءة الخبر أو المقال أو التقرير بأكمله وبنسبة تامة (100%).
- كشفت نتائج الدراسة أن صحيفة "الجزائر الآن" توجه معظم أخبارها للجمهور العام بنسبة كبيرة تقدر بـ (64.07%) وذلك لأن محتواها مصوب إلى جميع شرائح المجتمع.
- أشارت نتائج الدراسة أن معظم الأخبار التي تطرحها صحيفة "الجزائر الآن" بشكل كبير هي الجانب الرياضي بنسبة (47.45%)، معتمدةً على قيمة الأنوية والفورية لتزامن ذلك مع حدث رياضي بارز لأن الأخبار تتطلب ذلك مقارنة بالقيم الأخرى بنسبة مقدرة بـ (43.85%).

- أبانت نتائج الدراسة أن صحيفة "الجزائر الآن" عملت على مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها حيث قدرت نسبتها بـ (60.71%) وهذا يعزز من العلاقات الخارجية للجزائر مع الدول.
- أظهرت نتائج الدراسة تفوق مبدأ احترام مقومات ومبادئ المجتمع ضمن فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع على بقية المبادئ لصحيفة "الجزائر الآن" بنسبة مقدرة بـ (35.58%) وهذا ما يزيد من ثقة ومصداقية الجمهور اتجاه الصحيفة.
- كما أبانت نتائج الدراسة أن صحيفة "الجزائر الآن" تعمل على مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية ضمن فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة والذي مثل نسبة تقدر بـ (45%) من خلال المساهمة في تنمية وعي الجمهور اتجاه القضايا والقرارات السياسية.
- كشفت نتائج الدراسة التزام صحيفة "الجزائر الآن" بمبدأ احترام الكرامة الإنسانية ضمن فئة الأخلاقيات اتجاه الأفراد بنسبة (42.10%) كأعلى نسبة.
- تحلت صحيفة "الجزائر الآن" بالنزاهة والموضوعية في تحرير مضامينها الإعلامية بنسبة أعلى تقدر بـ (70.32%) مقارنة بالأخلاقيات المهنية الأخرى.
- من بين أهم المبادئ التي التزمت بها صحيفة "الجزائر الآن" عدم الخلط بين مهنة الصحافة والدعاية والإعلان حيث سجلت نسبة عالية قدرت بـ (88%).
- تمثلت تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن" في سياسة الإشهار الإلكتروني والجهل بمعايير الممارسة الإعلامية بنسبة متساوية قدرت بـ (50%).

الختامة

الخاتمة:

في خاتمة هذه الدراسة وانطلاقاً مما سبق سلطنا الضوء على موضوع أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، كونها ليست مجرد ضرورة مهنية بل حتمية تستلزم البحث والدرس خاصةً في ظل الانتشار الواسع للممارسة الإعلامية عبر الفضاء الرقمي، ووجود العديد من التجاوزات الأخلاقية التي يقع فيها الصحفيين -والتي تخل بنزاهتهم المهنية- المصاحبة لطبيعة هذا الفضاء المتميز بالهلامية وتجاوز الحدود الزمكانية.

ولقد حاولنا من خلال دراستنا هذه الكشف عن الأبعاد القانونية التي تخص الأداء المهني للصحفي حيث تبين لنا أن صحيفة "الجزائر الآن" محل الدراسة عالجت مواضيع عديدة ومتنوعة وفي شتى المجالات رياضية، سياسية، اجتماعية، اقتصادية غيرها من المواضيع الأخرى بحيث طرحت فيها كل الجوانب التي يهتم بها الجمهور، بالإضافة إلى أنها اعتمدت على مجموعة من القيم الإخبارية والتي نذكر أهمها: قيمة الأنية والفورية وقيمة الاهتمام وقيمة الصراع وقيمة الأهمية، واعتمدت صحيفة "الجزائر الآن" على مجموعة من المعايير والمبادئ الأخلاقية أثناء ممارستها المهنية حيث تمثلت في: النزاهة المهنية، الموضوعية، المصادقية والأمان، احترام الكرامة الإنسانية، الدقة وعدم استغلال المهنة للحصول على مكاسب شخصية، وبناءً على هذا اتضح لنا أن صحيفة "الجزائر الآن" قد التزمت بكل المعايير الأخلاقية، لكن واجهتها بعض التحديات الأخلاقية مثل سياسة الإشهار الإلكتروني والجهل بمعايير الممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية أحياناً.

وفي الأخير يمكن القول بأن واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة لصحيفة "الجزائر الآن" يبين التزامها بمعظم المعايير الأخلاقية منها المبادئ الإنسانية، والأخلاقيات اتجاه المجتمع، واتجاه الدولة، واتجاه الأفراد، وكذلك التزمت بالأخلاقيات اتجاه المهنة، واتجاه الإعلان وتحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية، بالرغم من أنها في بيئة رقمية هلامية ومطاطية وممتدة يصعب التحكم فيها.

وبناءً على ما تقدم تقترح الدراسة الآتي:

- اشراك الصحفيين في صياغة القوانين التي تحكم الاشتغال في البيئة الرقمية.
- تعليم طلاب الصحافة والإعلام الأخلاق الإعلامية لتنمية مماراتهم وثقافتهم من ناحية آداب المهنة الإعلامية.

- دعوة صحيفة "الجزائر الآن" إلى تنويع مضامينها لتمس كل المجالات، وزيادة الالتزام أكثر بالأخلاقيات المهنية والإعلامية لتثبيت أركانها.
- ضرورة التزام الصحفيين والإعلاميين بأخلاقيات المهنة والممارسة الإعلامية كما تقرها القوانين والتشريعات.
- إقامة دورات تكوينية للصحفيين خصوصاً المبتدئين منهم وإطلاعهم على التشريعات القانونية قصد الالتزام بها واستعمالها بطريقة جيدة.
- يجب على المؤسسة الإعلامية أن تؤسس قاعدة للأخلاق والسلوك وفقاً لما جاء في المواثيق والقوانين في جوانبها الأخلاقية والسلوكية والسهر على تطبيقها واحترامها.

