

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أخلاقيات الميديا الجديدة بين التشريع والممارسة
دراسة عينة من الصحفيين الجزائريين

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص : صحافة مطبوعة وإلكترونية

تحت اشراف

طبيي رابح

من اعداد الطالبة :

دحماني أسماء

السنة الجامعية: 2020/2019

إهداء :

إلى من أرضعتني الحب و الحنان و التي لأرى الأمل إلاّ من عينيها ... إلى من ركع العطاء أمام

قدميها ، وكان ادعائها سر نجاحي و حنانها بلسم جراحي ، إلى رمز الحب و بلسم الشفاء ،

أمي الحبيبة .

إلى رجل لم أجد الكلمات لوصفه أو لشكره ... إلى الكلمة القوية التي شجعتني على المضي

قدما بالرغم من كل الظروف أبي الغالي رحمه الله .

إلى من أظهروا لي ما هو أجمل من الحياة .أخي (إلياس) و أخواتي (سميحة ، مجدة ، ماريا) .

إلى فرحة البيت و سر سعادي و نجاحي إبنني الغالي أنس عبد المؤمن .

إلى من تحلنا بالإخاء و تميزنا بالوفاء صديقتنا دربي (فريدة ، ريم) .

إلى من تذوقت معهم أجمل لحظاتيإلى زميلاتي و زملائي في الدراسة (ريحة)

إلى من علموني الجد و المسؤوليةزملائي في العمل إلى كل من أخذ بيديورسم الأمل

في كل خطوة أخطوها إليكم جميعا أهدي هذا العمل .

شكر و تقدير :

يقول الحق سبحانه و تعالى في كتابه العزيزباسم الله الرحمن الرحيم (رب أوزعني أن أشكر

نعمتك التي أنعمت علي و على والدي و أن أعمل صالحاً ترضاه و أدخلني برحمتك في عبادك

الصالحين) صدق الله العظيم – سورة النمل – الآية 91

فالحمد لله أولاً و أخيراً على فضله الواسع و على توفيقه لي في إنارة دربي في سبيل العلم .

أتقدم بجزيل الشكر إلى الأستاذ المشرف : طيبي رابح الذي كان لي خير مشرف و موجه و

الذي منحني الكثير من وقته و جهده و الذي لم ييخل علي بعلمه و توجيهاته السديدة التي

إنعكست آثاره جليّة على هذه الدراسة .

قائمة الجداول		
الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	جدول يبين إجابات المبحوثين حول النوع الاجتماعي الجنس	66
02	جدول يبين إجابات المبحوثين حول المستوى التعليمي للمبحوثين	67
03	جدول يبين إجابات المبحوثين حول التخصص العلمي للمبحوثين	68
04	جدول يبين إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة	69
05	جدول يبين إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل	70
06	جدول يبين إجابات المبحوثين حول إمتلاك المبحوثين حساب على شبكات التواصل الاجتماعي	72
07	جدول يبين إجابات المبحوثين حول مدة إمتلاك المبحوثين حساب على شبكات التواصل الاجتماعي	73
08	جدول يبين إجابات المبحوثين حول استخدام حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بإسم مستعار أو إسم حقيقي	74
09	جدول يبين إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي	75
10	جدول يبين إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع المنشورة في حساباتهم	76
11	جدول يبين إجابات المبحوثين حول ثقتهم بالأخبار عبر الميديا الجديدة	78
12	جدول يبين إجابات المبحوثين حول إهتمام مؤسسته الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية والمهنية	79
13	جدول يبين إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسساتهم الإعلامية	80
14	جدول يبين إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة	81
15	جدول يبين إجابات المبحوثين حول إن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق أخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينظم نشاط النشر على الميديا الجديدة	83
16	جدول يبين إجابات المبحوثين حول إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة	85

	وضوابط تشريعية	
86	جدول يبين إجابات المبحوثين حول إطلاعهم بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة	17
87	جدول يبين إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 05_12 وقانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة	18
89	جدول يبين إجابات المبحوثين حول إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف ومكانة المؤسسات الإعلامية	19
91	جدول يبين إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة	20

قائمة التمثيلات البيانية		
الرقم	عنوان التمثيل البياني	الصفحة
01	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول النوع الاجتماعي الجنس	66
02	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول المستوى التعليمي للمبحوثين	67
03	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول التخصص العلمي للمبحوثين	69
04	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة	70
05	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل	71
06	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إمتلاك المبحوثين حساب على شبكات التواصل الاجتماعي	72
07	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول مدة إمتلاك المبحوثين حساب على شبكات التواصل الاجتماعي	73
08	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إستخدام حساب على شبكات التواصل الاجتماعي بإسم مستعار أو إسم حقيقي	74

76	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها على شبكات التواصل الإجتماعي	09
77	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع المنشورة في حساباتهم	10
78	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول ثقتهم بالأخبار عبر الميديا الجديدة	11
79	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إهتمام مؤسسته الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية والمهنية	12
81	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسساتهم الإعلامية	13
83	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة	14
84	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق أخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينظم نشاط النشر على الميديا الجديدة	15
86	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة وضوابط تشريعية	16
87	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إطلاعهم بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة	17
89	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ماينص عليه القانون العضوي للإعلام 05_12 وقانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة	18
90	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين حول إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف ومكانة المؤسسات الإعلامية	19
92	قرص بياني يبين إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة	20

خطة الدراسة :

- مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة :

- الإشكالية

- الهدف من الدراسة

- أسباب إختيار الموضوع

- نوع الدراسة

- مجتمع الدراسة والعينة

- منهج وأداة الدراسة

- الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة :

1- الميديا الجديدة

تمهيد

1-1 تعريف الميديا الجديدة

2-1 الهوية التاريخية للميديا الجديدة

3-1 الوسائط الجديدة و الثقافة الإعلامية و الإلكترونية في ظل الميديا الجديدة

4-1 التحديات الإعلامية أمام ممارسات الميديا الجديدة

-2 أخلاقيات الميديا الجديدة

1-2 تعريف الأخلاقيات

2-2 المعايير الأخلاقية للإعلام في ظل الميديا الجديدة

3-2 أخلاقيات مهنة الصحافة و الإعلام

4-2 قوانين الإعلام في المنطقة العربية و الإسلامية

-3 الضوابط التشريعية للميديا الجديدة

1-3 تعريف التشريع

2-3 الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري

3-3 تهديد مهنة الصحفي من قبل المواطن العادي عبر النشر في الميديا الجديدة

الإطار التطبيقي

- تمهيد
- عرض تحليل نتائج الدراسة - البيانات الشخصية
- التحليل الكمي لإجابات المبحوثين حول النوع الاجتماعي (الجنس)
- التحليل الكمي للمستوى التعليمي للمبحوثين
- إجابات المبحوثين حول التخصص العلمي لهم
- إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة
- إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل

المحور 01: الميديا الجديدة

- إمتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي
- مدة إمتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي
- إجابات المبحوثين عن إستخدام حساب على شبكات التواصل

الإجتماعي

- إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها على شبكات

التواصل الإجتماعي

- إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع المنشورة في حساباتهم

المحور 02: أخلاقيات الميديا الجديدة

- إجابات المبحوثين حول ثقتهم في الأخبار عبر الميديا الجديدة

- إجابات المبحوثين حول إهتمام مؤسسته الإعلامية بتلقيين صحفييها
المعايير الأخلاقية و المهنية
- إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسساتهم
الإعلامية
- إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها
الميديا الجديدة
- إجابات المبحوثين أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق اخلاقي موحد
بين كل المؤسسات الإعلامية ينضم نشاط النشر على الميديا الجديدة
المحور 03: الضوابط التشريعية للميديا الجديدة
- إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و
ضوابط تشريعية
- إجابات المبحوثين حول إطلاعهم بالنصوص القانونية المنظمة للنشر
على الميديا الجديدة
- إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ما ينص عليه القانون العضوي
للإعلام 12-05 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط
كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة
- إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي

يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية

- إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية

لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة

- الخلاصة

- الإقتراحات

- الخاتمة

مقدمة

مقدمة :

كان مبحث الأخلاق منذ الحضارات الشرقية القديمة و الحضارة اليونانية القديمة مبحثاً فلسفياً نظرياً يهتم بوضع قواعد و مبادئ أخلاقية عامة حول ماهية الخير و الشر أو يهتم بتحديد القيم الأخلاقية الواجب إتباعها ولكن مع تقدم العلم و التكنولوجيا وتحديداً بدءاً بالقرن العشرين ، بدأت تظهر مشكلات أخلاقية ناجمة عن هذا التطور العلمي المستمر و المتلاحق وذلك في شتى المجالات مثل مجال الإقتصاد و البيولوجيا و الهندسة و الفضاء و الإعلام.... الخ ، تمثل المشكلات الأخلاقية لكل علم مجال بحث مستقل ، هناك أخلاقيات لعلم الطب ، و أخلاقيات للبيولوجيا و أخلاقيات للهندسة ، و أخلاقيات الإعلام.... الخ ، هذه المباحث التي تشكل في مجموعها ما يعرف بأخلاقيات العلم و التكنولوجيا و التي توصف بالأخلاقيات التطبيقية ، أي تطبيق المعايير و المبادئ الأخلاقية في حل المشكلات الناجمة عن تطور هذه العلوم و ظهور مباحث أكثر حداثة " أخلاقيات الميديا الجديدة " التي لم تتشكل بعد بشكل نهائي كونها تتغير و تتطور باستمرار وسمحت هذه التطورات و التحولات ، في ميدان الإتصال بكسر حواجز المعلومة التي كانت محتكرة من طرف فئة محددة من وسائل الإعلام و ألقى هذا التحول بظلاله على مفاهيم ضبط أخلاقيات المهنة التي كانت تحكمها آليات الضبط و التنظيم الداخلي للوسيلة الإعلامية و قد كسر بذلك قيود و إحتكار المعلومة من طرف المؤسسات و

أعطى للممارسة الصحفية بعداً جديداً مبني على حرية التعبير ، و التحرر من أية ضوابط أخلاقية تضبطه أو تتحكم فيه و صارت هذه البدائل للنشر منبراً مهماً للجمهور للتفاعل و المشاركة و التعليق بجرية على مختلف ما ينشر من قضايا و مواضيع متنوعة ، كل هذه الممارسات عكستها طبيعة الأوضاع السياسية و الإجتماعية و الثقافية التي تكون دائماً عاملاً مؤثراً و حاسماً في مسار هذه العملية و التأثير عليها .

حاولنا في دراستنا هاته أن نتناول جانب أخلاقي إعلامي للميديا الجديدة يطرح نفسه بإلحاح خلال السنوات الأخيرة ومع هذا التطور الهائل في التقنيات التكنولوجية الحديثة حيث تناول موضوعنا من الجانب الأخلاقي بما يتلاءم مع طبيعة ممارسات للميديا الجديدة حيث لاحظنا نقصا كبيرا في الدراسات حول أخلاقيات الميديا الجديدة وهذه الدراسة ستقترب أكثر وتغوص أعمق للدراسات الحديثة حولها وللوصول الى الأهداف المسطرة من خلال هذه الدراسة قد قمنا بتقسيم الدراسة إلى :

الإطار المنهجي : والذي كان عبارة عن جل الخطوات المنهجية التي قمنا بها ، من إشكالية الدراسة

وأهدافها ونوعها الى مفاهيم ومصطلحات الإشكالية وكذا مجتمع الدراسة والعينة الى منهج الدراسة

وأدات جمع البيانات وصولاً للدراسات السابقة المشابهة.

الإطار النظري : تناولنا فيه الميديا الجديدة من حيث التعريف والهوية التاريخية ووسائله وممارساته كما

تناولنا أخلاقيات الميديا الجديدة من تعريف إلى المعايير الأخلاقية وذكر التجاوزات الغير أخلاقية

والقانونية للميديا الجديدة وتطرقنا أيضا إلى جانب الضوابط التشريعية للميديا الجديدة .

الإطار التطبيقي : تطرقنا فيه الى تحليل وتفسير الإجابات التي تضمنتها الإستمارات والتعليق عليها

وصولاً الى نتائج الدراسة مع الإقتراحات .

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة :

اهتم الباحثون بالتشكل التاريخي لاستخدامات الميديا الجديدة التي تتسم بالتغير ، إذ تتأثر بعوامل عديدة تجعل منها ظاهرة متحولة ، هكذا يتغير الإستخدام الإجتماعي بتغير التقنية نفسها وبصيرورة إنتشارها الإجتماعي بالمقابل فإن الباحثين لا ينظرون إلى هذه الميديا الجديدة من زاوية ما تحدثه من متغيرات جديدة في أشكال التواصل الإجتماعي فحسب وإنما يهتمون أيضا بالتأثيرات المجتمعية على هذه الميديا والتي تتحدد داخل سياقات مجتمعية¹ .

ومع هذا التوسع للأشكال التواصلية الجديدة والتي تشكل حلبة جديدة تشكل بدورها مجالا رحبا للنقاش وشكلا من أشكال التعبير الإلكتروني وفضاءا حرا يختلف من مجتمع لآخر أسهم في طرح العديد من الإشكالات الأخلاقية والمتعلقة خاصة بالممارسة المهنية والأدوات التي تضبط العلاقة بين الصحفي ومؤسسته الإعلامية حيث تعتبر بعض النظم أن حرية الصحافة والإعلام عنصر أساسي في الممارسة الديمقراطية وتفرض وضع قوانين وتشريعات لحماية هذه الحرية ، فيما نجد البعض الآخر يعمل على تقييد هذه الحرية وممارساتها .

¹ _الصادق الحمادي، الميديا الجديدة، الإستيمولوجيا و الإشكاليات والسياقات، المنشورات الجامعية بمنوبة، الطبعة الأولى 2012، ص 39

كما نجد أن البعض يعتقدون أن الحديث عن أخلاقيات الميديا الجديدة والإعلام

لايجدي نفعاً في غياب تشريعات وقوانين التي يجب أن تتضمن مواد قانونية تنص على هذه

الأركان والضمانات في ظل الإنتشار الهائل للفضاءات الافتراضية والنشر المكثف والهائل الأمر

الذي يطرح العديد من الإستفهامات حول مصداقية المعلومات وموثوقية مصادرها والأساليب

الغير نزيهة والمشيئة للحصول على الأخبار والمعلومات ومع كل هذا إستشعار الصحفيين ورجال

الإعلام بالصعوبات الجديدة والمخاطر التي تهدد مهنتهم ليضاف بذلك مبدأ السر المهني لحماية

مصادر الأخبار وهذا ماجعل الأصوات تتعالى للمطالبة بضرورة وضع تشريعات وضوابط وقواعد

تنظيمية وأخلاقية لعملية تداول المعلومات لاسيما أمام التزايد المستمر للإنتهاكات والسرقات

وتزييف الحقائق والمعلومات الخاطئة سعياً لتظليل الرأي العام .

هذا ما جعل صياغة قوانين محل جدل بين الأسرة الإعلامية والسلطة في كثير من البلدان

كون الإطار التشريعي هو الذي يحدد مجال ممارسة حرية التعبير وإنعكاسه على طبيعة العمل

الإعلامي وماتحمله من أخلاقيات عملية ومهنية وعلى المجتمع وإنضباطاته وعدم تجاوزه للحدود

والتعدي على الخصوصيات .

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية :

- مامدى إلتزام الصحفيين الجزائريين بأخلاقيات الممارسة المهنية في ضل الميديا

الجديدة ؟

ونحاول الإجابة على عدة تساؤلات :

01/ فيما تتمثل الضوابط الأخلاقية المستخدمة في الميديا الجديدة ؟

02/ ما طبيعة التشريعات المنظمة لعملية النشر بالميديا الجديدة بالجزائر ؟

03/ ما مدى إطلاع الصحفيين بالجزائر على قوانين وتشريعات الإعلام وتأثيرها على الممارسة

المهنية ؟

أهمية الدراسة :

تتبع أهمية هذه الدراسة في الجانب العلمي إلى حاجة المكتبة العلمية و الأكاديمية عامة و

الإعلامية خاصة للمزيد من الدراسات حول الميديا الجديدة و التغييرات التي أحدثتها تقنية

الإنترنت في عالم الصحافة في العصر الحديث الذي يتسم بالتدفق الهائل للمعلومات

● معرفة طبيعة و مدى تأثير التشريعات الإعلامية بالجزائر على الممارسة الصحفية والنشر في ظل

الميديا الجديدة .

- القيام بالحفر المعرفي وإزالة الكثير من اللبس عن مفهوم الميديا الجديدة و إظهار ضوابطها الأخلاقية المستخدمة في عملية النشر .
- بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تأتي في سياق زمني يميزه التغييرات التشريعية والقانونية و الإعلامية التي تشهدها الجزائر وإنتقالها من الجيل الثالث إلى الجيل الرابع من خدمات الأنترنت وما يصاحبه من حتمية تحول متسارع نحو الأنشطة الرقمية وإشتداد المنافسة بين جميع الفاعلين على الواب والمؤسسات الصحفية وخلق بيئة إعلامية جديدة أكثر مهنية وتطور .

أهداف الدراسة:

- تسعى أي دراسة كانت للوصول إلى تحقيق أهداف معينة وتعنى دراستها هذه والتي سطرناها في البداية البداية لتتمحور حول الميديا الجديدة ومن جهة أخرى نحاول التعرف عن كتب على هذه الظاهرة الجديدة و ضوابطها في مجال الإعلام و عليه فإن هذه الدراسة تهدف إلى :
- إكتشاف الضوابط الأخلاقية المستخدمة في الميديا الجديدة "فالإشتغال على المفاهيم من المهمات الأساسية للبحث العلمي خاصة إذ تعلق الأمر بطواهر جديدة"¹ .
 - وصف التشريعات المنظمة لعملية النشر بالميديا الجديدة .
 - محاولة معرفة مدى إطلاع الصحفيين بالجزائر على قوانين وتشريعات الإعلام وتأثيرها على الممارسة المهنية .

¹ _الصادق الحمامي، " تحديد الإعلام مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية " ، المجلة العربية للإعلام والاتصال ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية ، العدد الخامس ، نوفمبر 2009 ، ص4.

أسباب إختيار الموضوع:

تعد مرحلة إختيار للدراسة العلمية والعملية والمساهمة في إثراء المهارة الإنسانية هي من أصعب المراحل التي يمر بها الباحث لأنها تمثل المرحلة الحاسمة على سير عملية البحث بكامله فيمكن أن تتعدد أسباب إختيار الموضوع فتكون إما ذاتية تفرضها طبيعة التخصص و الإهتمامات أو موضوعية يفرضها الواقع الإجتماعي و الضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها. إرتبط بأسباب ذاتية وأخرى موضوعية تأتي في ما يلي :

● الأسباب الموضوعية :

1. يعتبر موضوع حيوي و مهم كون الميديا الجديدة أحدثت الكثير من التغيرات على المجتمع و الصحافة بالجزائر .
2. الحاجة الملحة لدراسة ظاهرة الميديا الجديدة و محاولة تسليط الضوء على التحديات للمؤسسات الإعلامية الجزائرية و إظهار الضوابط التي يحاول الإلتزام بها الصحفيين في ظل مواجهتهم للصعوبات الجديدة و المخاطر التي تهدد مهنتهم .
3. الإنتشار المذهل لشبكة الأنترنت وبداية التحول نحو مجتمع رقمي ، بالإضافة إلى سعي الجزائر الحثيث إلى تدارك التأخر وتسريع عملية التحول نحو الأنشطة الإلكترونية في محاولة منها لردم الفجوة بينها وبين المجتمعات الغربية .

● الأسباب الذاتية :

1. الفضول الرغبة العلمية في دراسة الموضوع لجدته وحدثته .
2. إهتمامنا المتزايد بموضوع الميديا الجديدة وتأثيرها على الصحافة .

3. الرغبة في التعرف على الدور الذي تلعبه الميديا الجديدة بالنهوض بالعمل الإعلامي في كنف أخلاقيات عملية ومهنية و إنضباط المجتمع دون تجاوز الحدود و التعدي على الخصوصيات .
4. رصد و متابعة كل ما هو جديد في حقل تكنولوجيا الإعلام و الإتصال .

المدخل النظري للدراسة :

يفيدنا المدخل النظري لتحقيق الإرتباط بين أكثر من فكرة أو إتجاه علمي للنظر إلى المشكلة وتفسير الحقائق التي يصل إليها الباحث في إطار المرجعية العلمية أو المعرفية وبما أن دراستنا حول أخلاقيات الميديا الجديدة بين التشريع و الممارسة فقد إعتدنا على المدخل اللغوي .

المدخل اللغوي :

إذا كان من الممكن عزل عناصر العملية الإعلامية ودراستها في إطار جزئي مثل المؤسسات والقائم بالإتصال والمتلقي ، فإنه يصعب دراسة الرسالة الإعلامية بمعزل عن هذه العناصر و دراستها بذاتها كما يتم الآن في الكثير من البحوث والدراسات الخاصة بتحليل محتوى الإعلام ، لأن الرسالة الإعلامية ليست مجرد عنصر من عناصر العملية الإعلامية ولكنها نقطة اللقاء بين هذه العناصر وبعضها في إطار ما تمثله من أهداف وحاجات لكل من العناصر لدى بعضها¹ .

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

يعد تحديد مفاهيم الدراسة أحد الطرق المنهجية العامة في تصميم البحوث التي يتمكن القارئ إدراك المعاني و الأفكار التي يريد الباحث التعبير عنها دون أن يختلفوا فيها ، وقد ورد في هذا البحث مصطلحات من الأجدد تحديد مفهومها .

¹ _محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب القاهرة ، ط1 ، 2004 ، ص45 .

أخلاقيات:

لغة: أخلاق [جمع] : مفردها خلق: مجموعة صفات نفسية و أعمال الإنسان التي توصف بالحسن أو القبح " سمو / كرم الأخلاق - فلان دمت الأخلاق - الحلم سيد الأخلاق - إنما بعثت لأتم مكارم الأخلاق [حديث] "

أخلاق إجتماعية : عادات أو قيم إجتماعية تختلف باختلاف الظروف - تديني الأخلاق : إنحطاطها

جريمة أخلاقية : جريمة تمس العرض و الشرف ، كل جرم أو ذنب يقترفه الموظف في أثناء القيام بأعمال وظيفته¹.

أخلاقية : إسم مؤنث منسوب إلى أخلاق .

مصدر صناعي من أخلاقي : يخضع العالم اليوم لعقلية جديدة و أخلاقية جديدة .

أخلاقيات العمل : ما يتعلق بالعمل من مبادئ ومثل خلقية .

لا أخلاقية : القول بإنكار الأخلاق و الإعتداء بالأحكام الواقعية فقط .

تعريف إجرائي :

1. الأخلاقيات: عرفت دائرة المعارف البريطانية الأخلاقيات : أنها النظام الذي يتم وضعه لتوضيح

القواعد المتعلقة بممارسة مهنة بعينها مما يحقق صالح المجتمع و الأفراد ، ويحقق الممارسة السليمة

لهذه المهنة ، علاوة على أنه يساعد على تحقيق أهدافها الرشيدة ويشمل ذلك التي تحكم

الممارسة و حدودها بين الصواب والخطأ .

¹ _ عمر أحمد مختار ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، عالم الكتب ، القاهرة، طبعة أولى ، 2008، ص688

وهناك من يرى الأخلاق بأنها الأساس أو الركيزة الأولى التي يقام عليها بنیان مهنة العاملين في المؤسسات ، وأن القواعد والقوانين الخاصة بالأخلاقيات المهنية تسهم إسهاما كبيرا في توليد الكرامة المهنية وممارسة الواجبات وفقا لمبادئ وقواعد مقننة ومتفق عليها من قبل ، و الأخلاقيات في الإعلام تتمثل في الثبوت من الأنباء المنشورة وتجنب إيذاء الناس وحماية أسرار الأسرة و الأعراض ، و عدم تصديق الشائعات والعدل والقول الحسن .

والأخلاقيات المهنية تعرف بأنها معايير يلتزم بها العاملون في مهنة معينة أو على كل عامل بهذه المهنة الإلتزام بهذه المعايير ليصبح أهلا لثقة المجتمع ، ويجب أن تكون هناك أخلاقيات يتم من خلالها ضبط سلوك التعامل بها حتى يتم إنتاج سلوك جيد ، وحتى لا يحدث نزاع وشقاق بين الطرفين ، ومن أبرز الضوابط الأخلاقية في مهنة الصحافة موثيق الشرف الصحافي¹.

2. الميديا الجديدة:

لغة: حسب قاموس عربي فرنسي فإن : Média وسائل [تقنية].

Média صحافة، إذاعة، تلفاز. إلخ [عامة]

Média وسائل [الحاسوب]².

التعريف الإجرائي :

- مفهوم الميديا الجديدة يترجم إلى اللغة العربية بوسائل الإعلام الجديدة الذي يصعب تحديد الواقع الذي يغطيه فالترجمة تتجاهل الاندماج و الفصل في آن واحد الحاصل بين الجديد و القديم في

¹ _منال هلال المراهرة ، التشريعات الإعلامية العربية والدولية ، دار الكتاب الذكي للنشر الإلكتروني -عمان ، الطبعة الأولى ، 2017، ص350

² _الموقع / WWW . almany . com /ar /dict /fr-ar/média/ ، قاموس عربي فرنسي ، تاريخ التصفح 06مارس2020 على الساعة 14:12

وسائل الإعلام لقد اهتدى بعض الباحثين إلى صيغة للتحايل على إشكالية التي تثيرها
صفة القديم والجديد في وسائل الإعلام فأطلقوا مسمى " الجيل الثاني من وسائل الإعلام على
الميديا الجديدة " ¹ .

- بما أن الإعلام (Média) مختلف لغوياً ، فإذا كان الإستخدام العربي يحيل كما قلنا على معنى
الإبلاغ و الإخبار و الإرسال و المعرفة (العلم بالشيء) فإن مصطلح (Média) بسبب
إشتقاقه من كلمة (Médium) يحيل على معاني الوساطة و الوصل والوسط
(Milieu) وبهذا المعنى فإن مصطلح الميديا بما يحمله من مفهوم الوساطة بكل مستوياتها
الدلالية يبدو لنا أكثر قدرة على الإيفاء بشراء الظواهر ² .

- الميديا الجديدة مجال متعدد الأبعاد تشكله التكنولوجيا الجديدة من أنترنيت وهاتف جوال
وأجهزة ألعاب الفيديو.. فالميديا الجديدة تشمل كذلك في إحدى معانيها ذلك المجال الواسع
المتشكل من تجارب جديدة في مجالات مختلفة: تجارب جديدة في الكتابة وتمثل في العالم
والعلاقات بين الأفراد وتجارب جديدة في مستوى الهوية والجماعة وتحقيق الذات وقواعد جديدة
في التنظيم ³ .

3. التشريع :

- لغة: شرعاً : أنفذ إلى الطريق .

نُهج أو أظهر : شرع لهم الطريق .

سنّ و بيّن : " شرّع الله الدين "

¹ _نصر الدين العياضي ، " وسائط جديدة و إشكاليات قديمة التفكير في عمدة التفكير في مواقع الشبكات الإجتماعية في المنطقة العربية " ، المجلة الجزائرية للإتصال ،
كلية العلوم والإتصال ، جامعة الجزائر 3 العدد 22 ص 124

² _الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة الإستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات ، المنشورات الجامعية بمنوبة الطبعة الأولى ، 2012 ، ص 14

³ _الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة الإستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات ، نفس مرجع سابق ، ص 18

جعل مشروعاً مباحاً: " شرع المشرع أمراً " .

شرع الله لنا كذا بشرعه : أظهره و أوضحه¹ .

شريعة : جمع شرع و شرع : " دستور ، شريعة أساسية : " شريعة الأمم المتحدة" .

شرع : مدد و مهدّ : " شرع الطريق " .

سنّ و جعل واجب التطبيق : " سنّ قانونا ، شريعة " .

تشريع : حقّ سنّ القوانين .

" تشريعي " : منسوب إلى التشريع ، أي له علاقة بسن القوانين : " عمل تشريعي " ، " دورة

تشريعية" .

مشرّع : واضع القوانين ، يسن القوانين على للشعب .

إشترع : سنّ : " إشرع شريعة ، قانوناً " ² .

- **التعريف الإجرائي:** يعرف التشريع بأنه مجموعة القواعد التي تحكم سلوك الأفراد في المجتمع و

تكفل الدولة إلتزامهم بها ، ومفهوم ذلك أن القواعد التي تحكم سلوك الأفراد يجب أن تكون

عامة و مجردة³ ،

وهو مجموعة القوانين و النصوص التي تصدرها جهة مخولة دستوريا لتنظيم المجتمع ككل ، أو

جزء منه ، وبهذا تكون التشريعات الإعلامية القواعد و النصوص التي تصدرها جهة مخولة

دستورياً لتنظيم قطاع الإعلام⁴ .

¹ _المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، دار المشرق، بيروت لبنان ، طبعة ثانية ، 2001، ص762

² _المنجد في اللغة العربية المعاصرة، مرجع سابق، ص762

³ _منال هلال المزاهرة ، التشريعات الإعلامية العربية و الدولية ، مرجع سابق ، ص16.

⁴ _ أشرف نسيم عبد العزيز ، التشريعات الإعلامية و تطورها في قطر ، النجاء ، alnogbaa.blogspot.com ، 27 ماي 2008

نوع الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تركز على وصف طبيعة و سمات و خصائص مجتمع معين أو موقف أو جماعة أو فرد كما تعرف بأنها إجراء بحثي من أجل الحصول على الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف عن مجموعة من الأحداث للحصول على الحقائق الراهنة المتعلقة بظاهرة أو موقف عن مجموعة من الأحداث للحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة عنه ولا تقف الدراسات الوصفية في الوصف و التشخيص بل تتجاوز ذلك إلى وصف العلاقات السببية لأغراض إكتشاف الحقائق المرتبطة بها وتعميقها (حامد 2012)

وهي أيضاً البحوث التي تهدف إلى إكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفاً دقيقاً ، وتحديد خصائصها تحديداً كميّاً وكيفياً ، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية و تحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل و بإختصار فهي تهتم بماضي الظواهر و حاضرها ومستقبلها¹.

¹ _مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق ، عمان ، ط1، 200، ص40

مجتمع الدراسة و العينة :

مجتمع الدراسة :

يقصد بمجتمع الدراسة حسب الباحثين مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر و الوحدات) المحدد مسبقاً حيث تنصب الملاحظات ، أما مفردة البحث فهي ذلك الجزء الأساسي المكونة لمجتمع البحث¹ .

كما يعتبر مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة وتمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث لدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه و الإقتراب منه بجمع البيانات ، و الذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة أو أهدافها² .

فمجتمع البحث الذي نتوجه إليه في دراستنا لأخلاقيات الميديا الجديدة بين التشريع و الممارسة هو مجتمع الصحفيين الجزائريين بإعتبارهم الأقرب إلى الميدان و بحكم ممارستهم الإعلام فهم يدركون طبيعة التشريعات و الضوابط الإعلامية و الإطار القانوني الذي ينظم مهنة الإعلام وممارساتهم للميديا الجديدة بكل أخلاقياتها وأبعادها ، و ممن تتوفر فيهم الصفات العلمية التي تتوافق مع الدراسة التي نحن بصدد إنجازها .

¹ _أحمد بن مرسل ، مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام والإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون ، ط2، 2005، ص166

² _محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية مرجع سابق، ص130

العينة : العينة هي جزء معين أو نسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي تم تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله¹.

العينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا ، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة ، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص و السمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع².

وقد قمنا بالإعتماد في هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة وهي التي تعطي لجميع المفردات فرصة متساوية ومستقلة في الاختيار، وهذا يعني أن احتمال إختيار المفردات متساو لكل منها لأن الإختيار عشوائي .

ومن خصائص الإختيار العشوائي التي تتمثل في أن يكون لجميع المفردات فرصة متساوية في الإختيار حيث توضع جميع المفردات في إطار العينة أو مايعبر عنها بالأرقام في وضع الإختيار³. وهنا إختارنا عينة من الصحفيين الجزائريين من خلال البحث العشوائي عبر عدة وسائل إلكترونية

● الإتصال بالصحفيين عبر حساباتهم الشخصية في مواقع التواصل الإجتماعية

¹ _رشيد زرواتي ،مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ط1،الجزائر، دار الهدى للنشر ، 2004، ص334

² _محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، مرجع سابق، ص133

³ _محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية ، مرجع سابق، ص144

منهج و أداة الدراسة :

منهج الدراسة :

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إنتاج خطوات فكرية منظمة و عقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة للوصول إلى النتائج المرجوة.

حيث عرفه (موريس أنجرس) أنه مجموعة الإجراءات و الخطوات الدقيقة المتبناة ، من أجل الوصول إلى نتيجة ، أما الباحث (محمد الزيان) عرف المنهج بأنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من اجل البرهنة على حقيقة لايعرفها الآخرون ، وحسب (عبد الرحمان بدوي) بأنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل ،وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة فالمنهج عبارة عن إخضاع الباحث لنشاطه البحثي إلى تنظيم دقيق في شكل خطوات معلومة يحدد فيها مساره البحثي من حيث نقطة الإنطلاق وخط السير ونقطة الوصول¹.

- المنهج يعني مجموعة الطرق و الأدوات و الإجراءات التي تستخدم في الدراسة العلمية للظاهرة أو الموضوع².

¹ - أحمد بن مرسلبي ، مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام و الإتصال ، نفس المرجع السابق، ص282-283

² - بركات عبد العزيز ، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث القاهرة ، ط1، 2011، ص33

ومن هنا لابد من إختيار المنهج المناسب للدراسة ولطبيعتها الوصفية، فإذا رجعنا إلى موضع دراستنا الذي هو :

أخلاقيات الميديا الجديدة بين التشريع و الممارسة (دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين) نجد أن دراستنا تندرج ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد على المنهج المسحي بإعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية خاصة البحوث الوصفية و الإستكشافية¹.

ويعرف منهج المسح بأنه أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم و إتجاهاتهم².

ويؤكد أحمد بن مرسلي على ذلك بقوله : " فهو يعتبر (أي المنهج المسحي) أحد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية لا سيما في أبحاث الإعلام والإتصال في مجالات متنوعة³.

ويعرف المنهج المسحي أيضاً على أنه : "منهجاً يستهدف تسجيل ، تحليل ، وتفسير ، الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدد نوع البيانات ومصادرها وطرق الحصول عليها "⁴.

يعتبر هذا المنهج الأنسب لبحثنا للأسباب التالية :

● حداثة الموضوع مما يقتضي ضرورة التركيز في المرحلة الحالية على الدراسات الوصفية المسحية

لتوفير أكبر قدر ممكن من البيانات و المعلومات

¹ _سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي لبحوث الإعلام ، ط2، القاهرة عالم الكتب ، 1995 ، ص148

² _محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص158

³ _أحمد بن مرسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال ، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية ، 2003 ، ص289

⁴ _محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، ط2، القاهرة : عالم الكتب ، ص 93

- دراسة الظاهرة البحثية في وضعها الراهن
- نقص المعلومات التفصيلية والبيانات لجوانب بحثنا كونه عملية إنتقالية لمرحلة جديدة للمجتمع

الجزائري و ما نتج عنه من إعلام جديد في المؤسسات الإعلامية الجزائرية

إتبعنا الدراسة في المنهج المسحي الوصفي من خلال المسح الشامل لأفراد مجتمع الدراسة (الصحفيين العاملين بالمؤسسات الإعلامية المختلفة) بإستعمالنا نظرية المسؤولية الإجتماعية ودراسة الظاهرة في ظل التحولات التي تشهدها الصحافة وتسلط الضوء على أهم التحديات التي تواجه الصحفيين و الحدود و الضوابط المفروضة عليه لممارسة و مواكبة هذا الإعلام الجديد.

ومن خلال المسح الشامل يمكن للباحث جمع الحقائق و المعلومات عن موضوع الدراسة و من ثم تحليلها وتفسيرها والوصول إلى النتائج .

كما أن طبيعة البحث و إشكاليته تتطلب مقاربة منهجية و أدوات بحثية تنطلق من المزوجة بين المنهجين الكيفي والكمي في دراسة الظاهرة ، رغم الحضور المحتشم للمنهج الكيفي في الدراسات العربية إلا أنه بدأ يسجل حضوره في بعض بحوث الإتصال ، خاصة تلك المرتبطة بوسائل الإتصال الجديدة : الأنترنت و الهاتف الخليوي في هذه الدول العربية¹.

فإذا كان المنهج الكمي يسعى إلى تكميم معطيات البحث وبياناته والتعبير عنها إحصائياً فإن المنهج الكيفي يحاول إستجلاء المعاني عبر تأويل معطيات النوعية ، فإذا كانت " غاية البحوث

¹ _نصر الدين العياضي ، "الرهانات الإستراتيجية و الفلسفية للمنهج الكيفي : نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام و الإتصال في المنطقة العربية " ، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين 7-9 أبريل 2009 ، مملكة البحرين ، منشورات جامعة البحرين ، 2009، ص11

الكمية هي شرح الظواهر وتفسيرها وإستجلاء القوانين التي تسمح بتوقعها أو التنبؤ بوقوعها فإن البحوث الكيفية تسعى إلى فهم الظواهر و إستعراض أشكال إستيعابها عبر عملية التأويل " ¹ .

تتيح لنا المزاوجة بين المنهجين الكمي و الكيفي تقديم حقائق علمية كمية مستقاة من تحليل إستمارة البحث سواء المعتمدة لرصد حجم التحولات في الميديا الجديدة للوقوف على التحديات المهنية التي تواجه الصحفيين ، ومن جهة أخرى يقدم لنا معطيات فريدة ومتميزة ناتجة عن الغوص في الظاهرة .

أدوات جمع المعلومات :

قد إعتدنا في دراستنا على أدوات لجمع المعلومات كونها متعددة ومتنوعة ، فإن طبيعة الموضوع أو المشكلة محل البحث العلمي والدراسة العلمية تحدد حجم ونوعية وطبيعة أدوات البحث التي يستخدمها الباحث في إنجاز و إتمام بحثه كما أنّ براعة الباحث لها دور هام في تحديد كيفية إستخدام أدوات البحث العلمي في مجال البحث ² .

"إنّ الحياة الإجتماعية المعاصرة تزداد تعقداً، ولا يمكن فهمها و إدراكها بمجرد تكميمها ، فالشخص هو معطى شديد التعقد ، و بعض الجوانب في سلوكه وتصرفاته لاتقبل القياس ، كما أنّ الرغبة الملحة في قياس كل شيء ، وتكميمه قد تؤدي إلى نتائج متواضعة جداً، فالتفاصيل المنفردة ، والجزئيات الدالة قد تنفلت من قبضة التكميم دون أن تستثير الباحث " ³ .

¹ _نصر الدين العياضي ، "الرهانات الإستمولوجية و الفلسفية للمنهج الكيفي : نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام و الإتصال في المنطقة العربية " ، نفس المرجع السابق ، ص13

² _د.عمار عوابدي ، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية والإدارية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون ، الجزائر، ط5، 2005، ص31

³ _ نصر الدين العياضي ، "الرهانات الإستمولوجية و الفلسفية للمنهج الكيفي : نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام و الإتصال في المنطقة العربية " ، مرجع سابق،ص15

ومن هنا إعتدنا في بحثنا على أداة بحث في جمع البيانات بالإستمارة :

الإستمارة الإستبائية :

يعد الإستقصاء أو الإستبيان إحدى أدوات جمع البيانات في هذه الدراسة العلمية ، وهي أداة تستخدم بكثرة في البحوث و الدراسات الإجتماعية و الإنسانية ، وتم إنجاز إستمارة الإستبيان وتوزيعها إلكترونياً على العاملين في وسائل الإعلام و ممن شملتهم الدراسة و العينة .

الإستبيان أو الإستفتاء هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف إستشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ، ومقننة لتقدم حقائق أو آراء أو أفكار معينة ، في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة و أهدافها ، دون تدخل من المباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات¹ .

و قد تم إعتداد آلية الإستبانة الإلكترونية لجمع البيانات و المعلومات على المبحوثين ممن شملتهم عينة الدراسة، حيث تم توزيع الرابط الإلكتروني على مجموعة من الصحفيين و الإعلاميين الجزائريين عن طريق مواقع التواصل الإجتماعي .

نظرية الدراسة :

تناولنا في هذا الجانب نظرية المسؤولية الإجتماعية التي تدعم إتجاهات الجمهور بحيث تستهدف نظرية المسؤولية الإجتماعية للإعلام بوضع ضوابط أخلاقية للصحافة و التوثيق بين الحرية و المسؤولية الإجتماعية و ظهرت القواعد و القوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على الصحفيين و الإعلاميين و مستعملي الميديا الجديدة من حيث أن الحرية حق و واجب و مسؤولية

¹ _محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، مرجع سابق ، ص 353

في نفس الوقت و من هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة إتجاه المجتمع تطبيقاً للمواثيق الدستورية و النصوص القانونية .