قائمة المراجع

■ الكتب:

1. ابراهيم السيد حسنين: أخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2015.
2. ابراهيم بعزیز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2011.
3. أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية إنجليزي- فرنسي- عربي، مكتبة لبنان، بيروت، 1982.
4. أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، مركز هردو "hrdo center"، القاهرة، 2016.
5. جميل صليبا: العجم الفلسفي بالألفاظ العربية والفرنسية والإنجليزية واللاتينية، الجزء 2، دار الكتاب اللبناني للنشر، لبنان، 1982.
6. جورج صدقة: الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مؤسسة مهارات، بيروت، لبنان، 2009.
7. جون ل هاتلنج: أخلاقيات الصحافة، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
8. حبيبة عثمان عباس الطيب: دور المعايير الأخلاقية في تحسين الأداء الإعلامي دراسة حالة السودان من كتاب أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتزييف الوعي في عالم مضطرب، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، دار الحنين للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2021.
9. حسني محمد نصر: قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، 2010.
10. حسين محمود هتيمي: العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع- نجلاء ناشرين، عمان، الأردن، 2015.
11. خالد العزاوي: التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، 2020.
12. رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه، أسسه، استخداماته، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2004.
13. رضا عبد الواحد أمين: الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2007.
14. زيد منير سلمان: الصحافة الإلكترونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
15. سعد بن المحارب المحارب: الإعلام الجديد في السعودية دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، جداول للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان، 2011.

16. سعد سلمان المشهداني: منهجية البحث العلمي، دار أسامة للنشر والتوزيع- نبلأ ناشرون وموزعون عمان، الأردن، 2019، ص ص 90، 91.
17. سليمان صالح: أخلاقيات الإعلام، مكتبة الفلاح، الكويت، 2002.
18. صالح مشاركة وآخرون: أخلاقيات الإعلام، مركز تطوير الإعلام MDC، جامعة بيرزيت، فلسطين، 2017.
19. طاهر موسى الخوري: أخلاقيات الصحافة النظرية والواقع الدساتير ومواثيق الشرف في خمسين دولة، عمان، الأردن، 2004.
20. عبد الرزاق محمد الدليبي: أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2019.
21. عبد الله بن ضيف الله الرجيلي: الأخلاق الفاضلة قواعد ومنطلقات لاكتسابها، ط2، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2008.
22. عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار النمير، دمشق، سوريا، 2004.
23. عبدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، المركز العربي للنشر والتوزيع، جمهورية مصر العربية، 2018.
24. عبير سعد الدين: أخلاقيات الإعلام، دار ومكتبة الكندي للنشو والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
25. عطاء الله طريف: المسؤولية الاجتماعية للإعلام (الخلفيات النظرية والأطر التطبيقية في المجال الرياضي)، دار المثقف للنشر والتوزيع، الجزائر، 2018.
26. علي خليل شقرة: الإعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
27. علي عبد الفتاح علي كنعان: نظريات الاتصال والإعلام الحديثة، الطبعة العربية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
28. علي عبد الفتاح كنعان: الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
29. عمار بوحوش وآخرون: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، برلين، ألمانيا، 2019.
30. فضيل دليو وآخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر، 1999.
31. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.

32. مجمع اللغة العربية، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، مصر، 2008.
33. محمد جمال أحمد قبيلة: تطبيقات الأنترنت مشروع كامل ونماذج عملية، دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، 1997.
34. محمد حسام الدين: المسؤولية الاجتماعية للصحافة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.
35. محمد زيان عمر: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1983.
36. محمد عابد الجابري: العقل الأخلاقي الغربي، دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2001.
37. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
38. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 1999.
39. مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
40. ناصر جرادات، عزام أبو الحمام: المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية للمنظمات، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
41. ناصر قاسيمي: مصطلحات أساسية في علم الاجتماع في الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
42. ناهدة عبد زيد الديلمي: أسس وقواعد البحث العلمي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
43. نسرين حسونة: الإعلام الجديد المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف. شبكة الألوكة، (د، س، ن).
44. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي: الإعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، دار الكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة- الجمهورية اللبنانية، 2017.
45. يوسف صالح الجرعي: تصميم المواقع الإلكترونية، الإصدار الأول، (د. د. ن)، (د. ب. ن)، 2014.

■ المجالات العلمية والدوريات:

1. بدر الدين بلمولاي: "دور الإعلام الجديد في التنشئة والممارسة السياسية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، المجلد 09، العدد 29، 2017، ص 04.

2. جمال شعبان شاوش: "الممارسة الصحفية في المشهد الإعلامي الرقمي بين هيمنة التقنية وتحول الهويات المهنية"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 01، 2020.
3. جميلة بن زيدون ابراهيمي: "ملامح الهوية الأخلاقية للممارسة الإعلامية وضوابطها القانونية دراسة لأجيال التعددية الإعلامية في الجزائر"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 03، 2021.
4. حسين الوردی: "صحافة المدونات الإلكترونية على الانترنت عرض وتحليل"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 03، بغداد، 2007.
5. داود جفافة: "إشكاليات توطین مصطلح الشبكات الاجتماعية الرقمية في النسق العربي"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 01، العدد 1+2، جوان 2017.
6. رايح رباب، عبد الرحمان قدي: "أنشطة التعليم العالي في المواقع الإلكترونية الجامعية (دراسة وصفية مقارنة بين الموقعين الإلكترونيين الرسميين لكل من جامعة ورقلة و جامعة قسنطينة 1)"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، جوان 2016، العدد 27.
7. ربيحة نبار، كريمة مقاوسي: "جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد"، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 68، 2020.
8. زهراء حسين جبار: "المسؤولية الاجتماعية للصحافة الإلكترونية دراسة في مواقع (المركز الخبري لشبكة الإعلام العراقي، الجزيرة نت، *BBC Arabic*)"، مجلة أهل البيت، العدد 24، (د، س، ن).
9. الزهرة بريك: "الميديا الجديدة وأثرها على اقتصاديات وسائل الإعلام الجماهيرية دراسة وصفية تحليلية"، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 8، العدد 2، جوان 2023.
10. سعيد عادل بهناس، نبيلة قاسمي الحسني: "تنظيم الإعلام الإلكتروني في الجزائر في ظل المرسوم التنفيذي رقم 20-332"، المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 06، العدد 01.
11. سميرة شيخاني: "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد 01+02، 2010.
12. طفياني زكرياء: "قراءة في تجاذبات بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد"، مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية المجلد 03، العدد 02، جوان 2021.
13. عماد الدين علي أحمد جابر: "الضوابط المهنية والقانونية لحماية الخصوصية الفردية في التشريعات الإعلامية العربية (دراسة تحليلية مقارنة)"، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد 21، جانفي 2021.