وترى هذه النظرية أن الحكومة يجب أن لا تسمح فقط بالحرية ولكن يجب أن تعمل بنشاط لترويجها و المحافظة عليها ، فالحكومة باعتبارها أقوى قوة حقيقية تحتكر القوة المادية في المجتمع المعاصر هي الجهة الوحيدة التي يمكن أن تضمن عمل وممارسة الحرية بكفاءة داخل المجتمع و الممارسات للميديا الجديدة .

تمثل نظرية المسؤولية الاجتماعية أكثر النظريات الإعلامية واقعية و أكثرها ملائمة للتطبيق في الجزائر و الدول التي تشهد تحولاً ديمقراطياً عموماً ، ذلك أن الحكومات في هذه الدول بحكم قوتها تعد الجهة القادرة على حماية المجتمع من طغيان بعض الأفراد و كذلك حماية الأفراد من طغيان المجتمع فوسائل الإعلام في البلدان الناشئة إعلامياً مثل الجزائر لها مسؤولية كبيرة تتمثل في تحقيق أهداف التنمية و الديمقراطية و الإستقرار ، و حماية حقوق الإنسان بصفة عامة و يعني ذلك أن تكون المؤسسة الإعلامية سواء كانت ملكية عامة أو خاصة هي المعنية الأولى بالرقابة فالإعلامي رقيب على نفسه و ذاته في ممارساته للميديا الجديدة و إبراز أدوارها في زمن ظهور ما يعرف بصحافة المواطن و علاقة الميديا الجديدة بعملية تفكيك منظومات الإدارة السلطوية للمجال العمومي و بصعود قوى ثقافية جديدة في مجال الإتصال .

الدراسات السابقة :

تشكل الدراسات السابقة أهمية كبيرة في توجيه و ترتيب أفكار الباحث و مساعدته على معرفة الخطوات التي يمكن أن ينتهجها في بحثه و أهم الجوانب التي سيتطرق إليها، فمن خلال الإطلاع على تلك الدراسات و تقييم ما جاء فيها من إيجابيات و سلبيات يمكنه بناء تصور عام ينطلق منه في بحثه و يحدد الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها يمكن القول أن الدراسات مازالت قليلة في مجالات تطبيقات الأنترنت بشكل عام و تبدو قلة الدراسات أكثر وضوحاً في مجال الصحافة الإلكترونية العربية وخاصة الجزائرية على شبكة الأنترنت مقارنة بنظيرتها الغربية و التي تتنوع مواضيع دراستها كمأ و نوعاً و حتى من ناحية المقاربات المنهجية و يبدو هذا أكثر تحديداً في البحوث التي تتوجه لدراسة تجربة النشر الإعلامي الجديد على الأنترنت و قد يبرر ذلك بحداثة التجارب الجزائرية و محاولة تطبيقها لضوابط نشر تخدم الصالح العام .

ومن أهم الدراسات التي إعتمدنا عليها و إقتربنا من المتغيرات الأساسية لدراستنا وهي :

الدراسة الأولى :

الصادق الحمامي: الميديا الجديدة الإستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات¹، تهدف دراسة الباحث الصادق الحمامي إلى إثراء النقاش النظري المفاهيمي في العالم العربي حول ظاهرة الميديا الجديدة و إختزالها مستويات متعددة تكنولوجية و إعلامية تواصلية و إجتماعية ، ثقافية و رمزية بين إستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات للميديا الجديدة يحصرها الباحث في ثلاث فصول :

¹ _الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة الإستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات ، المنشورات الجامعية بمنوبة ، ط1، 2012

أولاً : الميديا الجديدة كونها تمثل حقلاً بحثياً في طور التشكل ضمن الحقل الواسع لعلوم الإعلام و الإتصال و تناول فيه القضايا المرتبطة بالرهانات النظرية و المنهجية المتصلة بدراسة الظواهر الجديدة و سيميولوجيتها .

ثانياً : أهم الإشكاليات النظرية ذات العلاقة بالميديا الجديدة في العالم العربي ومصير التلفزيون العمومي والإتصال الثقافي في الفضاء الإلكتروني .

ثالثاً: ذكر فيه السياقات المركبة والمتعددة سياسياً و إقتصادياً و ثقافياً و تاريخياً تلك التي تتشكل فيها الميديا الجديدة والظواهر والممارسات المتصلة بها .

و مما أستخلص الباحث أنه من مؤشرات النضج النظري لحقل دراسات الميديا الجديدة تحدد الدراسات ذات البعد الإبستمولوجي التي تتناول الإتجاهات الفكرية و المنهجيات المستخدمة و المواضيع البحثية مما يؤكد مرتبة الحقل المخصوص و المستقل بذاته على الأقل في مستوى موضوعاته ويمكن إستخلاص من معاينة هذه الدراسات مجموعة من الخلاصات :

1. في ضرورة التجديد النظري: وخلاصتها ضرورة تجديد الجهاز النظري و المنهجي الذي وظفه الباحثون لدراسة الظواهر الإعلامية و الإتصالية وأنه إستجابة لتحولات الظاهرة الإعلامية و الإتصالية .

2. الميديا الجديدة : حقل متعدد الإختصاصات و إستخلصها من التفكير بالإبستمولوجي في خصوصيات حقل الميديا الجديدة بطابعه متعدد الإختصاصات .

3. حقل في طور الميديا التشكل الدائم و خلاصتها تتعلق بالدينامية المعرفية الداخلية لحقل دراسات الميديا الجديدة الذي ما إنفك يتشكل في سياق مواجهة الباحثين لإشكاليات متجددة بإستمرار ، إضافة إلى البحث عن أطر نظرية جديدة .

4. مباحث جديدة تستخلص من رصد الدراسات التي تناولت الميديا الجديدة في جهة دينامية

بنائها كحقل بحثي بالموضوعات التي تناولها الباحثون.

5. تحديد المنهجيات خلاصتها تتعلق بالإتجاهات المنهجية السائدة في حقل الميديا الجديدة و تبين

الدراسات في هذا المستوى ، نزوع الباحثين الى المنهجيات الكيفية باعتبارها سمة أساسية لحقل

دراسة الأنترنت و الميديا الجديدة .

6. الأطر الجماعية للبحث يثمن فيها الباحث بحوثه من خلال التواصل و التبادل و النقاش و

النقد.

تتقاطع دراسة الصادق الحمامي مع هذا البحث في مساءلة إختلاف مفهوم الميديا الجديدة

وتمايزها عن الإعلام التقليدي إلى جانب ملامسة التطور و التغيرات التي تنتهجها الميديا الجديدة

مقارنة مع الوسائط الإعلامية التي توصف بالتقليدية (الإذاعة و التلفزيون و الصحافة) إلى

جانب العلاقة الجديدة مع الجمهور وتأثير كل ذلك على مهنة وهوية الصحفي و التحديات التي

تواجهه في المؤسسات الإعلامية .

الدراسة الثانية :

بهاء درويش : أخلاقيات الميديا دعاوي التنظير و مبررات التفعيل¹.

تسعى دراسة الباحث إلى إظهار أن لاعلم دون أخلاقيات توجّهه خاصة مع الميديا الجديدة

الشديدة الحدائة وكون الإعلاميين و الصحفيين في صراع لمواكبة التسارع التكنولوجي مع

الإنضباط بأخلاقيات من جهة و تشجيع حرية التعبير من جهة أخرى و كذا التحديات المهنية

¹ _بهاء درويش ، أخلاقيات الميديا (دعاوي التنظير و مبررات التفعيل) ، مجلة الإستغراب ، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية ، العدد الحادي عشر، 14-

التي تواجه الصحفي محاولا تطبيق المعايير التي تجعل من الاعلام إعلاماً جيداً وتطبيق : ما الذي يجب و ما الذي لا يجب .

كما تطرق الباحث إلى ذكر المعايير الأساسية لأخلاقيات الميديا حسب رأيه إلى :

- **الصدق:** و على أن يكون الاعلامي صادقاً في نقل الخبر أو عرضه أو المادة الإذاعية .
- **الموضوعية :** على أن تكون بعرض المادة الإعلامية في شتى جوانبها لا عرضها من جانب واحد و كذلك ضرورة تحقق الاعلامي من صحة و شمولية مصادره .
- **الأمانة :** أن يرى الجمهور الثقة في أمانة الأخبار و المصادر و التحليلات لرجال الإعلام .
- **حق الخصوصية :** يرى أنه مرفوض أخلاقياً كونه أن أدنى ما يعنيه هذا هو عدم إحترام أحد حقوقنا بوصفنا أفراداً لهذا فالقوانين تضمن للأفراد حقوقهم و خصوصياتهم .

تتقاطع دراسة بهاء درويش من هذا البحث إلى وجوب تحلي الإعلامي الناشر عبر المؤسسات الإعلامية بجملة من الضوابط و الأخلاقيات برسم حدود دون المساس بالحريات وأن يتحرو دقة المعلومات العلمية و مصادرها ودقة صياغتها و نشرها ، كما أن تهديد القيم الغربية التي يحملها الإعلام الغربي للقيم الأخلاقية للبلدان النامية ومحاولة إيجاد أخلاقيات في ظل النمو المتزايد للإعلام عبر الأنترنت .

الدراسة الثالثة :

نصر الدين العياضي : الصحافة الجزائرية في بيئة الواب : إرهابات التغيير¹ .

تسعى دراسات الباحث الجزائري نصر الدين العياضي إلى التفكير في كيفية إندماج الصحافة

¹ _نصر الدين العياضي ، الملتقى الدولي حول الصحافة المكتوبة أزمة أم تحولات ؟ ، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ، الجامعة التونسية ، 20-22 أفريل 2015

الجزائرية في البيئة الإعلامية الجديدة من خلال إنشاء مواقع لها على شبكة الأنترنت ، إذ تتسائل هذه الدراسة عن العوامل التاريخية و الإجتماعية و الثقافية التي تحول دون أن تحدث الصحافة الإلكترونية الجزائرية قطيعة مع تصور الصحافة المطبوعة على مستوى الكتابة الصحافية و مصادر الأخبار ، و الإخراج الصحفي و النظرة إلى الأخبار .

مستعيناً في المرحلة الأولى بالمنهج الكمي عن طريق إستخدام محرك "alexa" لجمع البيانات الكمية عن مواقع الصحف الجزائرية في شبكة الأنترنت (الترتيب الوطني و الدولي لهاته المواقع ، و الخصائص السوسيوثقافية لمستخدميها ، بيانات التصفح كعدد الصفحات و معدل وقت التصفح) .

ثم استعان بالمنهج الكيفي لتحليل هذه البيانات ، و متابعة روافد التفاعل في مواقع ست صحف جزائرية مع بعض المقابلات التي أجراها الباحث .

يصل الباحث إلى نتيجة رئيسية مفادها أن سعي الصحافة الجزائرية للإندماج في بيئة الواب لم يكن قائماً على إستراتيجية واضحة المعالم مما حال دون نجاح عملية إندماجها في بيئة الواب ، فلم تبين أشكالاً من الكتابة للواب القائمة على النمط غير الخطي ، ولم تطور أشكال التفاعل مع مستخدمي مواقعها ليكونوا شركاء في إنتاج المادة الإعلامية و تداولها و أن إستهلاكها لمواقع التواصل الإجتماعي كانت بنية فرض خطابه و إيصاله إلى جمهورها .

يقتررب موضوع بحثنا من هذه الدراسة كونها تهتم بواقع تهميش الميديا الجديدة بالجزائر كونها تنمو بوتيرة بطيئة بالمؤسسات الإعلامية و عملية النشر الإلكتروني و إفتقاره لضوابط تسييرها ، كما حاول الباحث إظهار التحولات التي مست مجال الإعلام و الصعوبات التي تحول دون التوسع و

التطور الشامل للممارسات المهنية الإعلامية كما يتقاطع البحثان في الإعتماد على الملاحظة العلمية و إستمارة البحث على الصحفيين ويختلف بحثنا عن هذه الدراسة في كونه يهدف إلى معرفة الضوابط الأخلاقية و تسليط الضوء على أهم التحديات المهنية التي تحول دون ذلك ، إلى جانب تصور الصحفي لمهنته و مستقبلها في ظل هذا التحول .

تحديات وصعوبات الدراسة :

- . حداثة الموضوع وقلة المراجع والمصادر لدراستنا
- . الفترة العصبية التي يمر بها العالم لإنتشار مرض كورونا covid 19 والحجر الصحي مما أثر سلبا نفسيا وعمليا
- . عدم إلمام أغلب الصحفيين بجانب أخلاقيات الميديا الجديدة .
- . إهمال المؤسسات الإعلامية لجانب تكوين الصحفيين أخلاقيا ومهنيا مما صعب بلورة هذا المفهوم لدى الصحفيين.

الإطار النظري

1- الميديا الجديدة :

تمهيد :

شهدت المجتمعات تحولات في شتى المجالات خاصة مع ظهور وسائل إتصال حديثة و ما تملكه من أدواتها التفاعلية أصبح للمستقبل القدرة على المشاركة النشطة الأكثر فاعلية في العملية الإتصالية ، بحيث أصبح الجمهور يسعى للحصول على المعلومات و إختيار المناسب منها و هذا ما ظهر من خلال الإستخدامات المتعددة للميديا الجديدة و الإقبال الكبير الذي شهدته بعد مدة وجيزة من ظهورها وهي تتكاثر كل يوم بل كل ثانية بشكل مذهل وتجذب إليها أطيافاً متنوعة من الأشخاص .

1-1. تعريف الميديا الجديدة :

هو مجال جديد ناشئ و الذي يمثل كوكبة التعايش فيها وسائط الإعلام الكلاسيكية (كالصحافة الإلكترونية ، كالتلفزيون و الإذاعات على الأنترنت و كل أشكال إستهلاك الفيديو الجديدة وإنتاجها) تكنولوجيا متغيرة تنافسها و تتفاعل معها ، كالهاتف الجوال المتعدد الوظائف ، و أنماط تواصل و تفاعل إجتماعي جديدة كمواقع الشبكات الإجتماعية و منتديات الحوار و أشكال تعبير مستحدثة كالتدوين و تعبيرات ثقافية كالواقع الافتراضي و الالعب الافتراضية الشبكية و سواء تعلق الأمر بالقديم أو الجديد فإنّ مدلولات الإعلام (Media) مختلفة لغوياً ، فإذا كان الإستخدام العربي يحيل على معنى للإبلاغ و الأخبار و الإرسال و المعرفة (العلم بالشيء) فإنّ مصطلح (Media) بسبب إشتقاقه من كلمة (Medium) يحيل على معاني الوساطة و الوصل و الوسط (Milieu) ، و بهذا المعنى

فإن مصطلح الميديا بما يحمله من مفهوم الوساطة بكل مستوياتها الدلالية يبدو لنا أكثر قدرة على الإيفاء ببراء الظواهر¹.

ويرتبط مفهوم الميديا الجديدة كذلك بالتحويلات التي طرأت على مجالي الإعلام و الإتصال إنطلاقاً من أواخر الثمانينات من القرن العشرين ، و في هذا الإتجاه تتصل الميديا الجديدة بجملة من التحويلات من الحداثة إلى ما بعد الحداثة ، و من الإقتصاد الصناعي إلى إقتصاد المعلومات و من عالم متمركز حول الغرب إلى عالم متمركز حول الغرب إلى عالم غير مركزي ، بفضل شبكات الإتصال ، و يحيل المعنى أيضاً لمفهوم الميديا الجديدة إلى معاني التقدم و التطور و الإتجاهات الطلائعية .

كما تقترح الباحثتان " ليفرو " (Leah A. lievrouw) و " ليفينقستون " (Livingstone sonia) أكثر التعريفات دقة حسب رأينا للميديا الجديدة ، ذلك أنهما ترفضان تعريف الميديا الجديدة من منطلقات تقنية أو تكنولوجية (التكنولوجيا الرقمية مقابل التكنولوجيا التناظرية) أو حتى من منطلق الوسائل و المضامين (المضامين الشبكية مقابل المضامين الكلاسيكية) . فالميديا الجديدة من منظورها هي " تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و العوالم الإجتماعية المرتبطة بها " فثمة مستويان إثنان يميزان الميديا الجديدة عن الوسائط الإعلامية الكلاسيكية أو القديمة حسب هذا التعريف ، ففي مستوى أول يتجسد التباين في ما تسميه الباحثتان إعادة التنظيم الذي يتجسد في عملية (التهجين) المتواصل للتكنولوجيا و الابتكارات ، فالميديا الجديدة في تجدد دائم بما أنها نتاج للفعل الإنساني الراهن ، إذ تخضع إستخدامات التكنولوجيا للتفاوت بين منطلق الابتكار و منطلق الإستخدام و من جهة أخرى

¹ _الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة الاستيمولوجيا للإشكاليات و السياقات ، مرجع سابق ، ص14

فإن (الجديد) في بعض الأحيان هو إعادة تشكيل القديم (التلفزيون في الأنترنت مثلاً)¹ .
يستخدم مصطلح " الإعلام الجديد " في الأدبيات النظرية العربية كترجمة للمقابل الإنجليزي (Media New) و الفرنسي (Nouveaux medias) وواضح أنه حدث خطأ في تعريب المسمى الاجنبي فأصل كلمة (Media) هو (Medium) التي تعني الوسيط او الناقل ، ولذلك عبرت كلمة (Multimedia) سابقاً إلى الوسائط المتعددة ولم تعرب إلى الإعلام المتعدد ، و لذلك يرى بعض الباحثين أن إستخدام كلمة الميديا الجديدة هو الأصح و هو حسب رأبي توجه لايجل الإشكال في إستعمال المصطلحات المتولدة في بيئات أنتجتها سواء كانت في مجال الإعلام و الإتصال أو أي علم آخر² .

2-1. الهوية التاريخية للميديا الجديدة :

تقدم الميديا الجديدة نفسها على أنها تشكيل للوسائط التي سبقتها و تحسين لها لأن كل " طفرة وسائطية " ترفع من قدرتها على الحضور في الواقع من خلال الوسائط أو بالأحرى من قدرتنا على تمثيله ، و هذا مما تدعيه على وجه التحديد تكنولوجيا الواقع الافتراضي .
إن هذه الحركة ، أي عملية ترابط الوسائط بعضها ببعض وفق مبدأ إحتواء بعضها لبعض و تجاوزه هي ما يسميه " قروسين " بإعادة التشكيل الوسائطي (Remediation) فالميديا الجديدة غير منفصلة في الآن ذاته عن حركة إعادة تشكيل الوسائط القديمة لذاتها ، "" إذا ليس ثمّة وسيط اليوم و بالتأكيد لاتوجد واقعة إعلامية يمكن أن تشتغل ثقافياً بمعزل عن الميديا الأخرى و عن القوى الإجتماعية و الإقتصادية الأخرى (Gruin & Bolter 2000 P15) هناك إذن نوع

¹ _الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة لإبستمولوجيا الإشكاليات و السياقات ، مرجع سابق ، ص19

² _د. رحيمة الطيب عيساني الصراع و التكامل بين الإعلام الجديد و الإعلام التقليدي ، مرجع سابق ، ص52

من الإستمرارية بحسب " قروسين " و " بولتار " منذ حقبة النهضة إلى الآن لأن منطق الفورية الأول و المؤسس ، أي إنكشاف الواقع في طابعه الخام و إخفاء الوسيط و إنكاره لعمله في عملية التمثيل هذه ، لم ينفك عن العمل وفق أشكال مخصوصة في كل عصر

(Gruin & Bolter 2000 P267)

يصل بنا الباحثان ، على غرار كل من تصدّي للمساءلة النظرية لهويّة الميديا الجديدة أي طموحها إلى أن تكون جديدة و مختلفة جذرياً عمّا سبقها ، إلى إكتشاف طبيعتها التاريخية ، رغم أن إدعاء الاختلاف يبدو وثيق الصلة بالحادثة ، فالرؤية الحداثيّة تفرض دائماً أن الوسيط الجديد يكتسب قيمته من طابعه الجديد .

ها هنا تكمن فكرة الثورة التي إرتبطت بالأنترنت (بوصفها تجاربة أصلية و مختلفة) بحسب " قروسين " و " بوتار " اللذان يشككان في أطروحة الاختلاف الجذري الجديد لأنه في الواقع لا يعدو أن يكون سوى إعارة تركيب العناصر السابقة و تنظيمها¹ .

تعبّر لنا كلمة (جديد) في اللغة العربية عن الشيء الذي لاعهد لنا به ولذلك وصف الموت بالجديد غير أن إرتباط الكلمة بمصطلح الإعلام يعني بالضرورة ان هناك نوعاً آخر من الإعلام غير الإعلام التقليدي أو أن هناك – على الأقل – بعض التغيرات التي مست الإعلام التقليدي جعلت منه إعلاماً جديداً ، و بالتالي يصبح من الأهمية بما كان توضيح ماهية التغيرات أو مظاهر الجدة تلك .

يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى :

¹ _ صادق الحمّامي ، الميديا الجديدة إستيمولوجيا الإشكاليات و السياقات ، نفس المرجع ، ص23

- خبرات نصية جديدة : أنواع جديدة من أجناس الكتابة و أشكالها ، الترفيه ، المتعة و أنماط إستهلاك وسائل الإعلام (ألعاب كمبيوتر، النص التشعبي ، المؤثرات السينمائية).
- طرق جديدة لتمثيل العالم : الإعلام الذي – بالطرق التي لا تنضح دائماً للعالم – يوفر إمكانيات و خبرات جديدة لتمثيل ذلك العالم (كما هو الحال في البيئة الافتراضية الواسعة و شاشات الوسائط المتعددة القائمة على التفاعلية).
- علاقة جديدة بين المستخدم و التكنولوجيا : تغير في الإستخدام و استقبال الصورة ووسائل الإتصال والحياة اليومية و كذلك المعاني التي يتم إستثمارها في تكنولوجيا وسائل الإعلام .
- تجارب و خبرات جديدة في العلاقات بين تجسيد الهوية والمجتمع : إنتقالات و تحولات في الخبرات الفردية و المجتمعية في التعامل مع الزمن ، الفضاء و المكان .
- مفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بتكنولوجيا الإعلام : التحديات التي تواجه التميز بين الإنسان و الآلة ، الطبيعة والتكنولوجيا .
- أنماط جديدة من التنظيم و الإنتاج : إعادة تخطيط و إندماج واسع في وسائل الإعلام ، الثقافة ، الصناعة ، الإقتصاد ، التملك ، الوصول ، المراقبة و التعديل¹ .
- فالإعلام البديل يسحب الإعلام من قبضة إحتكار المؤسسات الإعلامية الكلاسيكية² .
- إن هذا الإعلام هو في واقع الأمر يمثل مرحلة إنتقالية من ناحية الوسائل و التطبيقات و الخصائص التي لم تتبلور بشكل كامل وواضح ، فهي مازالت في حالة تطور سريع و ما يبدو اليوم جديداً يصبح قديماً في اليوم التالي¹ .

¹ فوزي شريطي مراد ، التدوين الإلكتروني و الإعلام الجديد ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، الأردن ، عمان ، ط1، 2015، ص95-96

² نصر الدين العياضي ، الإتصال و الإعلام و الثقافة : عتبات التأويل ، ط1 ، الشارقة : دائرة الثقافة والإعلام – حكومة الشارقة ، 2015 ، ص162

ويرى بعض الباحثين أن استخدام كلمة "الميديا الجديدة او الوسائط الجديدة" توجه لايحل الإشكال باعتبار أنه مفهوم يرتبط بالبيئة ، و السياقات التي ولد فيها ، و نقل هذه المفاهيم من سياق إجتماعي ، و ثقافي إلى بيئة عربية و إسلامية يطرح الكثير من الإشكاليات على حد تعبير نصر الدين العياضي².

1-3. الوسائط الجديدة والثقافة الإعلامية الإلكترونية في ظل الميديا

الجديدة :

- **الثقافة الإلكترونية** : هي دراسة الظواهر الإجتماعية المختلفة المرتبطة بالإنترنت و الاشكال الجديدة الأخرى من إتصالات الشبكة ، مثل المجتمعات عبر الإنترنت و استخدام الهواتف المحمولة في مجتمعات مختلفة ، و قضايا النوع و الهوية في استخدام الإنترنت .

في المقابل تهتم الوسائط الجديدة بالإمكانيات الجديدة التي توفرها تقنيات الإتصال الشبكي و جميع أشكال الحوسبة .

- **الوسائط الجديدة** : هي بيانات رقمية يمكن أن تتلاعب بها البرامج و يتيح ذلك إتمام عمليات الوسائط لإنتاج إصدارات متعددة من نفس الكائن على سبيل المثال ، يمكن تغيير الصورة أو إنشاؤها تلقائياً عن طريق تشغيل خوارزميات وتعمل كمزيج بين الإتفاقيات الثقافية القائمة وأعراف البرمجيات كأفلام هوليوود على إبعاد أجهزة الكمبيوتر عن القرارات الإبداعية الرئيسية و مع ذلك تستخدم ألعاب الكمبيوتر بشكل أكثر شمولاً

¹ _عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد : المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، مرجع سابق ، ص33

² _نصر الدين العياضي ، " وسائط جديدة وإشكاليات قديمة التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الإجتماعية في المنطقة العربية " ، المجلة الجزائرية للإتصال ، كلية علوم الإعلام و الإتصال جامعة الجزائر 3 ، العدد22 ، ص 118

، مثل نماذج الشخصيات ثلاثية الأبعاد و أحداث القصة ، تصبح الوسائط الجديدة مزيجاً بين البيانات القديمة والبيانات الجديدة : تعتمد البيانات القديمة على الواقع المرئي و الواقع البشري ، و تعتمد البيانات الجديدة على البيانات الرقمية¹ .

عبرت ثقافة الحرية عن نفسها عبر إبتكارات تكنولوجية تعكس العلاقة العضوية بين الإبتكار التكنولوجي و الجامعة ، علاقة بقيت ملازمة لتاريخ الأنترنت من البداية إلى الآن ، فالأمثلة التي تؤكد هذه العلاقة المتينة بين الفضاء الجامعي و الإبتكار التكنولوجي عديدة ، ففي عام 1990 قام الباحث الأمريكي " تيم بارنزلي " " Tim berners lee " بإبتكار برنامج World Wide Web في مركز أوروبي في سويسرا للأبحاث النووية CERN كان الهدف منه تيسير التواصل بين الباحثين الذين ينتمون إلى هذا المركز و المنتشرين في عدّة دول من العالم ، كما قام الطالب الأمريكي " مارك أندرسون " " Marc Andreessen " في جامعة Illinois عام 1993 بإبتكار برنامج "Mosaic" الذي تطور فيما بعد ليصبح "Netscape" وهو أول متصفح ويب غرافيكي "Graphic browser" ونشأ موقع الفايسبوك " Facebook " في جامعة هارفارد على يد الطالب " مارك زوكرباغ " في بداية 2004 ثم إنتشر في كل الجامعات الأمريكية ، أمّا " Yahoo " فظهر في جامعة ستانفورد على يد " جيرى يانغ " و " دافيد فيلو " و تم تطوير قوقل في جامعة "stanford" أيضاً في إطار مشروع بحث في دراسات عليا ، لا يمكن فهم هذا الإنتشار السريع للشبكة

¹ _الموقع / <https://online.Seu.edu/articles/what-is-new-media> ، southeastern university ، تاريخ تصفح 2020/07/25 ، الساعة 13:20

دون إدراك هذا التقاطع بين ثقافة الابتكار التكنولوجي المتأصلة في المؤسسة العسكرية و

الثقافة العلمية الأمريكية القائمة على أفكار التواصل و التشبيك و ثقافة الحرية¹.

كما نذكر من أهم الوسائل الجديدة المدونة وسيلة جديدة وهامة في الإتصال و تحرير الكلمة ، بالنظر إلى الحرية الكبيرة التي تمنح لآلاف الأشخاص للحدوث عن كل ما يجر في نفوسهم ، دون قيد أو شرط².

تعرف المدونة في موسوعة الويكيبيديا العالمية : المدونة موقع إلكتروني يجمع عدد من التدوينات و هي بمثابة مفكرة أو ساحة طرح براء شخصية . المدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الأنترنت تكتب فيها التدوينات لنقل الأخبار أو التعبير عن الأفكار وهي تعمل من خلال نظام إدارة المحتوى ، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مداخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة ، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة ، و يكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يُمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة ، كما يضمن ثبات الروابط ويجول دون تحللها³.

¹ _الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة ، إستيمولوجيا السياقات و الإشكاليات ، مرجع سابق ، ص35

² _منير ركاب ، ثورة المدونات الإلكترونية تحتاح الجزائر ، جريدة إعلام تاك ، العدد 26 من 8-15 أبريل 2007 ، ص05

³ _الموقع <https://ar.wikipedia.org> ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، مدونة ، تاريخ التصفح 26 جوان 2020 على الساعة 14:11

1-4. التحديات الإعلامية أمام ممارسات الميديا الجديدة :

ظهرت تغييرات واضحة في الواقع الذي تعيشه الدول ذات التوجه المركزي في إدارة و توجيه وسائل إعلامها بالشكل الذي يضمن لها السيطرة المستمرة على الرأي العام وتوجيهه و لعلّ أهم هذه التغييرات يبرز في الآتي :

- أن الإعلام الجديد شكّل عاجل ضغط على الإعلام المركزي وبيّن الكثير من عيوبه ، و أرغم هذا الإعلام على محاولة التغيير في أساليبه ومحاولة جذب الجمهور المتوجه إلى الإعلام الجديد رغم أن الكثير من آراء ترى أنّ هذه المحاولات دائماً ما تبوء بالفشل ، لأنّ الإعلام المركزي هو إعلام غير جاذب للجماهير مهما غيّر في شكله أو نوع في رسائله .

- ظهور الإعلام الجديد شكّل تحدياً للحكومات في وجوب تغيير نظرتها للإعلام الذي تقدمه وأن سياسات التحكم في نشر المعلومات لم يعد مجدياً في عالم أصبحت فيه المعلومة متاحة بشكل أيسر للجميع من أي وقت مضى ، وهذا ما يتحتم على هذه الدول النظر إلى وسائلها الإعلامية المركزية بشكل مختلف وبوجوب تغيير السياسات الإعلامية المتبعة و الإتجاه نحو إعطاء الوسائل الإعلامية المزيد من حرية وسائل الإعلام أمراً لا مفر منه ، ومن ثم فإن على الدول أو وزارات الإعلام التي مازال لديها أقسام أو إدارات للرقابة أن تقوم بإغلاقها نهائياً حيث لا جدوى منها و الإستعاضة عنها بإدارات قانونية و تنظيمية لعملية النشر فقط .

- الإعلام الجديد و بقدراته و أساليبه الحالية بات يشكل تهديداً للسلطة خاصة في بلاد التي تتقلص فيها حرية الرأي ، وتكون فيه وسائل الإعلام مضبوطة بحسب ما تريد

السلطة إيصاله من رسائل إلى الجمهور ، خاصة و أن هذا الإعلام بات يشكل بديلاً لوسائل الإعلام الخاضعة للرقابة و متنفساً لممارسة النقد أمام الأشخاص الذين يرغبون في التعبير عن آرائهم و توجهاتهم كما أنه أصبح طريقة سهلة و مضمونة للتحايل على الرقيب السياسي أو الأمني أو الاجتماعي ، فهذه الوسائل كما ترى السلطة تنشر معلومات تخشى السلطة ظهورها و تعتم عليها و تحاسب من ينشرها عبر الإعلام التقليدي¹ .

حرية الإعلام "Liberté de linformation" هي الحرية التي تسمح قانوناً للمعلومة أن تسري في الوسط الاجتماعي و ذلك بنقلها بداية من مكان الحدث و فيما بعد توزيعها للجزائر و النشريات و أخيراً توزيعها للجمهور² .

إن حرية "Freedom of speech" تعني حرية التعبير بالكلمة المنطوقة أو المكتوبة ، و حق الناس في التعبير عن آرائهم و أفكارهم ، و حرية الصحافة هي عدم وجود اشراف حكومي أو رقابة من أي نوع ، كما تعني حق الناس في إصدار الصحف دون أي قيد أو شرط أما حرية الإعلام فتعني حق وسائل الإعلام في عرض كل ما يهم الناس معرفته ، وحق الناس في تبادل المعلومات و الحصول على الأنباء من اي مصدر و حق الناس إصدار الصحف و التعبير عن آرائهم دون فرض رقابة مسبقة³ .

¹ _رحيمة الطيب عيساني ، الصراع و التكامل بين الإعلام الجديد و الإعلام التقليدي ، مرجع سابق ، ص57-58

² _عبد العالي يوسف ، دراسة المشاريع قانون الإعلام في الجزائر ، من خلال صحف الخبر ، الشعب el watan و moudjahid من 1998-2005 ، رسالة ماجستير لكلية العلوم السياسية و الإعلام جامعة الجزائر ، 200 - 2007 ، ص21

³ _محمد سعد إبراهيم ، حرية الصحافة دراسة في السياسة التشريعية و علاقتها بالتنظيم الديمقراطي ، قسم الإعلام كلية الآداب ، جامعة المنيا ، ط1 ، 1999 ، ص26

المعالجة الإجتماعية تتقاطع مع إستراتيجيات الميديا في مجال مشاركة الجمهور :

- الإشتراك في صفحات مؤسسات الميديا .
 - الميديا الإجتماعية تؤثر في الدور التقليدي للصحفي .
 - أصبح للجمهور قدرة متزايدة على معالجة الأخبار Curate و تأطيرها Framing .
 - تراجع أدوار الصحفي المنظم Regulator التقليدي و الوسيط Moderater للخطاب العام .
 - تراجع أدوار الميديا التقليدية كحارس بوابة كلما إتجأ مستهلكو إلى العائلة و الأصدقاء والمعارف لإبلاغهم حول مضامين تهمهم .
 - أصبحت الشبكات الإجتماعية الافتراضية تحدّد ما يستهلكه الفرد من أخبار : أنا اقرا ما ينشره الآخرون .
 - الميديا الإجتماعية تعمل على إنتزاع الأخبار من سياقاتها الأصلية .
 - و نذكر أن من أهم إستخدامات الميديا الجديدة لدى الصحفيين :
 - تسارع التطور نحو المنصات الإجتماعية و المحمولة وتراجع التكنولوجيا المكتبية .
 - فيسبوك أصبح له دور في البحث عن الأخبار و التفاعل حولها و النقاش لدى الشباب .
 - تنمي المنصات الإجتماعية كبوابة نحو الأخبار .
 - تساؤلات حول دورها كوسيط بين الميديا و الجمهور .
- للفيس بوك دور أساسي في تحديد طرق وصول الناس إلى الأخبار بفضل القواعد التي يضعها لإظهار التقارير ، الفيس بوك أهم منصة في الولايات المتحدة الأمريكية للحصول على

الأخبار وتنوعها الميديا أدركت أهمية المنصات الإجتماعية للنفوذ إلى الجمهور و خاصة جمهور الشباب عام 2015 ، بدأ الفيس بوك في تطوير حلول تكنولوجية لنشر تقرير و فيديوهات كاملة بدل الإكتفاء بنشر وصلات نحو المواقع ... البي بي سي من أكثر مؤسسات الميديا إبتكاراً في هذا المجال ، إستخدمت الواتساب لإخبار جمهورها في إفريقيا عن مخاطر مرض الإيبولا أو للتواصل والتفاعل مع جمهورها ¹ .

إن الأنترنت يمثل إبتكاراً إجتماعياً - تكنولوجياً ، أي أنها تجمع بين إبتكارات تكنولوجية (تطبيقات) و إبتكارات إجتماعية تسمح بطرق جديدة في التواصل البشري بين الأفراد و الجماعات ، هكذا يمكن القول إنّ الأنترنت هي مركب من التكنولوجيا والثقافة و التواصل ² .

2- أخلاقيات الميديا الجديدة :

تمهيد :

كان مبحث الأخلاق منذ الحضارات الشرقية القديمة والحضارة اليونانية القديمة مبحثاً فلسفياً نظرياً يهتم بوضع قواعد ومبادئ أخلاقية عامة حول ماهية الخير والشر ويهتم بتحديد القيم الأخلاقية الواجب اتباعها ولكن مع تقدم العلم والتكنولوجيا في القرن العشرين بدأت تظهر مشكلات أخلاقية ناجمة عن هذا التطور العلمي المستمر والمتلاحق في شتى المجالات وتطبيق المعايير والمبادئ الأخلاقية في حل المشكلات الناجمة في تطور هذه العلوم ويقف مبحث أخلاقيات الإعلام ضمن المباحث الأكثر حداثة التي لاحظنا انها لم

¹ _موقع www.ministerecommunication.gov.dz ، صادق الحمامي ، الميديا الجديدة ، إستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات ، ص25-

27 ، تاريخ التصفح 10-08-2020 ، الساعة 08:00

² _صادق الحمامي الميديا الجديدة ، الإستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات ، ص36

تتشكل بعد بشكل نهائي وفي تطور مستمر ومتسارع هذا ما جعله محل اهتمام وماتناولناه في

دراستنا

2-1. تعريف الأخلاقيات :

الأخلاق هي منظومة قيم يعتبرها الناس بشكل عام جالبة للخير وطاردة للشر وفقاً للفلسفة الليبرالية و هي ما يتميز به الإنسان عن غيره و قد قيل عنها إنها شكل من أشكال الوعي الإنساني كما تعتبر مجموعة من القيم و المبادئ تحرك الأشخاص و الشعوب كالعدل و الحرية و المساواة بحيث ترتقي إلى درجة أن تصبح مرجعية ثقافية لتلك الشعوب لتكون سنداً قانونياً تستقي منه الدول الأنظمة و القوانين .

كلمة أخلاقية تعني : " وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية و السلوكية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعية مهنية ، و تعرف بأنها بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعة مهنية أو مؤسسة لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية " .

لكل مهنة أخلاقيات و آداب عامة تحددتها القوانين و اللوائح الخاصة بها ، و يقصد بآداب و أخلاقيات المهنة مجموعة من القواعد و الأصول المتعارف عليها عند أصحاب المهنة الواحدة بحيث تكون مراعاتها محافظة على المهنة و شرفها ¹ .

وتعتمد أخلاقيات المهنة على الموروث و المعاصرة ، حيث أن هناك عدداً من الأخلاقيات تم توارثها من الأجيال السابقة ، و أصبحت ثابتة ، أما لكونها معاصرة فلأنها نتائج ما سبق من الماضي و ما صدر من أعراف تتعلق بقوانين الحاضر و الموروث و المعاصرة متماسكان نجم عنهما ما يسمى بأخلاقيات المهنة .

¹ _الموقع <https://ar.wikipedia.org> ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، أخلاقيات ، تاريخ النصف 30 جويلية 2020 على الساعة 06:25

فأخلاقيات المهنة يجب أن توافقها رقابة على المهنة التي تعد من أهم المتطلبات التي يجب توافرها في المهنة الصحافية نظراً للتطورات التكنولوجية الحديثة التي أثرت على مفهوم الصحافة و الصحفي و المعلومات فالرقابة الأخلاقية تفرض على الصحفي واجب الإلتزام بالصدق و الموضوعية ، حيث إن الرقابة و جدت منذ القرن السادس عشر في أوروبا و شنت الكنيسة التي كانت تسيطر على السلطة حملات على الكتب و الصحف حتى لا تخرج عن سياستها و أصبحت الرقابة في ذلك الوقت إختصاص السلطة¹ .

2-2. المعايير الأخلاقية للإعلام في ظل الميديا الجديدة :

أخلاقيات الإعلام مبحث أخلاقي يعني بالبحث في تلك المعايير التي تجعل من الإعلام إعلاماً جيداً بمعنى أن المعايير الأخلاقية هي معيار التمييز بين الإعلام الجيد و الإعلام الغير جيد .

الصدق : دعنا نتساءل أولاً ما المقصود بالصدق في نشرات الأخبار ، المقصود بالصدق في نشرات الأخبار هو تقرير أمور واقعية ، أي أمور لا يتدخل فيها الصحفي بالخيال ، أمور حدثت بالفعل ذلك أنّ الأخبار قد أصبحت بشكل متزايد مصدرنا الرئيس في معرفة ما يدور في العالم من حولنا من دون أ، يتدخل فيها بالتحريف أو الإضافة أو عرضها عرضاً جزئياً .

و الحقيقة أنه ما إذا كان على الإعلامي أن يكون صادقاً في نقل الخبر أو عرضه أو المادة الإذاعية يرتبط بالضرورة بتصورنا لوظيفة الإعلامي .

¹ _منال هلال المازهرة ، التشريعات الإعلامية العربية و الدولية ، مرجع سابق ، ص352

و مما لاشك فيه أن الأمن القومي يعد أحد إستثناءات هذا الصدق الواجب على الإعلامي أن يلتزم به ، إذا ما شعر الإعلامي أن قص قصة ما من شأنه أن يوقع الضرر بمجمعه ، فلا شك أن الإمتناع عن الإعلام بالخبر هو التصرف الأكثر أخلاقية في هذه الحالة ، فهو أفضل من الكذب أو القص المتجزئ و يندرج تحت مبدأ أن دفع الضرر يقدم هنا على جلب المنفعة.