14. فاطمة الزهراء ثنيو: "المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد بين التضليل وتنوير الرأي العام"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، المجلد 02، العدد 02، ديسمبر 2019.
15. فاطمة خرشف: "أخلاقيات المهنة الاعلامية في التشريع الجزائري"، مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، سبتمبر 2021، المجلد 01، العدد 2.
16. فتيحة بارك: "دراسات الجمهور من الصحيفة إلى الوسائط الجديدة: بين النظريات القاعدية والبحث عن مقاربات جديدة"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام المجلد 2، العدد 1، جوان 2019.
17. فلة بن دالي: "المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام خلال تناولها لفيروس كورونا كوفيد 19 (دراسة تحليلية لعينة من مقالات موقع الشروق أونلاين الجزائري)"، مجلة وحدة البحث في تنمية الموارد البشرية، المجلد 12، العدد 01 الخاص (الجزء 01)، جانفي 2021.
18. لويزة عباد: "الفضائيات الجزائرية الخاصة بين ضوابط المهنية، الأخلاقيات، وراهن الممارسة الإعلامية"، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 06، العدد 03، سبتمبر 2022.
19. محمد عبود مهدي: "أخلاقيات العمل الصحفي المفهوم والممارسة"، مجلة أهل البيت، العدد 03، (د، س، ن).
20. محمد علاوة: "أخلاقيات الصحافة ومبادئ العمل الإعلامي في الجزائر (قراءة تحليلية لقانون الإعلام 2012، وقانون السمعى البصرى)"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 12، العدد 04، 2020.
21. نورة رمدوم: "التنظيم القانوني لنشاط الإعلام عبر الأنترنت وفقا للمرسوم التنفيذي رقم 20-332 الذي يحدد كيفية ممارسة الإعلام عبر الأنترنت"، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 07، العدد 04، ديسمبر 2022.
22. هاجر بولصنام، نادية بوخرص: "المسؤولية الأخلاقية للعمل الصحف في ظل التعددية الإعلامية بالجزائر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة أنموذجا"، مجلة الدراسات القانونية، جامعة يحيى فارس، المدية، المجلد 08، العدد 01، جانفي 2022.
23. يعقوب مليزي، بيران بن شاعة: "الالتزام بالمعايير الأخلاقية المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية (دراسة تحليلية لموقع الشروق أونلاين)"، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، المجلد 17، العدد 02، 2020.

■ الرسائل الجامعية:

1. ربيعة سولامي، فاطمة الزهراء ناصري: الصحافة الإلكترونية في الجزائر وتحديات الممارسة الصحفية، مذكرة ماستر، تخصص صحافة مكتوبة وإلكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية والعلوم الإسلامية، جامعة أحمد دراية، أدرار، 2020، 2021.
2. رضوان جدي: الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديدة (دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة في الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر)، أطروحة دكتوراه في تخصص علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2018، 2019.
3. شهرزاد بن عمار: أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة، أطروحة دكتوراه، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، 2018، 2019.
4. عائشة كريكت: أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد، أطروحة دكتوراه، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2020، 2021.
5. فريدة فلاك: وسائل الإعلام الجديدة وتشكيل صورة الإسلام والمسلمين دراسة تحليلية على عينة من مقاطع الفيديو لموقع *Vimeo*، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2019، 2020.
6. فلة بن دالي: مسؤولية الصحافة ما بين أخلاقيات المهنة والنصوص التشريعية دراسة مسحية لعينة من مسؤولي النشر والصحفيين الجزائريين خلال مرحلة التعددية، أطروحة دكتوراه في علوم في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، كلية علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام، 2019، 2020.

■ الملتقيات والمؤتمرات:

1. مصطفى ثابت، عادل جربوعة: أخلاقيات الإعلام في الجزائر بين الطرح التشريعي والواقع المهني، ورقة مقدمة في الملتقى الدولي للإعلام المحلي في الجزائر "التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل"، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، أكتوبر 2019.

■ القوانين والمواثيق:

1. القانون رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012، يتضمن القانون العضوي المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، الجمهورية الجزائرية، العدد 2 الصادر بتاريخ 12 يناير 2012.

2. العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، المؤرخ في 16 ديسمبر 1966، مفوضية حقوق الإنسان والعمل الإنساني، الجمهورية الإسلامية الموريتانية موريتانيا، المادة 20.

■ المواقع الالكترونية:

1. ليلي عبد المجيد: التشريعات الإعلامية، القاهرة، مصر، 2005.

<https://www.noorbook.com/%D9%83%D8%AA%D8%A7%D8%A8%D8%A7%D9%84%D8%AA%D8%B4%B1%D9%8A%D8%B9%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%4%D8%A7%D9%85%D9%8A%D8%A9-%D8%AF%D9%84%D9%8A%D9%84%D9%89%D8%B9%D8%A8%D8%AF%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D9%8A%D8%AF-pdf>

2. <https://jaridat.com/ar/%D8%B5%D8%AD%D9%8A%D9%81%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A2%D9%86-113>. تاريخ الاطلاع (25-04-2024)، (20: 11).

■ المراجع الأجنبية:

1. Belkacem Amin Benamra: "New Media, New Ethics Confronting Ethical Issues in the Digital Era, **International Journal of Social Communication**, Volume 05, Issue 03, 2018.

2. Díaz-Campo, J. & Segado-Boj, F: "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). 2015.

3. Mahmoud Eid, Stephen J. A. Ward: Ethics, New Media, and Social Networks, **Global Media Journal - Canadian Edition**, Volume 2, Issue 1, .2009.