الموضوعية : على الصحفي إذاً الإلتزام بالموضوعية في نقل الخبر أو الواقعة أو الشريط الإخباري و الموضوعية مقصود بها عرض المادة الإعلامية من شتى جوانبها ، لا عرضها من جانب واحد ، كما تعني عدم تدخل الإعلامي بأهوائه أو ميوله في إختيار جانب معين يعرض من خلاله الموضوع .

و إذا ما تم عرض المادة الإعلامية من زاوية محددة لأنه يرى أن هذه هي الزاوية الصحيحة التي من خلالها يتم عرض مادته عرضاً أميناً فعلياً أن يضع دائماً إمكانية أن تكون هناك زوايا أخرى من الممكن تفسير الموضوع من خلالها كذلك تعني الموضوعية ضرورة تحقق الإعلامي من صحة و شمولية مصادره .

● **الأمانة:** أن يرى الجمهور في الصحافة السلطة الرابعة يعني ضمن ما يعني ثقة من جانب الشعب في الصحافة ، هذه الثقة ثقة في أمانة الأخبار و التحليلات و المصادر التي تأتي بها الصحافة ، كما أنها ثقة في أمانة رجال الإعلام و صدقهم .

- **حق الخصوصية :** هناك من يميل عادة لإفتراض أن إقتحام الخصوصية يعد شكلاً من أشكال الإعتداء عليها إذا ما تم من دون موافقة صاحبها سواء تم هذا الغزو بواسطة الصحفي أو البرامج الإعلامية ومن ثم فهو مرفوض أخلاقياً ، إذ أن إن أدنى ما يعنيه هذا هو عدم إحترام أحد حقوقنا بوصفنا أفراداً ولهذا السبب فإن القوانين تكفل للفرد صيانة حرمة المنزل و الأوراق الخاصة ليس لأحد الحق في معرفة خصوصياتنا ، إن جزءاً مما تعنيه الصداقة هو حقنا في الكشف للأصدقاء فقط عن بعض خصوصيتنا من هنا تكمن قيمة الخصوصية في أنها تمنع الآخرين من ممارسة أي حقوق تضر بنا ، من هنا كان غزو الخصوصية لا يعني فقط الحصول من دون إذن على معلومات خاصة و لكن تعني معرفة الآخرين بالعلاقات و النشاطات و الإهتمامات التي نراها لا تهم أحداً سوانا¹.

2-3. أخلاقيات مهنة الصحافة و الإعلام :

الصدق : هو الدافع لأدبية التعامل مع المادة الإعلامية في الحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي و الوصول إليها ليس عن الطرق المتتوية و لا القصيرة المشوبة بما يخذش دقتها و صدقتها وواقعيتها ، بل يمكن الوصول إليها عن طرق صعبة ولكن سليمة تكون مدعاة السرور و جلب الإطمأنان إلى التمييز و مقارنة العمل من شخص إلى آخر في مجال المصدر الصحافي كانت أو إذاعة لعبة التلفاز ...

¹ _بهاء درويش ، أخلاقيات الميديا دعاوي التنظير و مبررات التفعيل ، مرجع سابق ، ص39-44

ذلك لأن الوسائل الإعلامية تسعى إلى الوصول إلى حقائق إلى الناس في واقع الوقائع ضمن بيئتها و أزماتها ، لأن الحقائق ليست دائماً في متناول من يريدونها فلا بد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق و في ذلك جهد ومشقة .

- **إحترام كرامة الإنسان :** مما يقتضي عرض الأخبار و صور بما لاسيما هذه الكرامة جماعية كانت (فأة أو ثقافة أو دين) أو فردية (مثل عرض صورة شخصية دون إذنه) إن هذا يقتضي إستعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على معلومات ، بحيث لا يجوز إستعمال أساليب الخدع أو التوريط أو الإبتزاز أو التلاعب بالأشخاص (مثل تسجيل أو تصوير غير قانوني) .

- **النزاهة :** وتعني تقديم الخبر و الصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل : الخلط بين الخبر و التعليق أو الإشهار و بين الصالح العام و الصالح الخاص (الإعتبارات الذاتية) كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى و الإستقلالية في العمل و عدم الخوض لأي تأثير أو رقابة داخلية (المنشأة) كانت أم خارجية (الجمهور) و الضغوط السياسية و الإقتصادية و الإجتماعية و الثقافية بجميع أشكالها .

- **المسؤولية :** أي يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة من أخباره بمعنى أنه لايجوز نقل أي خبر دون التحقق منه التحري بشأنه و إلتزام الدقة في معالجته و الحذر في نشره .

● العدالة : بأن تتضمن ما يلي :

- أ- إن المواطنين متساوون في الحقوق و الواجبات كما هم متساوون أمام وسائل الإعلام ، و من هنا تأتي ضرورة الحرص على أن لا تكون هذه الرسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى .
- ب- العدالة تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار و الصور و الإبتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة و التهويل و الإثارة الرخيصة ¹.

4-2. قوانين الإعلام في المنطقة العربية و الإسلامية :

عامة تنطلق من المنظور السلطوي ، التقييد المسبق ، وذلك ما نجده في معظم قوانين النشر أو قوانين المطبوعات (الخاصة بالكتب و الصحافة المكتوبة) ، أما مجال التلفزيون بالمنطقة و خاصة بعد ظهور الإرسال التلفزيوني المباشر و إمكانية إتقاط مئات القنوات التلفزيونية شرقاً و غرباً فيمكن تشبيهه بالأرض " السائبة " التي تخلو من " التشريع الإعلامي " بفعل عدة عوامل منها التفوق التكنولوجي و دخول الرأسمالي المادي بشكل " قوي " و تقاطع أو تضارب المصالح الوطنية و الإقليمية و الدولية .

أما قوانين الإعلام الجديد (الصحف و القنوات الإذاعية و التلفزيونية الإلكترونية) و الشبكات الإجتماعية مثل الفيس بوك و التويتر فإن القوانين الموجودة غربية و أمريكية بالدرجة الأولى نظراً لأن هذه التكنولوجيا الحديثة من وضع تلك المجتمعات و تصبح باقي المجتمعات في موضع المستهلك " إن بوعي أو بغير وعي " أو بتعبير ابن خلدون " المغلوب مولع بتقليد

¹ _منال هلال المزاهرة ، التشريعات الإعلامية العربية و الدولية ، مرجع سابق ، ص354-355

الغالب " و مازالت المنطقة العربية و الإسلامية " شحيحة " و " مملة " من الناحية المعرفية كونها تنطلق من قاعدة المراقبة أو التقييد المسبق ، ويمكن معالجة المسائل الأخلاقية على النحو التالي:

أولاً / القذف :

يعرف القذف عامة بأنه " نشر المعلومات خاطئة شيء إلى سمعة الآخر " و القذف يمس المعلومة وليس الرأي ، أما الإساءة فتتوقف على المتضرر إذ قد يكون الضرر " نفسياً " كالقلق و الإضطراب و الإنعزال أو الإحساس بالإذلال أو الإهانة أو الإحتقار -.. الخ ، أو مادياً مثل خسارة التجارة أو العمل أو الزبائن أو السمعة التي بناها الشخص عبر الزمن .. الخ ، و عادة ما يصعب تقدير الضرر النفسي مادياً إلا إذا تقدم المدعي بتكاليف العلاج النفسي مثلاً .

و تعتبر مختلف الثقافات مسألة غير أخلاقية و " شنيعة " ، وقد أوضحنا في فصل أسس أخلاقيات الإعلام من أكثر رؤية فلسفية على أن الهدى القرآني شدد كثيراً على الإنضباط القيمي و التحفظ الأقصى في عدم الإساءة للآخر إن بالكلمة أو بسوء الظن و إعلاء قيمة الكلام اللين أيا كان الظرف و يصب هذا المعنى في الآية الكريمة بعد باسم الله الرحمن الرحيم: " **و قولوا للناس حسناً** " صدق الله العظيم ، و يتجلى هذا المعنى أيضاً في أحد صوره في دعوة سيدنا موسى عليه السلام ، ذلك أن مواجهة سلطة في وزن فرعون إستحضار أشد الكلمات قذفاً و إساءة للآخر بفعل الوضعية ، إلا أن الله سبحانه و تعالى لمعرفته بطباع البشر أوصاه بغير ذلك في قوله : باسم الله الرحمن الرحيم " **إذهبوا إلى فرعون إنه طغى فقولا له قولاً لينا** **لعله يتذكر أو يخشى** " صدق الله العظيم ، و قد أسهب الغزالي (أبو حامد) في فصل آفة اللسان في ذكر تلك الآفات التي تعد من باب القذف و حدّد عشرين آفة منها " الكلام فيما

لا يعينك " فضول الكلام " الخوض في الباطل " المرء و الجدال " الخصومة " التقعر
في الكلام بالتشدد " الفحش و السب و بإذاعة اللسان " اللعن " السخرية و الإستهزاء
" إفشاء السر " الوعد الكاذب " الكذب في القول و اليمين " الغيبة " النميمة "
"كلام ذي اللسانين ..."

و يعد القذف مسألة بالغة الأهمية بالنظر إلى التكاليف التي تتطلبها المحاكمات الطويلة و
التعويضات المادية الكبيرة التي تطال المؤسسات الإعلامية عندما تخسر الدعوى القضائية ،
وتبعاً لذلك جرت العادة تسوية العديد من قضايا القذف خارج المحكمة ، و يأتي " القذف "
بوصفه مسألة بعدية ، أي يحدث القذف بعد النشر أو بث ، إذا لا يمكن وفق نظرية الليبرالية و
قف " القذف المحتمل " بشكل مسبق و إنما تتدخل الأطراف المتضررة بعد نشر أو بث¹.

ثانياً / الخصوصية :

يعد شكلاً من أشكال الإعتداء إذا ما تم من دون موافقة صاحبه سواء تم هذا الغزو بواسطة
الصحافي أو البرامج الإعلامية و من ثمّ فهو مرفوض أخلاقياً ، إذ إن أدنى ما يعنيه هذا هو
عدم إحترام أحد حقوقنا بوصفنا أفراداً ، ولهذا السبب فإن قوانين تكفل للفرد صيانة حرمة
المنزل و الأوراق الخاصة و ليس لأحد الحق في معرفة خصوصياتنا².

تعرف الخصوصية على أنها حق الفرد في أن يترك حاله في شخصه و بيته وعائلته و معلوماته
الشخصية وغيرها من تلك التي لا يود الفرد أن تأتي إلى العالم عبر وسائل الإعلام لإعتبارات
عدة ، و تختلف الخصوصية من منظومة قيمية لأخرى و من الثقافات الأخرى و من فرد

¹ عبد الرحمان عزي ، قوانين الإعلام و أخلاقياته في ضوء الإعلام الاجتماعي ، المجالات الدولية للإتصال الإجتماعي ، المجلد 4 العدد 19 ، جامعة الشارقة / الإمارات ، 2017 ، ص 19 – 20

² _بهاء الدرويش ، أخلاقيات الميديا ، مرجع سابق ، ص 44

لآخر و تبنت العديد من قوانين الخصوصية فكرة إرتباط الخصوصية بالمكان الذي يتوقع فيه الفرد خصوصيته و لكن أخذ تلك الصورة في بيت صاحبها بإستخدام كاميرا بعدسة خاصة هو تعدّ على الخصوصية ..، فقد عني النص القرآني بشكل خاص بالخصوصية بوصفها جزء من فطرة الإنسان و آلية تحفظ " كرامته " في علاقته مع الآخرين و نقرأ ذلك في الآية : باسم الله الرحمن الرحيم " يا أيها الذين آمنوا لا تدخلوا بيوتا غير بيوتكم حتى تستأذنوا على أهلها .. " صدق الله العظيم ، و تدل الآية أن البيت مكان الخصوصية ، وقد صارت قوانين الخصوصية الحديثة في الغرب خاصة على هذا النهج و أعتبرت " البيت " الحيز الأساسي الذي يتوقعه الناس و المشرع ملاذاً للخصوصية .

و يدخل في خصوصية حياة الفرد الخاصة و نمط حياته و ما يعد من الشأن الخاص بالضرورة أو التوقعات الثقافية السائدة و يتنوع الأفراد بدورهم في درجة حساسيتهم للخصوصية ، فالبعض خصوصي أكثر من الآخر لإعتبارات نفسية و إجتماعية و قيمة متعددة .

ومعرفياً فقد ذكر العالم الأكاديمي " جاكيت - Dale Jaquette " أن مسألة الخصوصية تمس الفرد و حقه في الإعلام و الإتصال من ثلاث جوانب على الأقل :

- 01- أن الخصوصية شرطاً ضرورياً في تحقيق حرّية التعبير .
- 02- أن الخصوصية حق في ذاته و جوهره إحترام الفرد و إستقلاله .
- 03- أن الخصوصية تحدث السعادة و تجاوزها يحدث الألم لدى الفرد " المتضرر " أو الذي يعتقد أنه تضرر من نقل خصوصيته إلى العلن .

ثالثاً / الملكية الفكرية :

تخص الملكية الفكرية حق لفرد في إنتاجه الفني الإبداعي سواء كان في شكل نص أو صورة أو فيديو أو رسم أو موسيقى و غيرها من الأشكال التعبيرية المتنوعة و قد إزدادت أهمية الملكية الفكرية مع ظهور الإعلام الرقمي حيث أصبحت السرقة الفكرية المباشرة و غير المباشرة " هينة " و أحيانا تتكرر تلك السرقات دون إرتباط ضرورة بمصدر العمل الفني الرئيس ، فالسرقة تقوم على سرقة أخرى سابقة و يحتفي المصدر في هذا السبيل من النقل المتكرر ، و هناك جدل في تعريف الملكية الفكرية في مجال الإعلام و المعارف الإنسانية و الإجتماعية بحكم أن و سائل الإعلام تنقل عن بعضها البعض إضافة إلى " التناس " الذي يحدث بين المعارف الإنسانية محلياً و عالمياً ، و ربما أمكن القول أن أي إبداع يحمل بعض السرقة من زاوية أن المبدع لا يبدأ من الصفر و إنما يتأثر بالآخرين و إن جزئياً ، إن مسألة الملكية الفكرية " قيمة " أخلاقية بالدرجة الأولى ، و قد سعت القوانين الحديثة في الغرب و بالأخص الأمريكية إلى ربط الملكية الفكرية بالتعبير و ليس بالأفكار و الحقائق فالقوانين تلك تحمي أشكال التعبير بوصفها عملاً إبداعياً ... و في نظرنا فإن هذا الجسم قانوني و ليس بالضرورة أخلاقياً ، فالجسم القانوني مراده على ما يبدو و صعوبة تحديد أصل الفكرة للتفاعل الحاصل بين البشر و الثقافات خاصة مع تطور تكنولوجيا الإتصال أما الجانب الأخلاقي فمصدره الأمانة الشخصية و العلمية إذ يصعب الحديث عن فكرة " القابلية للإستعمار " .

و ما يتعلق بالمعلومات الحيادية أو الجافة إن صح هذا التعبير مثل الأحداث و البيانات فتدخل وفق تلك القوانين في " الإستخدام العام " (Publique domain) و لا تندرج في إطار الحماية الفكرية ، و يتم أيضاً إستثناء المواد المعرفية التي تستخدم لأغراض تعليمية أو تدريبية من

الحماية الفكرية إذ يمكن تدريس تلك المواد دون إذن صاحبها في إطار مبدأ " الإستخدام المنصف " ، فيمكن مثلاً تصوير نص إعلامي لغرض التدريب على كتابة النصوص الإخبارية " لأغراض تعليمية " و لكن لا يمكن نشر ذلك النص في مؤلف لأن ذلك يتضمن أغراضاً تجارية تفقد حق صاحبه من الإمتيازات المترتبة على النشر .

رابعاً / العنف و الجنس:

يعتبر موضوع " العنف و الجنس " قديماً و جديداً ، فقد إتسم الترفيه في مجال السينما إبتداءً من عشرينيات القرن الماضي و التلفزيون لاحقاً بالطابع التجاري و التركيز على النزعة " العدوانية " الغريزية في جذب الفئات الشابة ، القطاع الأساس في هذه الصناعة و قد إعتد أرباب هذه الصناعة من شركات الإنتاج السينمائي و الأستوديوهات و القاعات السينمائية على حجة أن الجمهور يريد هذا و يوجد في واقع الجمهور ما يؤكد ذلك رغم أن الحجة يمكن أن تأتي بالمقلوب ، أي أن الجمهور يرد ما تريد ، تلك الصناعة أو أن أذواق تلك الفئات الإجتماعية من نتاج التعرض المستمر و ليس رغبة أصلية ، و تكمن جدلية هذا الموضوع في صعوبة تحديد الفاصل بين العنف " المشروع " مثلاً كالدفاع عن النفس ولو رمزياً رغم أن الصورة " الفاحشة " ثقافياً واضحة على حد قول بوتنر (Potter steward) قاضي المحكمة الدستورية العليا بأمريكا في قضية الفحش (Obscenity) عندما قال " لا أستطيع تعريفها و لكن أعرفها عندما أراها " و يعد التلفزيون أكثر الوسائل المعنية بالعنف و الجنس بوصفه مجال عام ينفذ إلى كافة الشرائح و المجالات و الإنترنت فيمكن للفرد فيها أن يمارس الإنتقاء الإدراكي (Preception selective) و بإمكانه نظرياً على الأقل تجنب ما يعتبره منافياً لقيمه و ثقافته و قناعاته

أما في المنطقة العربية و الإسلامية فيعتبر مجال التلفزيون و بالأخص البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية " مجالاً سائباً " لا يخضع للمسؤولية الإجتماعية أو الإنضباط القيمي أو لحكم القانون و معظم ردة الفعل مجرد أصوات ليس لها التأثير الفعلي على أرض الواقع ، و تكمن صعوبة تقنين هذا المجال في كون البلد " المتلقي " لا يملك السلطة القانونية على قناة البلد " المرسل " إضافة إلى إعتبار المصالح الإقليمية و الدولية المتداخلة التي تحول دون معالجة هذا المجال أما القنوات الحكومية المحلية فإنشغالها بمجال العنف و الجنس " محدود " رغم أنها أقل إثارة من القنوات التلفزيونية الترفيهية و التفاهية أن صح هذا التعبير .

و لا يبدو أنها تمثل لقانون معين يحكم أدائها في المجال بقدر ما تلجأ إلى التقدير الذاتي أو بعض الرقابة الإدارية بدون إشراك أو مشاركة المجتمع المحلي الذي تنظر إليه بوصفه مجرد " متلقي " و يلاحظ أن البرلمان في المنطقة العربية لم تسهم كثيراً في سن قوانين تشريعية تضبط الجانب الأخلاقي على الأقل على المستوى الذي إتسمت به التشريعات الغربية في حماية الذوق العام و الشرائح الإجتماعية الأقل حصانة تبعاً لذلك

خامساً / التهديد و الإبتزاز :

إزدادت أهمية القضايا الجنائية مع ظهور شبكة الأنترنت و البريد الإلكتروني و مواقع التواصل الإجتماعي و يبدو أن مشاكل الناس في الواقع الإجتماعي إنتقلت إلى الشبكة بدون رقيب يذكر ، و توجد على الأقل ثلاثة أنواع من جرائم الإتصال " الحديثة " على الشبكة :

أ- التهديد الإلكتروني المتتابع (**Cyber stalking**) : ويقصد بذلك عملية تتبع

الشخص برسائل تهدده في سمعته أو ممتلكاته أو حياته أو حياة أسرته لأسباب

شخصية أو مرضية ، و قد تدوم هذه العملية شهوراً أو سنوات إذا لم يتم القبض على الجاني .

ب- الإبتزاز (**Cyber harassment**) : ويتعلق الأمر بالضغط و الحيلة و التهديد " المبطن " لإستغلال الفرد لأهداف شخصية أو مادية أو إنتقامية وعادة ما يستغرق الإبتزاز مدة أقصر بالمقارنة .

ج- إبتزاز الأطفال " القصر " (**Cyber bullying**) : و يقصد بذلك الإبتزاز الذي يقوم به الأطفال المراهقون ضد الأطفال الأقل سناً أو الضعفاء من أجل إحداث الضرر النفسي بهؤلاء إن لم يستجيبوا لأوامر تخدم مصالحهم ، و لم تستطع العديد من الدول في المنطقة العربية و الإسلامية مواكبة تطورات شبكة الأنترنت و مواقع التواصل الإجتماعي قانوناً ، و عندما إنشغلت بذلك إنحازت إلى الشق السياسي دون غيره ¹ .