4. Sabahudin hadžialić, Vi Thi Phuong: Media ethics within the fake news challenges during the covid-19 pandemic, **Studiaiana Analiyna U K O P olitice**, , Issue 2. 2020, <https://doi.org/10.31743/sanp.11465>.

الملاحق

الملحق رقم (01): صورة لبعض الأخبار في الشأن المحلي لصحيفة "الجزائر الآن"

الجزائر الآن الحدث سياسة اقتصاد مجتمع ثقافة و فن

العاصمة...الإطاحة بشبكة إجرامية خطيرة تضم امرأة وصيدليين

الجزائر الآن _ استطاع عناصر الفرقة الإقليمية للدرك الوطني بجسر قسنطينة كتيبة بلر مراد رايس، من الإطاحة بشبكة إجرامية تمتهن ترويج...

2024/06/01

حادث مرور أليم بباتنة

الجزائر الآن _ أصيب 05 أشخاص في حادث مرور بولاية باتنة اثر اصطدام تسلسلي...

2024/05/11



وفاة طفل سقط من منحدر جبلي بجيجل

الجزائر الآن _ توفي طفل يبلغ من العمر 14 سنة سقط من منحدر جبلي...



الملحق رقم (02): صورة لبعض الأنواع الصحفية لصحيفة "الجزائر الآن"

الجزائر الآن الحدث سياسة اقتصاد مجتمع ثقافة و فن رياضة دولي

عين الجزائر الآن

حج الجزائر..حج فلسطين

بواسطة كتب "للجزائر الآن" حفيظ دراجي إعلامي جزائري وكاتب صحفي بالجزائر الآن



2024/05/26



آخر الأخبار

ريال مدريد يتوج بلقب رابطة أبطال أوروبا

الملحق رقم (03): صورة لبعض الأخبار في الشأن الدولي لصحيفة "الجزائر الآن"

2024/05/26

الجزائر الآن | سياسة | اقتصاد | مجتمع | ثقافة و فن | رياضة | دولي

روسيا ترحب بمشروع القرار الجزائري في مجلس الأمن حول رفح

الجزائر الآن _ رحبت مئة روسيا بمجلس الأمن الدولي بمقتراح القرار الذي تقدمت به الجزائر بإزم السلطة القائمة بالاحتلال على وقف...

2024/05/30

أقوال الآن

غاز البوتان يهدد عرش محمد السادس.. لماذا روجت الحكومة المغربية للأكاذيب بخصوص أنبوب الجزائر؟

■ زواياة الصلالم المغربي التي تقول عدم حاجة بلاده لأنبوب الغاز الجزائري..

2024/05/28

البرازيل تستدعي سفيرها في تل أبيب

الجزائر الآن _ استدعت البرازيل سفيرها في تل أبيب ولا تعزم تعيين بديل عنه..

2024/05/30

حقوقيون مغاربة يستغيرون ترؤس بلادهم للمجلس الدولي لحقوق الإنسان

الجزائر الآن _ طالب حقوقيون مغاربة، أمس الأربعاء، "القصر العلوي" بوقف الاعتقالات السياسية..

روسيا ترحب بمشروع القرار الجزائري غير... reinteract.do/2024/05/30

هذا الحساب مخصص لشبونة الجزائر وحماس .. احذروه

الجزائر الآن _ سلطت منصة "مسابر" المتخصصة في مجال التحقق من الأخبار والمعلومات...

2024/05/21

المجلس العربي للطفولة والتنمية يعلن نتائج الدورة الثالثة من جازرته البحثية

الجزائر الآن _ أعلن المجلس العربي للطفولة والتنمية اليوم الأربعاء 29 ماي، 2024...

2024/05/29

تعرف على قصة الجندي المصري الشهيد برفح

الجزائر الآن _ شيعت قرية العجميين في محافظة الفيوم جنوب غرب مصر، اليوم...

2024/05/28

رئيس بلدية رفح: " نناشد الجزائر الضغط من أجل وقف الهجمة الصهيونية"

الجزائر الآن _ ناشد رئيس بلدية رفح "جنوب قطاع غزة"...

الملحق رقم (04): استمارة تحليل المضمون

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المضمون
في إطار مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال

أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة
دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن"

قدمت هذه الاستمارة إلى المحكمين، في إطار انجاز مذكرة ماستر، واستخدمت أداة تحليل المحتوى بتصنيفها إلى فئات الشكل والمضمون، واعتمدت على وحدة الموضوع، كوحدة للعد، وتم إرفاقها بدليل التعاريف الإجرائية، وقد تم وضع الملاحظات المناسبة في المكان المخصص لها. لذلك مطلوب من سيادتكم:

- الاطلاع على الاستمارة بما تشمل عليه من عناصر وتعاريف إجرائية.
- كتابة الملاحظات التي ترونها مناسبة في المكان المخصص لها.

تحت إشراف الأستاذة:
فريدة فلاك

إعداد الطالبتين:
ريمة رحماني
هبة مهوبي

السنة الجامعية 2023-2024

دليل التعاريف الإجرائية:

هذا دليل التعاريف الإجرائية أنجز في إطار إعداد مذكرة ماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة (علوم الإعلام والاتصال)، تم فيه اعتماد أداة تحليل المحتوى تحت عنوان:

عنوان الدراسة: أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن"
السؤال الرئيسي: ما هو واقع أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن" عبر الوسائط الاتصالية الجديدة؟.
وعن هذا السؤال الرئيسي تفرعت جملة التساؤلات التالية:

1. ما طبيعة المواضيع التي عالجتها صحيفة "الجزائر الآن" "الجزائر الآن"، وما القيم المتضمنة فيها؟.
2. ما هي المعايير والأخلاقيات التي اعتمدت عليها صحيفة "الجزائر الآن" في ممارسته الإعلامية؟.
3. ما مدى التزام صحيفة "الجزائر الآن" بأخلاقيات الممارسة الإعلامية؟.
4. ما هي أهم التحديات التي تواجه أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن"؟.

لذلك مطلوب من سيادتكم المساعدة في تثبيتها عن طريق:

- قراءة الدليل قراءة دقيقة.

- وضع علامة أ أمام التعريف الذي ترونه مناسبًا.