¹ _عبد الرحمان العزي ، قوانين الإعلام و أخلاقياته في ضوء الإعلام الإجتماعي ، مرجع سابق ، ص 24-28

3- الضوابط التشريعية للميديا الجديدة :

تمهيد : تتجه التشريعات الإعلامية الحديثة إلى رفع القيم القانونية و الإدارية و التقنية التي تحول دون تمكن الإنسان و المواطن من ممارسة حقه في الإعلام بحرية وقد بدأ التفكير جدياً من سبعينيات القرن العشرين في وضع تصور جديد لمفهوم أكثر شمولية لحرية التفكير و الرأي و التعبير و الصحافة و غيرها من الحقوق المرتبطة بالحق في الوصول لمصدر المعلومة و الذي يسمى الحق في الإعلام و النشر .

ومن خلال ذلك نرى أن هناك دائماً علاقة تصادمية بين السلطة و الإعلام و تحت تأثير التكنولوجيا الحديثة و خاصة ما يعرف بالإعلام الجديد و توجيه الأنظار إلى وجوب وضع ضوابط و تشريعات تسيّر عملية النشر دون المساس بالوضع العام و لا تتجاوز الحدود مع كل هذه الممارسات للميديا الجديدة .

3-1. تعريف التشريع :

يعرف بأنه هو مجموعة القواعد العامة المجردة التي تصدر عن السلطة التشريعية و تطلق كلمة التشريع على نفس القواعد التي وضعت عن طريق هذه السلطة كأن يقال تشريع الضرائب و التشريع المدني ، و القواعد التي تنظم التجارة تسمى تشريعاً ، و على ذلك فالقواعد التي تنظم المرور تسمى تشريع و هكذا ...

التشريع هو قيام السلطة المختصة في الدولة بوضع القواعد القانونية في عبارات مكتوبة و وفقاً لأحكام الدستور ، أو هي القواعد القانونية الصادرة عن السلطة التشريعية في الدولة ، كأن يقال التشريع الصادر عن مجلس الشعب أو مجلس الأمة ، و بالتالي فالتشريع هو عملية صناعة

تبدأ من التقدم بمشروع القانون المزمع إصداره أو إقتراحه و تشمل كل عملية ذات صلة به ، كعرضه على اللجان المختصة بسلطة التشريع و تشمل عملية مناقشته و الموافقة عليه حتى يتم إصدار ذلك التشريع ، فهو القانون الذي ينتهي بعملية إصداره و نشره وفقاً للإجراءات التي أوجبها الدستور العمل على إتباعها ، وهو بذلك يختلف عن كافة القرارات الأخرى التي تصدر من السلطة التنفيذية كالقرارات و المراسيم و اللوائح ¹ .

ويعرف التشريع على أنه مجموعة القواعد العامة المجردة الملزمة الصادرة عن السلطة العامة المختصة في الدولة التي تتبع أو تحظر أو تنظم حق أو مجموعة حقوق بعبارة أخرى هو كل قاعدة قانونية تصدر عن السلطة المختصة في وثيقة مكتوبة ² .

3-2 . الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري :

تعرف الجريمة الإلكترونية بأنها " كل فعل غير مشروع يكون العلم بتكنولوجيا الحاسبات الآلية بقدر كبير لازم لإرتكابه من ناحية ، لملاحقته و تحقيقه من ناحية أخرى " .
حسب هذا التعريف يجب أن تتوفر معرفة كبيرة بتقنيات الحاسوب ليس فقط لإرتكاب الجريمة ، بل كذلك لملاحقتها ، و التحقيق فيها ، و هذا التعريف يضيق بدرجة كبيرة من الجريمة الإلكترونية ، بمعنى يجب أن يتوافر قدر كبير من العلم بهذه التكنولوجيا لدى الجناة ، و المختصين بملاحقتها من قضاة و ضباط الشرطة وغيرها ³ .

¹ _منال هلال مزاهرة ، التشريعات الإعلامية العربية و الدولية ، مرجع سابق ، ص16

² _الموقع [https:// ar.Wikipedia.org](https://ar.Wikipedia.org) ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، التشريع ، تاريخ التصفح 03 أوت 2020 على الساعة 00:32

³ _ نايري عائشة ، الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ف القانون الإداري ، جامعة أحمد دراية ، جامعة أدرار ، 2016 – 2017 ، ص 6

أما بالنسبة للتعريف القانوني للجريمة الإلكترونية فقد إصطلح المشرع الجزائري على تسميتها بمصطلح الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الإتصال ، وعرفها بموجب أحكام المادة 02 من القانون رقم 04-09 على أنها " جرائم المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات المحددة في قانون العقوبات ، و أي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل إرتكابها عن طريق منظومة معلوماتية ، أو نظام للإتصالات الإلكترونية " ¹ ، وتنقسم هذه الجرائم إلى جرائم واقعة على حقوق الملكية الفكرية ، وجرائم واقعة على حرمة الحياة الخاصة .

- **الجريمة الإلكترونية الواقعة على حقوق الملكية الفكرية :** يكون النظام المعلوماتي وسيلة للإعتداء على حقوق الملكية الفكرية ، و مثاله السطو على بنك المعلومات و تخزين و إستخدام هذه المعلومات دون إذن صاحبها يعتبر إعتداء على حق معنوي ، إضافة إلى كونه إعتداء على قيمتها المالية كون أن للمعلومة قيمة أدبية بجانب قيمتها المادية ، ويندرج ضمن الحقوق الفكرية كذلك براءات الإختراع ، و قد نص المشرع الجزائري على حقوق الملكية الفكرية من خلال نصوص قانونية و هي الأمر رقم 03-05 الصادر في 05 الصادر في 2003 المتعلق بحقوق المؤلف و الحقوق المجاورة و الأمر 03-07 الصادر في 2003 المتعلق ببراءات الإختراع

- **الجريمة الإلكترونية الواقعة على حرمة الحياة الخاصة :** لقد كرس الدستور الجزائري حرصه على حماية الحياة الخاصة للمواطنين و عدم الإعتداء على هذه الحرمة ، و لما كان الحاسب الآلي بمثابة مخزن لأهم المعلومات المتعلقة بالأفراد لقدرته على تخزين أكبر قدر ممكن من المعلومات ، و هذا ما جعل للحاسب الآلي دور في تسهيل

¹ _ القانون رقم 04-09 ، الصادر في 05 أوت 2009 ، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الإتصال و مكافحتها ، العدد

الحصول على هذه المعلومات عن طريق الغير بإفشائها لتحقيق مصالح مختلفة ، ومثاله أن يقوم شخص يعمل بالنظام المعلوماتي بإعداد ملف يحتوي على معلومات تخص شخص آخر بدون علمه أو أن يجمع المعلومات بعلم الشخص المعني و لكن يقوم المكلف بحفظها بإطلاع الغير عليها دون إذن صاحبها ، أو أن يقوم شخص بإختراق معلومات هي بمثابة أسرار مكتوبة و سير ذاتية و مذكرات شخصية لشخص آخر¹.

3-3 . تحديات تواجه الصحافة الإلكترونية و سبل النهوض بها :

بالرغم من أن الصحافة الإلكترونية شكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و تمتلك العديد من الخصائص و المميزات التي تميزها عن غيرها من وسائل الإعلام المختلفة إلا أنها كذلك تواجه الكثير من التحديات و المصاعب :

- ضعف الموارد المادية للمواقع الإخبارية الصحفية و بالأخص المستقلة و التي ترغب في المنافسة و لاجتد المال الكافي من أجل القدرة التشغيلية إضافة إلى أن الشركات التجارية من القطاع الخاص عموماً لم يأمن بعد إمكانية الإعلان على المواقع الإخبارية و إن فعلت بعض الجهات ذلك فإنها تدفع مبالغ ضئيلة لإعلانات تظل فترة طويلة في الموقع المعين و أحياناً يكون تصميمها ثقيلاً و تأثر على تصفح الموقع .
- غياب الأنظمة المنظمة للعمل و كذلك ضعف الرقابة و في هذا السياق تبرز أيضاً قضية التشريعات الصحافية التي تتحكم في عمل الصحافة الإلكترونية و حاضراً ما زالت معظم الدول العربية تطبق قوانين المطبوعات الورقية على المواقع الإلكترونية و ثمة

¹ _ ناري عائشة ، الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري ، مرجع سابق ، ص 26

من يرى أن إتساع ساحة النشر و التوزيع إلكترونياً يخلق حاجة لتشريعات مختلفة نوعياً بصددتها .

- المنافسة الشديدة على الأنترنت و بروز دور المواقع الإعلامية الشخصية أو الشعبية و مواقع التواصل الإجتماعي على المستوى الشعبي ، تشكل المتديات الإخبارية و السياسية بنية هامة للمنافسة خاصة التي تتمتع بشهرة واسعة و كبيرة أما على المستوى الفردي فهناك المدونات الشخصية التي يصل عدد زوار بعضها في اليوم الواحد إلى أكثر من 250 ألف كالمدونات المشهورة وبعض المواقع الشخصية الناجحة .
- غياب التخطيط نوعاً ما و عدم وضوح الرؤية المستقبلية لها .
- عدم توافر الإمكانيات التقنية في الدول النامية و الفقيرة .
- كثرة و تعدد المهارات التي يحتاجها الصحفي و القارئ إلى جانب كثرة الأعباء التي تقع على عاتق الصحفي الإلكتروني .
- تحديث البرامج التعليمية و الإعداد فقد فرضت تحديات الصحافة الإلكترونية نفسها على المؤسسات التعليمية و البحثية المختلفة ، حيث عملت هذه الهيئات و المؤسسات البحثية و التعليمية تطويع برامجها و مناهجها المتعلقة بالصحافة عموماً و إدخال برامج و مناهج مستحدثة إستجابة للغير الكبير الذي أحدثته الصحافة الإلكترونية و أسلوبها في العمل ، فظهرت في المجتمع الأكاديمي التعليمي مناهج دراسية عديدة متخصصة في الصحافة الإلكترونية
- لعل التحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية كما يقول الدكتور محمود خليل أستاذ الصحافة بكلية الإعلام بجامعة القاهرة هو أنها غير معترف بها من قبل الدولة مما

يجعلها في موقع لا محل لها من الإعراب بالنسبة للقوانين و التشريعات بفقد الهوية القانونية داخل المؤسسات التي يتعامل معها ، كما تفقد الصحيفة الإلكترونية هويتها أيضاً بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لغلغ موقعها الصحفي و مدامته و مصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن المتلقي¹ .

¹ _علي عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة العربية 2014 ، ص33-34

الإطار التطبيقي

تمهيد :

تناولنا في هذا الإطار الجانب التطبيقي للدراسة حيث تناولنا فيه التحليلات الكمية لمختلف فئات الدراسة وكذا التحليل الكيفي للفئات ، إضافة إلى حوصلة النتائج المتحصل عليها .

فالدراسة الميدانية مكتملة للدراسة النظرية في إجراء البحوث الإجتماعية حيث تساعد الباحث للوصول إلى نتائج و حقائق تفسر و توضح و تكشف عن تساؤلات البحث .

وسنعرض في هذا الفصل للدراسة و البيانات التي تضمنتها الإستمارة و التعليق عليها و تحليلها و تفسيرها لنلخص في آخر الفصل إلى نتائج الدراسة مع الإقتراحات .

عرض تحليل نتائج الدراسة

البيانات الشخصية :

1- التحليل الكمي لإجابات الباحثين حول النوع الاجتماعي (الجنس):

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
60%	12	ذكر
40%	8	أنثى

جدول رقم 01 : يمثل إجابات الباحثين حول متغير الجنس

التعليق :

تفيد قراءة البيانات و نتائج الجدول 01 حول متغير النوع الاجتماعي (الجنس) ، إلى أن نسبة 60% من الصحفيين مستعملي الميديا الجديدة من فئة الذكور العاملين بالمؤسسات الإعلامية ، بينما جاءت نسبة 40% إناث ولا تعكس نتائج المتغير الاجتماعي تعميمًا شاملاً على إحتكار مستعملي الميديا الجديدة من طرف فئة الذكور فقط .



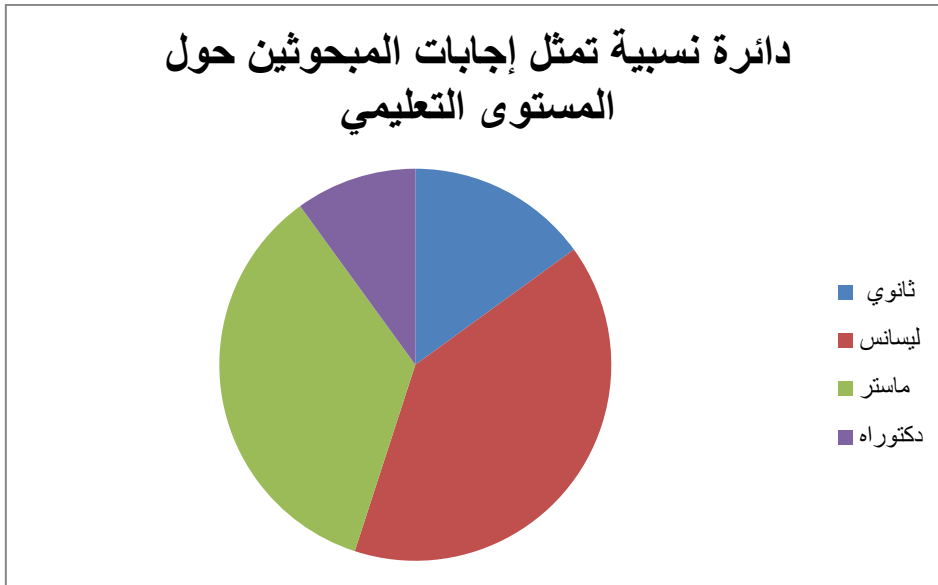
2- التحليل الكمي للمستوى التعليمي للمبحوثين :

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
15 %	3	ثانوي
40 %	8	ليسانس
35 %	7	ماستر
10 %	2	دكتوراه

جدول رقم 02 : يمثل إجابات المستوى التعليمي للمبحوثين

التعليق :

تشير نتائج الجدول رقم 02 أن نسبة 15 % من الصحفيين مستعملي الميديا الجديدة يجوزون على مستوى الثانوي مما يعني وجود إهتمام بالنشر في الميديا الجديدة من فئات أخرى ، بينما حاز 40 % من الصحفيين ذوي شهادة ليسانس وهو مستوى مقبول يعكس إهتمام هذه الفئة الجامعية بالميديا الجديدة و جاءت نسبة 35 % لفئة حاملي شهادة الماستر أو الطور الثاني ، فيما جاءت نسبة 10 % لفئة حاملي شهادة الدكتوراه من الطور الثالث لما بعد التدرج .



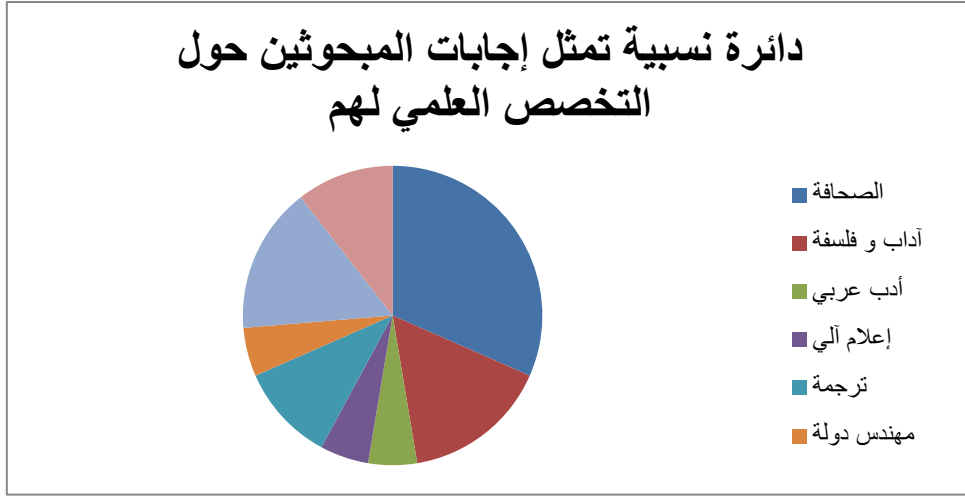
3- إجابات الباحثين حول التخصص العلمي لهم :

النسبة المئوية	التكرار	التخصص العلمي
30%	6	الصحافة
15%	3	آداب و فلسفة
5%	1	أدب عربي
5%	1	إعلام آلي
10%	2	ترجمة
5%	1	مهندس دولة
15%	3	إتصال و مجتمع
10%	2	فلسفة
5%	1	بيولوجي

جدول رقم 03: يبين إجابات الباحثين حول تخصصهم العلمي

التعليق :

جسدت نتائج الجدول إجابات الباحثين حول نوع وإسم تخصصهم العلمي حيث جاء تخصص الصحافة بنسبة 30% ، ما يعني معرفتهم للمفاهيم النظرية للميديا الجديدة ، و جاء تخصص آداب و فلسفة 15 % وهو تخصص مندرج في الطور الثانوي ما يعني وجود إهتمام من فئات غير جامعية بالميديا الجديدة و جاء تخصص إتصال و مجتمع بنسبة 15 % أيضاً ، كما جاء تخصص ترجمة 10 % و تخصص فلسفة 10 % الذي يبين إنجذابهم إلى الميديا الجديدة ، و جاءت بقية التخصصات أدب عربي 5 % و تخصص إعلام آلي 5 % و تخصص مهندس دولة 5 % و تخصص بيولوجي 5 % وهي كلها تخصصات جامعية ما يفسر وجود رغبة وقابلية لدى أنواع و تخصصات لممارسة النشاطات على الميديا الجديدة .



4- إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة :

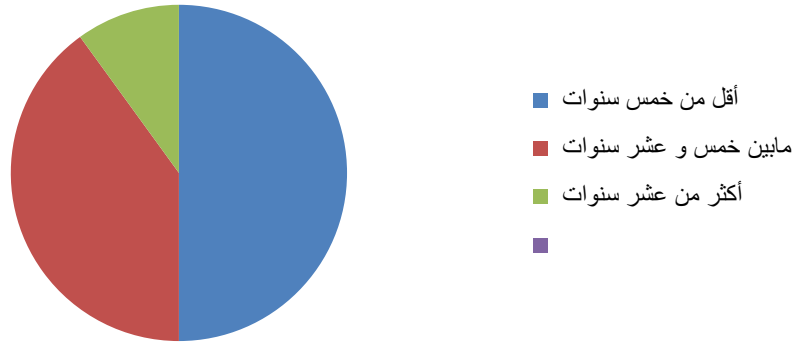
النسبة	التكرار	المدة
50%	10	أقل من خمس سنوات
40%	08	ما بين خمس و عشر سنوات
10%	02	أكثر من عشر سنوات

جدول رقم 04: يبين إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة

التعليق :

أجاب 50% من المبحوثين الذين لديهم خبرة مهنية في الصحافة أقل من خمس سنوات و هذا ما يدل على أن أغلب الصحفيين قليلي الخبرة ، بينما جاءت نسبة 40% من المبحوثين الذين لديهم خبرة مهنية في الصحافة ما بين 5 و 10 سنوات و يمارسون الصحافة بسنوات خبرة لا بأس بها ، فيما جاءت نسبة 10% للمبحوثين بخبرة مهنية في الصحافة لأكثر من عشر سنوات .

دائرة نسبية تمثل إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة



5- إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل :

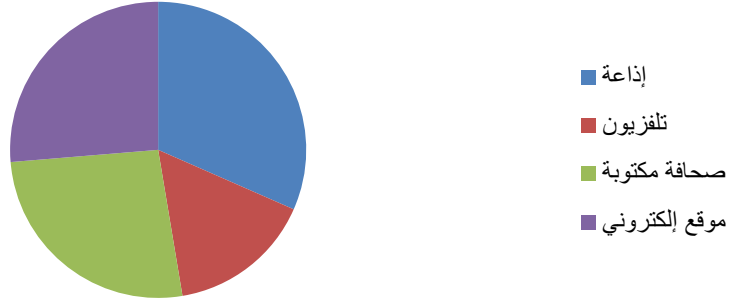
النسبة	التكرار	مؤسسة العمل
30%	6	إذاعة
15%	3	تلفزيون
25%	5	صحافة مكتوبة
25%	5	موقع إلكتروني
5%	1	La photographe

جدول رقم 05: يبين إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل

التعليق :

جاءت إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل بنسبة 30% من عمال الإذاعة مستخدمي الميديا الجديدة و نسبة الصحافة المكتوبة بنسبة 25% و أصحاب المواقع الإلكترونية بنسبة 25% مما يعني وجود إهتمام و نشاط في إستخدامات الميديا الجديدة ، كما جاءت مؤسسة التلفزيون بنسبة 15% و هذا دليل للمنافسة الحادة مع المؤسسات الأخرى من المؤسسات الإعلامية ، كما جاءت نسبة 5% من مؤسسة عمل La photographe ما يفسر وجود رغبة لممارسة النشاط على الميديا الجديدة .