- وضع علامة ب أمام التعريف الذي ترونه يحتاج للتعديل.

- وضع علامة ج أمام التعريف الذي ترونه غير صحيح.

وتوضع هذه العلامات في الأماكن المخصصة لها (..)

1. 1 فئات التحليل: وقد تضمنت ما يلي:

1. 1. 1 فئات الشكل: (كيف قيل؟): والمقصود بها الطريقة التي تم بها عرض المادة الإخبارية، وقد تضمنت: 1. 1. 1 فئة القالب الفني: ويقصد بها الشكل الذي عرضت به المحتويات الإعلامية، وشملت: (خبر صحفي، مقال صحفي، عمود صحفي، تقرير صحفي، روبورتاج صحفي، حديث صحفي، تحقيق صحفي، كاريكاتير).

1. 1. 1 فئة اللغة المستخدمة: ويقصد بها اللغة التي قدمت بها المحتويات في الصحيفة حول مختلف الموضوعات المقدمة وهي: (لغة عربية فصحي، لغة أجنبية، مزيج بين اللغة الفصحى واللغة الأجنبية).

1. 1. 1 فئة العناصر الداعمة: سواء كانت صور فوتوغرافية أو غيرها والتي ترافق المواد الإخبارية المنشورة، وتضم (صور فوتوغرافية، رسوم تدعيمية، رسوم كاريكاتورية، بدون صور ورسوم تدعيمية، مقاطع فيديو، مقاطع صوتية).

1. 1. 1 فئة أنماط وأساليب الوسائط المستخدمة: ويقصد بها الخصائص والمزايا التي تتيحها هذه الوسائط مثل (الروابط التشعبية، النص الفائق).

1.1.1.1 فئة الجمهور المستهدف: ويقصد به الجمهور المتوجه إليه بالمحتويات المقدمة في الصحيفة، وتمثل في (الجمهور العام، صناعات القرار، قادة الرأي في المجتمع، القيادات الإعلامية).

1.1.1.2 فئات المضمون (ماذا قيل؟): وفي هذه الدراسة تم استخدام فئة (ماذا قيل) لدراسة مضمون المواضيع التي طرحتها الصحيفة، وتم تحديدها وفقاً للمشكلة البحثية والتساؤلات المطروحة، وقد تضمنت ما يلي:

1.1.1.2.1 فئة طبيعة الموضوع: وهي الفئة المتعلقة بمضمون المادة الإخبارية المنشورة في الصحيفة وأنواعها، وتضمنت الفئات الفرعية التالية: الأخبار السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الدينية، العسكرية، الرياضية، الصحية.

1.1.2.1 فئة القيم الإخبارية: وهي مجموعة العناصر أو المعايير التي تقوم على أساسها الأخبار الصحفية، وتتدخل في عملية تحديد أولويات الأخبار القابلة للنشر عن الأخبار الأخرى. وتمثل في (الأهمية، الاهتمام، الشخصيات، الإثارة، الفورية والآنية، الصراع، التأثير).

قيمة الأهمية: من خلال تعرض الخبر أو القصة الخبرية إلى معلومات في غاية الأهمية بالنسبة للجمهور مما يحقق صدقاً واستقطاباً أكثر من الأخبار الأخرى لدى الجمهور.

قيمة الاهتمام: التركيز على خبر أو موضوع لفترة طويلة لدى الجمهور يولد الاهتمام، وهذه القيمة تشبع حب الاكتشاف والرغبة في معرفة المجهول.

قيمة الشخصيات: تكتسب الأخبار صيغة الجاذبية حيث أن تواجد شخصيات مهمة ومشهورة ضمن هذه الأخيرة يمنحها طابع التميز والانفراد عكس الأخبار المتضمنة لشخصيات عادية.

قيمة الإثارة: وهي الأخبار غير المألوفة أو التي تتسم بالطرافة أو الغرابة التي تقدمها الصحيفة، والتي تسهم في جذب انتباه الجمهور لاستقطاب أكبر عدد منه، مما يحقق لها الكسب المادي والشهرة.

قيمة الفورية والآنية: والتي تعد من العناصر المهمة في القصص الخبرية فالخبر ولد ليموت وبالتالي تحتل قيمة الآنية أهمية كبيرة ضمن القيم الخبرية المعتمدة في تقديم الأخبار والمعلومات.

قيمة الصراع: يشكل الصراع مادة خام لمختلف وسائل الإعلام التقليدية والجديدة، وقد حظيت هذه القيمة بأهمية كبيرة نتاج الصراعات والتزامات والحروب التي تشهدها المجتمعات، والتي تستمد منها هذه الوسائل كل مقومات الجذب للجمهور.

قيمة التأثير: الأخبار التي تمتلك خاصية التأثير على الجمهور من أكثر الأخبار القابلة للنشر، وهي أيضاً ما ينجر عن هذا الخبر من نتائج سالبة أو موجبة.

1.1.2.3 فئة المصدر: ويقصد بها مصادر المادة الإخبارية المرتبطة بالموضوعات المنشورة، وهي المصادر التي يستقي منها (صحيفة الجزائر الآن) المعلومات الخاصة بتغطيتها إخبارياً، وتمثلت في (صحفيين بالصحيفة، وكالات أنباء، مراسل صحفي، مبعوث صحفي، مكاتب صحفية، مواقع إلكترونية أخرى، وسائل إعلام، بدون توقيع).

1.1.2.4 فئة المعايير المهنية: ويقصد بها المبادئ والقيم التي اعتمدها عليها (صحيفة الجزائر الآن) أثناء ممارسته الإعلامية، وقد اعتمدها لمعرفة مدى التزام الموقع بها، وهي كالتالي:

1.1.2.4 فئة الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية:

مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها: أن لا تتضمن المحتويات الإعلامية المنشورة ما يشير إلى مسألة التدخل في شؤون الدول الأخرى بأي طريقة وامتهان كرامتها.

مبدأ الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية: المقصود به نبذ كل أشكال التمييز العنصري وجدوى المساواة بين البشر والأجناس وهو ما أكدت عليه القوانين الدولية.

مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية وإثارة النعرات الطائفية: المنع من التحريض من خلال المنشورات المتضمنة للكراهية المبنية على أساس الدين أو لمعتقد أو الجنس أو العرس والقولبة والتنميط للأفراد والشعوب والجماعات بما يثير روح الكراهية والتنازع.

مبدأ الدعوة للسلام والتسامح ونبذ كل أشكال العنف والإرهاب: وتجنب الدعوة للتطرف على جميع الأصعدة، تثبيت أطر السلام والتسامح ونبذ الريبة والشك في المواثيق الدولية الداعية لذلك.

1.1.2.4.2 فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع:

الامتناع عن نشر الإشاعات: باعتبارها من مقوضات الأمن والاستقرار المجتمعي ووجه من أوجه الفوضى.

مبدأ الامتناع عن الإشادة بالعنف أو التحريض: منع نشر الأعمال المشيدة بالعنف والتحريض عليه بوصف أن الإعلام وصناعه هم النافذة التي يطل من خلالها الجمهور على العالم وفهم الأحداث والمتغيرات من حوله.

الالتزام بتجنب نشر الجريمة: بأي صيغة أو كيفية وضرورة تجنب المعالجة الإعلامية الخاطئة للجريمة وتجسيدها من خلال محاكاة الأحداث الواقعية تمثيلاً. وعدم تبرير سلوك المجرم.

مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير والنقد: من خلال الدفاع عن حق إنشاء الجمعيات والأحزاب السياسية والمشاركة السياسية، وتعزيز الديمقراطية، ونقل صورة واقعية حول ما يدور في الشأن السياسي. احترام مقومات ومبادئ المجتمع: احترام المبادئ والقواعد والسلوكيات المحددة للفرد والجماعة. مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة: تجنب نشر صور مشاهد خادشة للحياء والذوق العام والموضوعات المنافية للآداب العامة.

1.1.2.4.3 فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة:

مبدأ احترام شعارات ورموز الدولة: وأطر سيادتها من علم ونشيد وطني وقوانين وهيئات.

مبدأ احترام الدولة ومؤسساتها: من خلال تعزيز الانتماء الوطني واحترام مؤسساتها والحفاظ عليها والمساهمة في تنميتها، واحترام السلطات العليا في البلاد، والسلطات الثلاث التشريعية والتنفيذية والقضائية، واحترام السلطة العسكرية.

مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية: من خلال الاقتراحات وإتاحة الفرص من منابر وسائل الإعلام في المشاركة السياسية، وعرض وجهات النظر المؤيدة وعدم التحيز لطرف على حساب الطرف الآخر.

مبدأ احترام سيادة الوطنية والوحدة الوطنية: والعمل على استتباب الأمن والاستقرار ودحض كل ما من شأنه أن يسهم في زعزعة السلم، معالجة مشاكل المجتمع، والعمل على نشر قيم المواطنة والولاء.

1.1.2.4 فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة:

مبدأ احترام الكرامة الإنسانية: حفظ كرامة الفرد والامتناع عن التحقير والإذلال من خلال ما يقدمه هذا الموقع من منشورات، عدم إلحاق أضرار بحقوق الطفل، تجنب عبارات الشتم والإهانات الشخصية والاتهامات.

احترام حقوق المواطنين الدستورية وحررياتهم الفردية: احترام الحقوق التي يكفلها الدستور للأفراد والحرريات أيضاً في هذا الإطار.

عدم المساس بالحياة الخاصة وشرف وسمعة الأشخاص: يتطلب عدم انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، الامتناع عن القذف والتشهير، الامتناع عن التدخل في الحياة الخاصة للأفراد، أخذ صور للأفراد دون إذنتهم، الخوض في الحياة الخاصة للشخصيات العمومية.

المساهمة في بناء المواطنة الإعلامية: باعتبار أن البثوث والموضوعات المقدمة من قبل هذه الصحيفة تسهم ببناء صلة بين المواطن الفرد والإعلام المشتغل في إطار هذا المؤسسة المجتمعية.

1.1.2.5 فئة الأخلاقيات اتجاه المهنة:

التحلي بالتزاهة والموضوعية: في التعليق على الأحداث ونقل الخبر من دون أي تشويه أو إضافة بإعطاء الأطراف المختلفة فرصاً متكافئة لأبداء وجهات نظرها، وعدم خلط الخبر برأي المحرر مع الحرص على إعطاء معلومات خلفية توضح الحدث.

الدقة: نقل الخبر بأمانة مع ذكر تفاصيله بدقة من دون حذف يخل به، إثبات المصادر، التواريخ، الاستدلال بالإحصائيات والتقارير الرسمية، تقديم الخبر بشكل مبسط بعيد عن التعقيد، تجنب المفردات الغامضة القابلة لتأويلات عدة.

المصداقية: وتتضمن المؤشرات التالية: تقديم الأدلة والشواهد، التجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، نقل الخبر كما هو في الواقع دون تزيف، نسبة الاخبار إلى مصادرها الاصلية، تقديم المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الصحفية، ونقل المعلومات دون مبالغة وتضخيم، وضوح الأفكار والاتجاهات.

ضرورة تصحيح أي نباً يتبين أنه خاطئ: وهو حق أشارت إليه قوانين الإعلام المختلفة، للوقوف على حقيقة الخبر الذي وقع فيه الخطأ أو اللبس.

الامتناع عن استغلال المهنة لأغراض شخصية: يحضر على الصحفي استغلال مهنته في الحصول على أي نوع من المكافآت المالية أو مساعدات مهما كان نوعها أو صورتها، من جهات أجنبية أو محلية بأي طريقة كانت من أجل النشر أو إخفاء المعلومات أو غيره.

1. 1. 2. 4. 6 فئة الأخلاقيات اتجاه الإعلان:

عدم الخلط بين مهنة الصحافة وبين الدعاية والإعلان: إذ لكل شق مجاله وأصله في ذلك تقديم المعلومة والخبر للمتلقين بصفة صحيحة صادقة منفصلة عن مسعى الدعاية والترويج والإعلان، عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية، وفي المقابل عدم نشر محتويات صحفية تتضمن مادة إعلانية.

مبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك للآداب العامة والخصوصية الفردية: أو إشهارات مخالفة للقيم المجتمعية والمعايير والسلوكيات المحددة من طرفه.

1. 1. 2. 5 فئة تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية (لصحيفة الجزائر الآن) في الوسائط الجديدة: وهي مجمل التحديات والمعوقات التي تواجه أخلاقيات الممارسة الإعلامية الجادة من قبل الصحفيين في هذا الموقع عبر الوسائط الجديدة.

قرصنة المواقع الإلكترونية: في ظل غياب التأطير القانوني والتشريعي الذي يحمي الناشرين والصحفيين الإلكترونيين على الإنترنت، مما ينجم عنه تعطيل الموقع أو نشر معلومات عبره تسيء للموقع أو الدولة ومؤسساتها.

سياسة الإشهار الإلكتروني: الجهل بطبيعة الموقع والمعلومات حوله مما يؤدي إلى نشر إشهارات مخالفة للقيم المجتمعية والآداب العامة.

الجهل بمعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها: جهل الصحفيين العاملين بالمواقع الإلكترونية بأخلاقيات الممارسة الإعلامية والقوانين التي تحدد اشتغالهم بها.

نقل المعلومات دونما التأكد من مرجعيتها: النقل عن المصادر الأخرى في البيئة الرقمية الجديدة دون التأكد من مصداقيتها لأجل السبق الصحفي.

تقنية التزييف العميق: يواجه الصحفيون العاملون في الصحافة الإلكترونية عموماً والمواقع الإلكترونية تحدياً خروقات ترتبط باستخدام أدوات وتطبيقات الذكاء الاصطناعي ومنها تقنية التزييف العميق التي تؤدي إلى تحوير الخبر أو الصورة أو مقطع الفيديو تزييفه مما يوقع الصحفيين في فخ المسائلة، وتقديم مادة إعلامية يكتنفها التزييف والتظليل.

1. 2 وحدات التحليل: تم استخراج جميع الموضوعات المنشورة في الصحيفة الإلكترونية "الجزائر الآن" والقيام بقراءة الموضوعات وتحديد الفئات للوقوف على مدى الالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية اتجاه الجمهور، وقد تم اعتماد وحدة تحليل الموضوع لملاءمتها لتحليل المحتوى ولطبيعة الدراسة.

1. بيانات أولية خاصة بالصحيفة محل الدراسة:

1

اسم الصحيفة:

2

رابط الصحيفة:

2. بيانات خاصّة بفئات الشّكل وعناصرها:

الفئات الرئيسية	الفئات الفرعية	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم
فئة القالب الفني	- خبر صحفي - مقال صحفي - عمود صحفي - تقرير صحفي - روبرتاج صحفي - حديث صحفي - تحقيق صحفي - كاريكاتير			
فئة اللغة المستخدمة	- لغة عربية فصحي - لغة أجنبية - مزيج بين اللغة العربية الفصحي واللغة الأجنبية			
فئة العناصر الداعمة	- صور فوتوغرافية - رسوم تدعيمية - رسوم كاريكاتورية - بدون صور ورسوم تدعيمية - مقاطع فيديو - مقاطع صوتية			
فئة أنماط الوسائط المستخدمة	- الروابط التشعبية - النص الفائق			
فئة الجمهور المستهدف	- الجمهور العام - صناع القرار - قادة الرأي في المجتمع - القيادات الإعلامية			

2. بيانات خاصّة بفئات المضمون وعناصرها:

الفئات الرئيسية	الفئات الفرعية	تقيس	لا تقيس	رأي المحكم
فئة طبيعة	- السياسية - الاجتماعية - الاقتصادية			

الملاحق

			<ul style="list-style-type: none"> - الثقافية - الدينية - العسكرية - الرياضية - الصحية 	الموضوع
			<ul style="list-style-type: none"> - الأهمية - الاهتمام - الشخصيات - الإثارة - الفورية والآنية - الصراع - التأثير 	فئة القيم الإخبارية
			<ul style="list-style-type: none"> - صحفيين بالموقع - وكالات أنباء - مراسل صحفي - مبعوث صحفي - مكاتب صحفية - مواقع الكترونية أخرى - وسائل إعلام - بدون توقيع 	فئة المصدر
			<ul style="list-style-type: none"> - فئة الأخلاقيات اتجاه المبادئ الإنسانية - فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع - فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة - فئة الأخلاقيات اتجاه المهنة - فئة الأخلاقيات اتجاه الإعلان 	فئة المعايير المهنية
			<ul style="list-style-type: none"> - قرصنة المواقع الإلكترونية - سياسة الإشهار الإلكتروني - الجهل بمعايير الممارسة الإعلامية وأخلاقياتها - نقل المعلومات دونما التأكد من مرجعيتها - تقنية التزييف العميق 	فئة تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة الجزائر الآن في الوسائط الجديدة

1. "الجزائر الآن "

2. [/https://algeriemaintenant.dz](https://algeriemaintenant.dz)

الملحق رقم (05): تصريح الالتزام بقواعد النزاهة العلمية



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

الرقم: 2024/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي (ة) أدناه:

السيد(ة): هبة الرحمان ميموبي

الصفة: طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 209316933.

الصادرة بتاريخ: 2023/06/10. عن بلدية: بركة.

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم: علوم الإعلام والاتصال، جامعة: المسيلة

تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة: المسيلة تحت رقم التسجيل: 191935006853.

والمكلف بإنجاز أعمال بحث مذكرة ماستر عنونها: أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية

الجديدة دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن"

أصرح بشرفي بأنني ألتزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية

المطلوبة في إنجاز البحث المذكور.

المسيلة في: 02-06-2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2024/

تصريح شرفي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

أنا الممضي (ة) أدناه:

السيد(ة): ريماء رحماني

الصفة: طالبة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 210374118

الصادرة بتاريخ: 2024/06/06. عن بلدية: بريكة.

المسجل(ة) بكلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم: علوم الإعلام والاتصال، جامعة: المسيلة

تخصص: اتصال وعلاقات عامة، جامعة: المسيلة تحت رقم التسجيل: 191935006654.

والمكلف بإنجاز أعمال بحث مذكرة ماستر عنونها: أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية

الجديدة دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن"

أصرح بشرفي بأنني ألتزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية

المطلوبة في إنجاز البحث المذكور.

المسيلة في: 02-06-2024

الملحق رقم (06): وثيقة إيداع مذكرة ماستر



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences

Vice-Deanship of the College for Studies and Student Issues

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة

الرقم: 2024/

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع: أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة دراسة حالة صحيفة "الجزائر الآن"

إعداد الطالبتين: هبة الرحمان مهبوي، ريما رحماني، رقم التسجيل: 191935006654 / 191935006853.

القسم: علوم الإعلام والاتصال. الشعبة:

التخصص: اتصال وعلاقات عامة.

إشراف: الأستاذة فريدة فلاك، الرتبة: أستاذ محاضر ب.

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طويلة الموسم الجامعي: 2023-2024 وأسمح بإيداعه

على مستوى ادارة القسم للمناقشة والتقييم.

رئيس فريق الاختصاص

موافقة وإمضاء الأستاذة (ة) المشرف(ة):

رئيس القسم

الملخصات

ملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الاتصالية الجديدة، ولتحقيق الهدف من الدراسة تم اعتماد المنهج المسحي، كما تم استخدام العينة العشوائية المنتظمة ممثلةً في (06) أعداد من صحيفة "الجزائر الآن" الإلكترونية، وتمثلت أداة الدراسة في تحليل المضمون، من أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة: تعتمد صحيفة "الجزائر الآن" بدرجة كبيرة في تحرير موضوعاتها على الخبر الصحفي وذلك بنسبة قدرت بـ (45.91%) مستخدمةً بذلك اللغة العربية الفصحى كونها تهدف إلى مخاطبة جميع فئات المجتمع وكان ذلك بنسبة (96.38%). وتعد الروابط التشعبية حسب نتائج الدراسة أهم أنماط الوسائط المستخدمة في صحيفة "الجزائر الآن" كونها أحد خواص الوسائط الاتصالية الجديدة وتتيح الانتقال من صفحة لأخرى ومن خبر إلى آخر أو قراءة الخبر أو المقال أو التقرير بأكمله وبنسبة تامة (100%).

كما كشفت نتائج الدراسة أن صحيفة "الجزائر الآن" توجه معظم أخبارها للجمهور العام بنسبة كبيرة تقدر بـ (64.07%) وذلك لأن محتواها مصوب إلى جميع شرائح المجتمع. وأشارت نتائج الدراسة أن معظم الأخبار التي تطرحها صحيفة "الجزائر الآن" بشكل كبير هي الجانب الرياضي بنسبة (47.45%)، معتمدةً على قيمة الأنية والفورية لتزامن ذلك مع حدث رياضي بارز لأن الأخبار تتطلب ذلك مقارنة بالقيم الأخرى بنسبة مقدرة بـ (43.85%).

من ناحية أخرى أبانت نتائج الدراسة أن صحيفة "الجزائر الآن" عملت على مبدأ احترام كرامة الدول وعدم التدخل في شؤونها حيث قدرت نسبتها بـ (60.71%) وهذا يعزز من العلاقات الخارجية للدول مع الجزائر. كما أظهرت نتائج الدراسة تفوق مبدأ احترام مقومات ومبادئ المجتمع ضمن فئة الأخلاقيات اتجاه المجتمع على بقية المبادئ لصحيفة "الجزائر الآن" بنسبة مقدرة بـ (35.58%) وهذا ما يزيد من ثقة ومصداقية الجمهور اتجاه الصحيفة، من جانب آخر تعمل الصحيفة على مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية ضمن فئة الأخلاقيات اتجاه الدولة والذي مثل نسبة تقدر بـ (45%) من خلال المساهمة في تنمية وعي الجمهور اتجاه القضايا والقرارات السياسية، وتمثلت تحديات أخلاقيات الممارسة الإعلامية لصحيفة "الجزائر الآن" في سياسة الإشهار الإلكتروني والجهل بمعايير الممارسة الإعلامية بنسبة متساوية قدرت بـ (50%).

الكلمات المفتاحية: الأخلاقيات؛ الممارسة الإعلامية؛ الوسائط الاتصالية الجديدة، صحيفة "الجزائر الآن".

Abstract:

This study aimed to determine the ethics of media practice through new communication media, and to achieve the aim of the study, the survey method was adopted, and a systematic random sample was used, represented by (06) issues of the electronic newspaper “Algeria Now”, and the study tool was content analysis. Among the most important findings of the study: Algeria Now newspaper relies to a large extent in editing its topics on press news, at a rate estimated at (45.91%), using the classical Arabic language, as it aims to address all segments of society, and this was at a rate of (96.38%).

The hyperlinks, according to the results of the study, are the most important media patterns used in the newspaper 'Algiers Now', as they are one of the properties of new communication media and allows the transition from one page to another and from one news to another or read the news, article or entire report in a total rate (100%).

The results of the study also revealed that the newspaper 'Algiers Now' directed most of its news to the general public by a large percentage of (64.07%), because its content is aimed at all segments of society. The results of the study indicated that most of the news presented by the newspaper 'Algiers Now' in a large way is the sports aspect by (47.45%), relying on the value of the immediate and immediate value to coincide with a prominent sporting event because the news requires this compared to other values with a rate of (43.85%).

On the other hand, the results of the study showed that the newspaper “Algeria Now” worked on the principle of respecting the dignity of countries and not interfering in their affairs, as its percentage was estimated at (60.71%), and this enhances the foreign relations of countries with Algeria. The results of the study also showed that the principle of respecting the components and principles of society, within the category of ethics towards society, outperformed the rest of the principles for the newspaper “Algeria Now” by an estimated rate of (35.58%), and this increases the trust and credibility of the public towards the newspaper.

On the other hand, the newspaper works on the principle of enhancing the values of political participation within the category of ethics towards the state, which represented an estimated percentage of (45%) by contributing to the development of public awareness towards political issues and decisions. The challenges of the ethics of the media practice of the “Algeria Now” newspaper were represented in the advertising policy. electronic communication and ignorance of media practice standards in an equal proportion estimated at (50%).

Keywords: *ethics; Media practice; New communication media, “Algeria Now” newspaper.*

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