دائرة نسبية تمثل إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل



المحور 01 : الميديا الجديدة :

6- إمتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الإجتماعي :

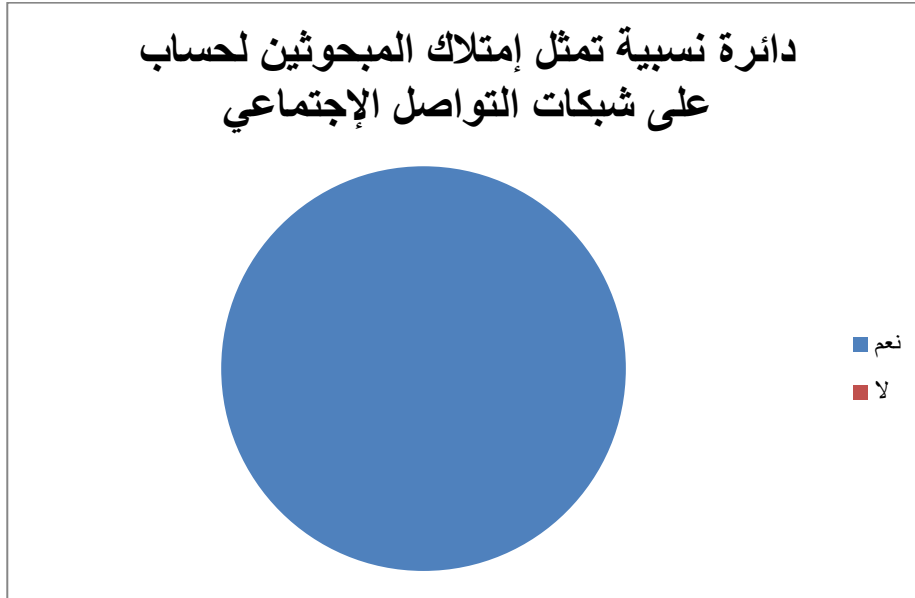
النسبة	التكرار	إمتلاك حساب على شبكات التواصل الإجتماعي
%100	20	نعم
/	/	لا

جدول رقم 06 : يبين إجابات المبحوثين حول إمتلاكهم لحساب على شبكات

التواصل الإجتماعي

التعليق :

أجاب جميع المبحوثين من مستخدمي الميديا الجديدة حول إمتلاكهم لحساب على شبكات التواصل الإجتماعي بنسبة 100 % وهو مجموع العينة المشاركة في الدراسة



7- مدة إمتلاك حساب على شبكات التواصل الإجتماعي :

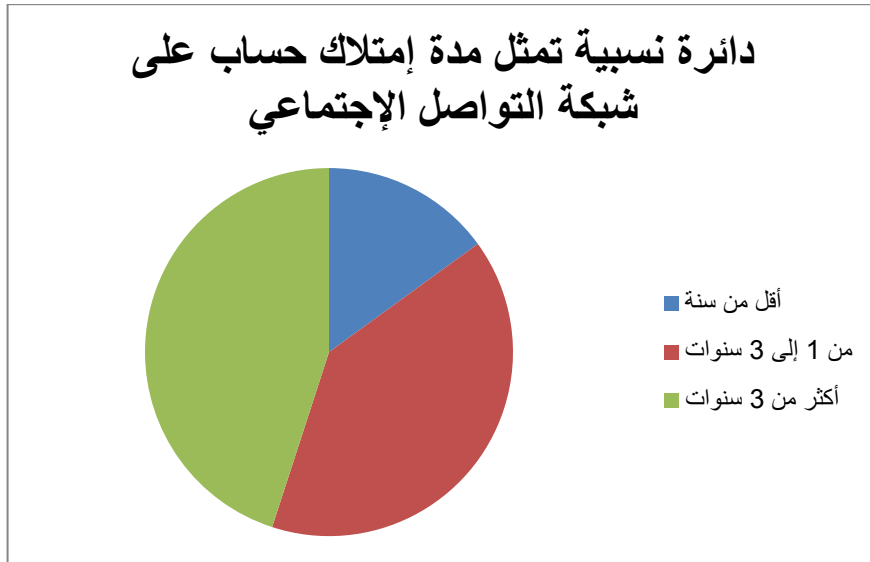
النسبة	التكرار	المدة
15%	3	أقل من سنة
40%	8	من 1 إلى 3 سنوات
45%	9	أكثر من 3 سنوات

جدول رقم 07 : يبين إجابات الباحثين حول مدة إمتلاكهم لحساب على شبكات

التواصل الإجتماعي

التعليق :

أجاب 15 % من الباحثين الصحفيين مستخدمي الميديا الجديدة أنهم يمتلكون حسابات على شبكة التواصل الإجتماعي أقل من سنة ، كما جاءت نسبة 40 % من إجابات الباحثين مدة إمتلاكهم لشبكة التواصل الإجتماعي من 1 إلى 3 سنوات لفارق الخبرة التي تحسب لهذه الفئة ، وأجاب 45 % من الباحثين للدراسة من الصحفيين أنهم يمتلكون حسابات على شبكة التواصل الإجتماعي منذ أكثر من ثلاث سنوات و هي مدة لإكتساب خبرة كافية .



8- إجابات المبحوثين عن إستخدام حساب على شبكات التواصل الإجتماعي :

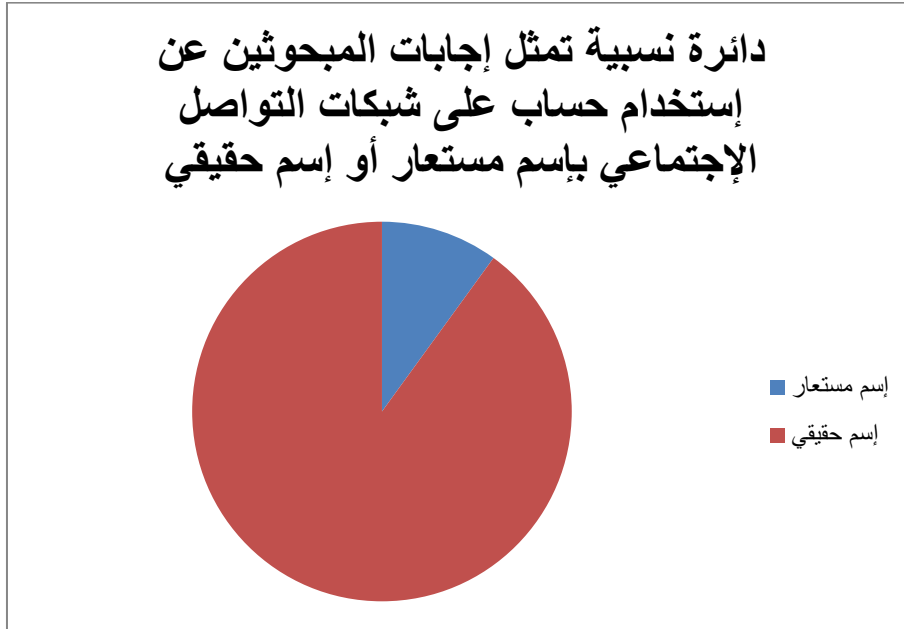
النسبة	التكرار	الإسم
10%	2	إسم مستعار
90%	18	إسم حقيقي

جدول رقم 08: يبين إجابات المبحوثين حول إستخدام حساب شبكات التواصل

الإجتماعي بإسم مستعار أو حقيقي

التعليق :

جاءت إجابات المبحوثين أن 10% ممن يملكون حساب على شبكات التواصل الإجتماعي يستخدمون أسماء مستعارة ، أما 90% من المبحوثين وهي الأغلبية الساحقة ممن يملكون حساب على شبكات التواصل الإجتماعي يستخدمون أسمائهم الحقيقية و في ممارستهم على الميديا الجديدة ، وهو ما يدل على أن الصحفيين الجزائريين ليس لديهم مشكلة في إظهار أسمائهم الحقيقية



9- إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي :

النسبة	التكرار	المواضيع المتفاعل معها
20%	4	مواضيع سياسية
35%	7	مواضيع إجتماعية
20%	4	مواضيع ثقافية
10%	2	مواضيع ترفيهية
15%	3	مواضيع إخبارية

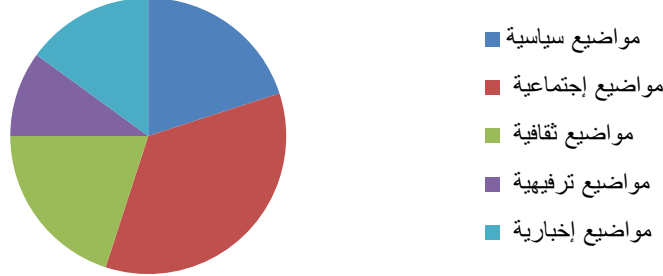
جدول رقم 09: يبين إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها

على شبكات التواصل الاجتماعي

التعليق :

يميل 20% من المبحوثين إلى المواضيع السياسية التي يتفاعلون معها على شبكات التواصل الاجتماعي ، و يذهب 35% من المبحوثين إلى المواضيع الإجتماعية و هي نسبة كبيرة تميل إلى المجتمعات و أخبارهم المتنوعة و جاءت 20% نسبة المبحوثين الذين يتفاعلون إلى المواضيع الثقافية و هذا يدل على الإهتمام و المعالجة بالجانب الثقافي و النهوض به بالجزائر فيما جاءت نسبة 10 % من المبحوثين المتفاعلين مع المواضيع الترفيهية و هي نسبة ضئيلة تدل على إهتماماتهم فيما يخص وظائفهم و إهتماماتهم المهنية و ما يرتبط بها من مصالح و يتفاعل 15% من المبحوثين مع المواضيع الإخبارية التي تهمهم و تساهم في نشاطاتهم الوظيفية و النهوض بها .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين
حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها
على شبكات التواصل الإجتماعي



10- إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع المنشورة في حساباتهم :

النسبة	التكرار	المواضيع المنشورة
15%	3	آراء و تعليقات
35%	7	معلومات و أخبار
25%	5	مواد سمعية بصرية
20%	4	مواد رصدت مؤسستك الإعلامية نشرها
5%	1	أخرى

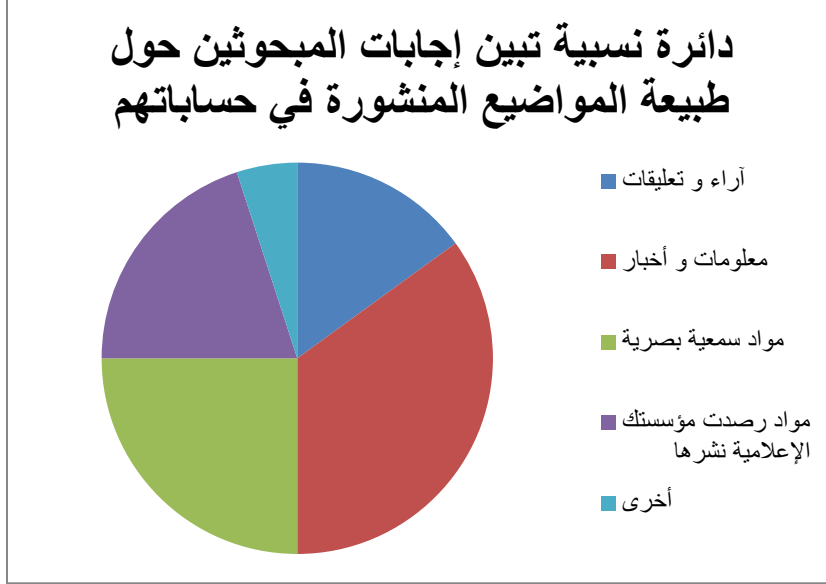
جدول رقم 10: يبين إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع المنشورة في

حساباتهم

التعليق :

جاءت نسبة 15% من إجابات المبحوثين حول المواضيع المنشورة من حساباتهم من آراء و تعليقات حول أحداث و أخبار و إبداء رأيهم الخاص و تحليلهم الوظيفي و مهتهم الإعلامية من منظورهم الإعلامي ، وترى نسبة 35% من المبحوثين من مواضيعهم المنشورة من معلومات و أخبار و مواكبة الحدث و نشره على حساباتهم بأساليبهم الخاصة ، كما جاءت نسبة 25% من مواد سمعية بصرية المنشورة في حساباتهم لإبداء مبدأ الصدق و الشفافية في عملية النشر ، و يذهب 20% من المبحوثين إلى مواد رصدت مؤسستهم الإعلامية إلى

نشرها لما يوليه القراء من ثقة و تصديق كل ما ينشر من مواضيع يخدم المجتمع الجزائري و يساهم في التفاعل معها ، أما 5% من المبحوثين فقد نشروا مواضيع أخرى في حساباتهم و ميولاتهم المختلفة باختلاف النشاطات الإعلامية .



المحور 02: أخلاقيات الميديا الجديدة :

11- إجابات المبحوثين حول ثقتهم في الأخبار عبر الميديا الجديدة :

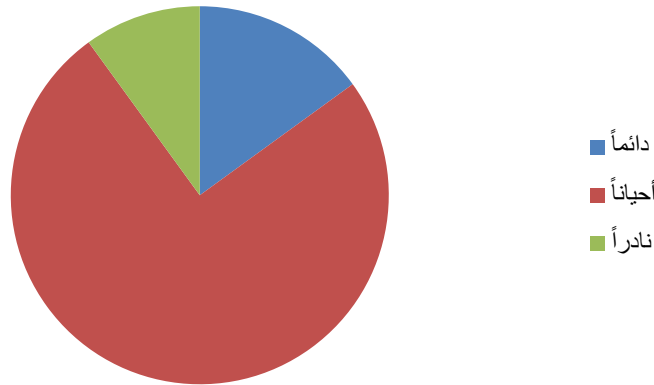
النسبة	التكرار	موثوقية الأخبار
15%	3	دائماً
75%	15	أحياناً
10%	2	نادراً

جدول رقم 11: يبين إجابات المبحوثين حول ثقتهم في الأخبار عبر الميديا الجديدة

التعليق :

أجاب 15% من المبحوثين أنهم يثقون في الأخبار عبر الميديا الجديدة كونهم صحفيين و يحترمون مصداقية النشر و ليس بالضرورة أنهم يثقون ثقة تامة في ما ينشر كونه حقيقة تحتمل الخطأ، كما أجاب أغلب المبحوثين بنسبة 75% ممن يثقون في الأخبار أحياناً و ذلك بحسب طبيعة المواضيع المنشورة إن كانت بصورة واضحة و مكتملة من الجوانب الإعلامية للنشر و ضوابطها ، و جاءت نسبة 10% من المبحوثين الذين نادراً ما يثقون في الأخبار عبر الميديا الجديدة شفافية و إستيعاب المادة المنشورة .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين حول
ثقتهم في الأخبار عبر الميديا الجديدة



12- إجابات المبحوثين حول إهتمام مؤسسته الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية و المهنية :

النسبة	التكرار	إهتمام المؤسسة الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية
85%	17	نعم
15%	3	لا

جدول رقم 12: يبين إجابات المبحوثين حول إهتمام مؤسسته الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية و المهنية

التعليق :

جاءت نسبة 85% من إجابات المبحوثين بنعم حول إهتمام مؤسستهم الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية و المهنية كون الرقابة المهنية ضرورة تفرض على الصحفيين رسم حدود بحكم وظائفهم و مهنتهم و تميزهم و تقدم الإعلام الجيد و جاءت نسبة 15% من إجابات المبحوثين بلا حيث تدل على عدم وجود إهتمام مؤسستهم الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية و المهنية و هذا ما يفسر التجاوزات في بعض الأحيان للصحفيين كعدم إحترام الخصوصية مثلاً .



13- إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسساتهم

الإعلامية :

النسبة	التكرار	آلية الضبط الذاتي الموجودة في المؤسسة الإعلامية
30%	6	الإلتزام بالقوانين و التشريعات الإعلامية
20%	4	الإلتزام الشخصي و إحترام الدين و العادات و التقاليد
10%	2	الرقابة المستمرة من قبل مدير المؤسسة الإعلامية
25%	5	تطبيق النصوص التنظيمية و القانونية لتكنولوجيا الإعلام و الإتصال
15%	3	الأخلاق المهنية

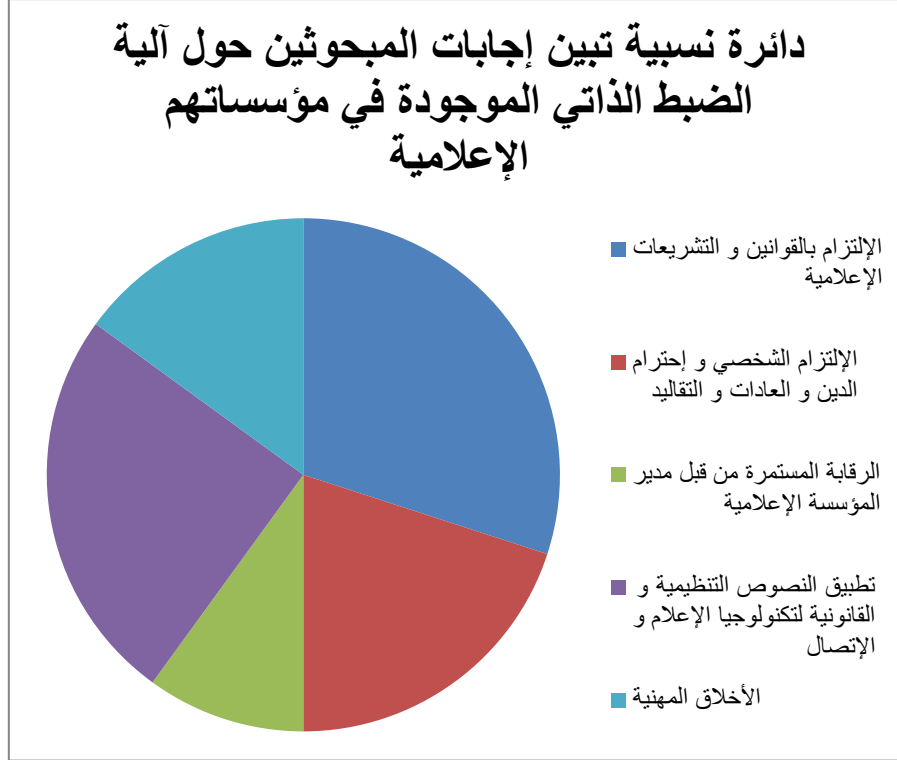
جدول رقم 13: يبين إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في

مؤسساتهم الإعلامية

التعليق :

أشارت إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسساتهم الإعلامية إلى ما نسبته 30% أجابو الإلتزام بالقوانين و التشريعات الإعلامية و هذا يدل على أن الصحفيين الجزائريين يلتزمون بالقوانين و التشريعات في ممارساتهم عبر الميديا الجديدة ، و جاءت نسبة 20% من إجابات المبحوثين حول آلية الضبط بالإلتزام الشخصي و إحترام الدين و العادات و التقاليد برسم حدودهم الخاصة دون تجاوز للقيم المتعارف عليها في مجتمعنا الجزائري ، كما جاءت نسبة 10% من الإجابات بالرقابة المستمرة من قبل مدير المؤسسة الإعلامية أي أن الآلية المطبقة للمؤسسة الإعلامية تحت أوامر المسؤول و السلطة العليا للمؤسسة و جاءت نسبة 25% من إجابات المبحوثين بتطبيق النصوص التنظيمية و القانونية لتكنولوجيا الإعلام

و الإتصال كونها ضرورة ملحة لكل ما يتم نشره عبر المؤسسات الإعلامية ، كما أجاب 15% من المبحوثين على آلية الضبط الذاتي الموجودة في المؤسسة الإعلامية بالإعتماد على أخلاقهم المهنية و إحترام الجمهور دون تجاوز لأخلاقياتهم عبر الميديا الجديدة.



14- إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة :

النسبة	التكرار	المعيار الأخلاقي التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة
20%	4	حرية التعبير
15%	3	إحترام تعليقات الجمهور
25%	5	المصداقية
20%	4	الشفافية
5%	1	عدم الخلط بين الرأي و الموضوع

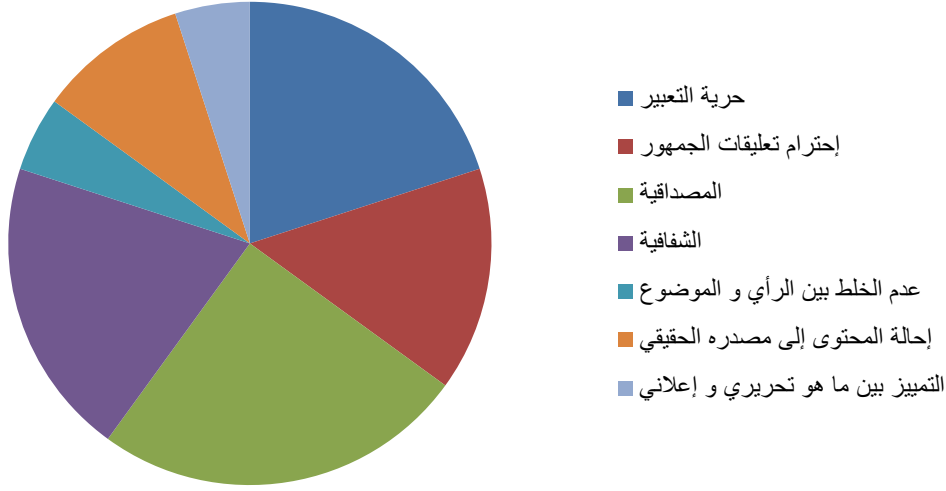
2	إحالة المحتوى إلى مصدره الحقيقي	10%
1	التمييز بين ما هو تحريري و إعلاني	5%

جدول رقم 14: يبين إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة

التعليق:

جسدت نتائج الجدول حول إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة حيث جاءت نسبة 20% من إجابات المبحوثين حول حرية التعبير و هي ميزة جاءت بها الميديا الجديدة إثر التحول الرقمي الذي انعكس على عمليات النشر الإلكتروني ، فيما جاءت نسبة 15% من إجابات المبحوثين حول إحترام تعليقات الجمهور و ضرورة إحترامها داخل المساحات المتخصصة لذلك ، كما جاءت نسبة 25% من إجابات المبحوثين و إتفاقهم حول ضرورة وجود المصدقية في الميديا الجديدة بحكم قربها من الجمهور و تأثيرها الكبير فيه ، و جاءت نسبة 20% من إجاباتهم على الشفافية و عدم التحيز في مختلف القضايا المعالجة ، كما جاءت نسبة 5% من إجابات المبحوثين بعدم الخلط بين الرأي و الموضوع و هو إجراء تستخدمه بعض المؤسسات الإعلامية و مدى تحقيقه مع الجيل الجديد من الصحفيين ، فيما جاءت نسبة 10% من إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة إلى إحالة المحتوى إلى مصدره الحقيقي بعد خاصية التفاعلية و التشاركية فمن حق مستعملي الميديا الجديدة التعرف على أصل الموضوع و توجهاته حتى يتم الحكم على ما ينشر بطريقة موضوعية و بناءة ، و جاءت نسبة 5% من إجابات المبحوثين على التمييز بين ما هو تحريري و إعلاني مما تقتضي بضرورة الفصل و التمييز بين ما هو تحريري من مواد مصورة أو نصوص أو فيديو أو روابط وبين الإعلان حتى لا تندرج و تدخل في خانة الترويج و الإشهار وتفقد قيمتها و تخضع لميولات غير تنظيمية و غير أخلاقية .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة



15- إجابات المبحوثين أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق اخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينضم نشاط النشر على الميديا الجديدة :

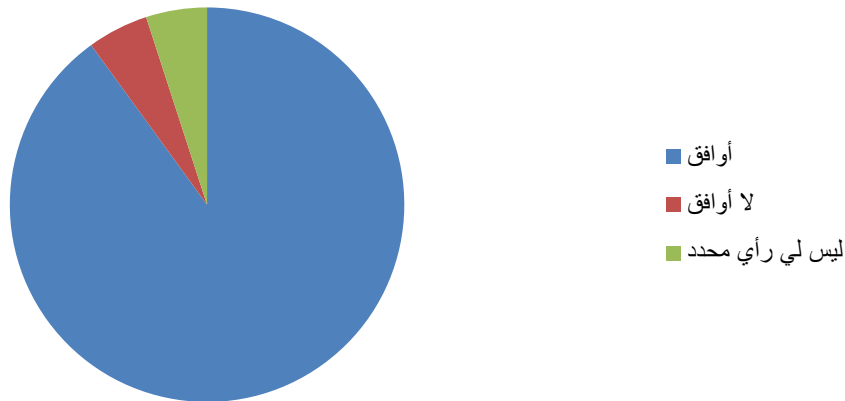
النسبة	التكرار	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينظم نشاط النشر على الميديا الجديدة
90%	17	أوافق
5%	1	لا أوافق
5%	1	ليس لي رأي محدد

جدول رقم 15: يبين إجابات المبحوثين أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق اخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينضم نشاط النشر على الميديا الجديدة

التعليق :

جاءت نسبة 90% من إجابات المبحوثين على الموافقة حسب رأيهم بأن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق أخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينظم نشاط النشر على الميديا الجديدة الإلتزام بمحددات العمل التي تعمل بها مؤسسات الإعلام إتجاه المجتمع و التنظيم الشامل لكل الممارسات الإعلامية تحت ظل ميثاق أخلاقي موحد ، كما جاءت نسبة 5% من إجابات المبحوثين بعدم الموافقة على ضرورة لإنشاء ميثاق اخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينضم نشاط النشر على الميديا الجديدة و أنه ليس ضرورة ملحة كونهم ملتزمون بأخلاقيات العمل الإعلامي و المهني ، و جاءت نسبة 5% من إجابات المبحوثين أنهم ليس لهم رأي محدد على أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق أخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية تنظم نشاط النشر على الميديا الجديدة باختلافات النشاطات الإعلامية و الميولات المؤسسية و إهتماماتها لما يخدم مختلف المجتمعات و الفآت العمرية و الثقافات و السياسات المنتشرة عبر وسائل الإعلام للميديا الجديدة .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق اخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينضم نشاط النشر على الميديا الجديدة



المحور 03 : الضوابط التشريعية للميديا الجديدة :

16- جدول يبين إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع

للرقابة و ضوابط تشريعية :

النسبة	التكرار	النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و ضوابط تشريعية
65%	13	نعم
35%	7	لا

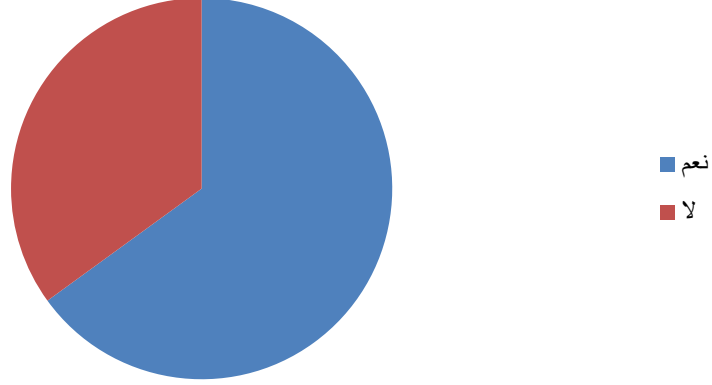
جدول رقم 16: يبين إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع

للرقابة و ضوابط تشريعية

التعليق :

يرى ما نسبته 65% من إجابات المبحوثين بنعم أن النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و ضوابط تشريعية و من غير المعقول أن تكون هناك حريات مطلقة لأنه يؤدي إلى التجاوزات و الفوضى التي لا تخدم الصالح العام و المجتمع فوجوب التنظيم و الرقابة على هذا القطاع و الضوابط التشريعية تساهم بالنهوض بإعلام جيد هادف و مؤسسات إعلامية عبر الميديا الجديدة و إنعكاسه على العمل الإعلامي و الصحفي بالجزائر ، كما جاءت نسبة 35% من إجابات المبحوثين بلا أن النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و ضوابط تشريعية وليس بالضرورة كون هناك إنحرافات آلت إليها المؤسسات الإعلامية و التجاوزات عبر الميديا الجديدة كونها سلاح ذو حدين لا تخلو من السلبيات رغم إيجابياتها الكثيرة .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و ضوابط تشريعية



17- إجابات المبحوثين حول إطلاعهم بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة :

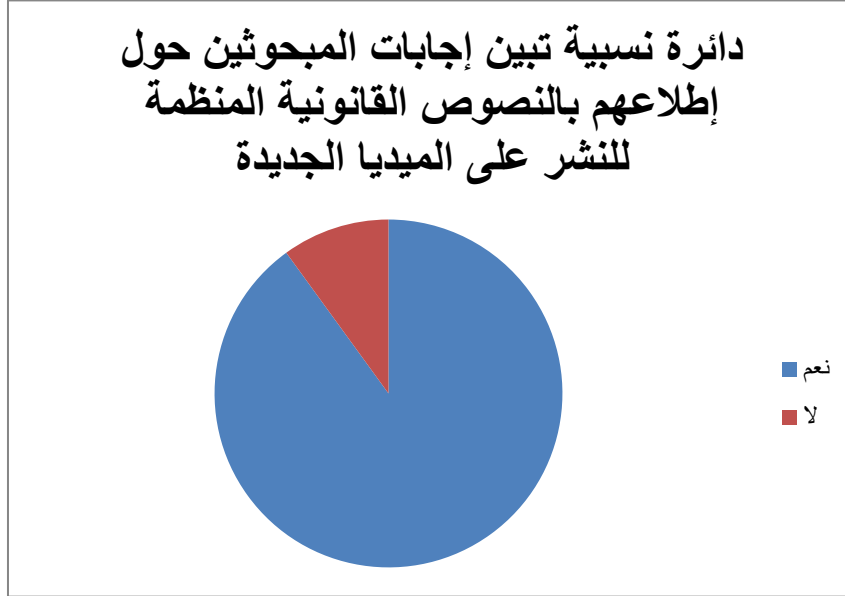
النسبة	التكرار	الإطلاع بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة
90%	18	نعم
10%	2	لا

جدول رقم 17: يبين إجابات المبحوثين حول إطلاعهم بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة

التعليق :

أجاب معظم المبحوثين بنسبة 90% بنعم على أنهم على إطلاع بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة كون أن أغلب الصحفيين جامعيين و ضمن إختصاصهم و تلقيهم لتدريبات مهنية و إعلامية و أخلاقهم الشخصية بتنوع ثقافتهم و مجتمعاتهم و دياناتهم و جاءت نسبة 10% من إجابات المبحوثين بلا حول عدم إطلاعهم بالنصوص القانونية

المنظمة للنشر على الميديا الجديدة و عدم درايتهم بالقوانين التي عادة ما يجهلها الكثير من الصحفيين الجزائريين فيقعون تحت طائلة المسائلة القانونية المفضية إلى عقوبات متنوعة .



18- إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 05-12 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة :

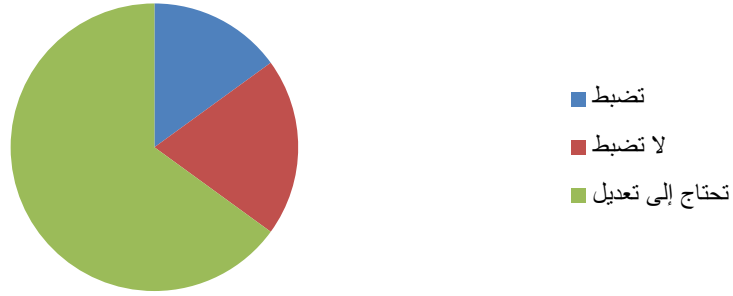
النسبة	التكرار	نصوص القانون العضوي للإعلام من 05-12 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة
15%	3	تضبط
20%	4	لا تضبط
65%	13	تحتاج إلى تعديل

جدول رقم 18: يبين إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 12-05 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة

التعليق :

جاءت نسبة 15% من إجابات المبحوثين أن ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 12-05 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة و هي ليس بالضرورة إجابات تدل على أنه ليس هناك تجاوزات و ممارسات غير أخلاقية فهناك مخالفات متعددة باختلاف النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة ، و جاءت نسبة 20% من إجابات المبحوثين أن ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 12-05 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 لا تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة كونها غير ثابتة و في تجدد مستمر و مصادر متعددة وأحداث متسارعة و متنوعة ، كما جاءت نسبة 65% من إجابات المبحوثين حول ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 12-05 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تحتاج إلى تعديل لكل ممارسات النشر الإلكتروني للميديا الجديدة حيث أنها لا تشمل جميع ما ينشر في المؤسسات الإعلامية عبر الميديا الجديدة و التسرع في النشر كشكل من أشكال الممارسات الغير أخلاقية دون مراعات لضوابط النشر و ظهور فئات مجتمعية جديدة و أحداث متجددة مما يستدعي من المؤسسات الإعلامية بمواكبتها و هذا ما يجعلها تحتاج إلى تعديل بمرور الوقت و أن يكون الصحفي ذا قدرة و مرونة عالية لمواكبة كل جديد .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 12-05 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة



19- إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية :

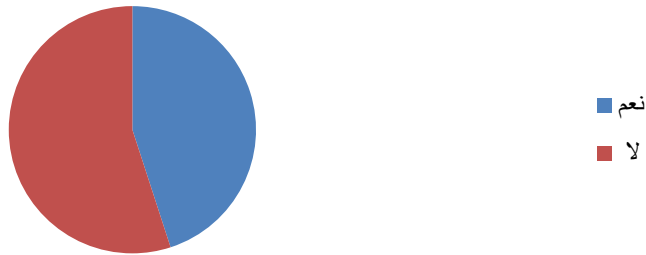
النسبة	التكرار	النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسة العمومية
45%	9	نعم
55%	11	لا

جدول رقم 19: يبين إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية

التعليق :

جاءت نسبة 45% من إجابات المبحوثين ب نعم حول إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية كونها في تجدد و تطور الطلب الإجتماعي و إستشعار الصحفيين و رجال الإعلام الصعوبات الجديدة و المخاطر التي تهدد مهنتهم و مكانتهم الإعلامية ، ويستدلون في ذلك بميثاق الواجبات المهنية للصحفيين الفرنسيين و عدل في 2011 ليضاف له مبدأ السر المهني لحماية مصادر الأخبار وجاءت نسبة 55% من إجابات المبحوثين ب لا حول إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية بحيث أنها تستدرك كل مرة أعمالها الإعلامية مع تطبيق أخلاقيات العمل الإعلامي والمسؤولية المهنية للتحري عن الخبر و الإعتماد على الصدق و الموضوعية و الدقة و المهارات المهنية للصحفي التي يفتقر لها المواطن العادي بطبيعة الحال و بذلك لا يضاويه إحترافيه و مرونة و قدرة عالية على التحكم في المعلومة و النشر .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية



20- إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة :

النسبة	التكرار	الإقتراحات الضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة
40%	8	الإلتزام بالقوانين و التشريعات
20%	4	مراعاة العادات و التقاليد و الأسرة العائلية
5%	1	تفعيل أدوات وبرامج التنظيم الذاتي لعملية النشر الإلكتروني وبرامج الحماية
10%	2	جهات أمنية
15%	3	القضاء
10%	2	ممارسة حرية التعبير في إطار مسؤول

جدول رقم 20: يبين إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة

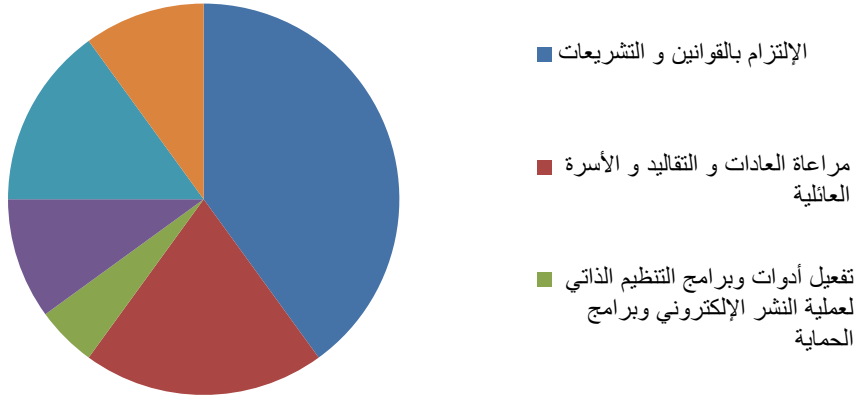
التعليق :

إقترح 40% من المبحوثين من خلال خبرتهم الغلتزام بالقوانين و التشريعات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة و هو إجراء يغلب عليه تدخل المراقب الخارجي أو الحكومي في تنظيم عملية النشر ما قد يؤثر على حرية التعبير فيها ، فيما إقترح نسبة 20% من المبحوثين بمراعات العادات و التقاليد و الأسرة العائلية كأحد الضوابط التي تجعل

الصحفيين أكثر التزاماً بأخلاقيات النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة الذين يولون إهتماماً لأخلاقهم الشخصية كأكثر محددات دون اللجوء إلى آليات أخرى .

وأقترح آخرون ما نسبته 5% من المبحوثين على تفعيل أدوات و برامج التنظيم الذاتي لعملية النشر الإلكتروني و برامج حماية لضبط عملية النشر أسوة بما تنتجه وسائل الإعلام ، و جاءت اقتراحات ما نسبته 10% من المبحوثين بتدخل الجهات الأمنية يمكن أن تلعب دوراً في عملية إحترام لعملية ضبط النشر الإلكتروني ، كما تقترح ما نسبته 15% من المبحوثين إلى القضاء و الإلتزام بالقوانين لردع أي تجاوزات و مخالفات للنشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة ، بينما يقترح 10% على ممارسة حرية التعبير في إطار مسؤول و يجب أن تبنى على الحرية الشخصية و المسؤولية العامة .

دائرة نسبية تبين إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة



الخلاصة :

- بينت الدراسة أن أغلب مستعملي الميديا الجديدة لا توجد بها آليات ضبط ثابتة و ذاتية أخلاقيات الميديا الجديدة ، و إقتصارها على محدد الأخلاق الشخصية ، و التي تعتبر ضعيفة من ناحية القوة المهنية.
- تتفق الدراسة على ضرورة المساءلة التي يجب أن يعمل بها مستعملي الميديا الجديدة .
- بينت الدراسة أن أغلب الصحفيين مستعملي الميديا الجديدة و هو ما أثر سلباً على أدائهم الإعلامي .
- بينت الدراسات أن معدل ساعات العمل على الميديا الجديدة للجزائريين ضعيف وهو معدل لايسمح بتحقيق و تلبية أغراض الجمهور .
- جاءت مبادئ إحترام الفئات الأخرى كالأطفال و النساء و الأقليات و إحترام سير التحقيق القضائي ضمن المبادئ العامة التي يجمع مستعملي الميديا الجديدة على إحترامها و التقيد بها .
- أبرزت الدراسات رغبة مستعملي الميديا الجديدة في تشكيل نقابات صحفية و مجالس للشكاوي كجسم مهني لمستعملي الميديا الجديدة يضطلعان بمهام التنظيم و التحكم ، و حماية حقوقهم لمختلف المجالات .
- يجمع الصحفيين مستعملي الميديا الجديدة لضرورة إحترام الجمهور والردود و التعاليق تكريساً لمبدأ الشفافية و حرية التعبير .
- بينت الدراسة أنهم يميلون إلى تطبيق القوانين و التشريعات و الحرية الشخصية و بعض المراقبات الخارجية كالقوانين و القضاء و الجهات الأمنية كمحددات لتنظيم و ضبط عمليات النشر للميديا الجديدة .
- يجمع أغلب الصحفيين و الإعلاميين و مستعملي الميديا الجديدة أن النصوص القانونية و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 يحتاج إلى تعديل و تأسيس لهم يضمن و يهيكل عملية النشر .

الإقتراحات :

- العمل على إنشاء جسم تنظيمي كمجلس للشكاوي و نقابات خاصة لمستعملي الميديا الجديدة مهمتهم تنظيم الممارسات المهنية و الأخلاقية و الدفاع عن حقوق الصحفيين و ممارسي الميديا الجديدة .
- تفعيل آليات و أدوات و برامج التنظيم الذاتي لعملية النشر الإلكتروني يضمن إحترام أخلاقيات الميديا الجديدة .
- التكوين و الدورات التدريبية بصفة دورية تماشيا مع تطور التقنيات و البرامج و الإتصال الرقمي مع مراعاة تطبيق أخلاقيات الأنترنت و أخلاقيات النشر
- إدراج مبادئ التعامل الحسن و إحترام الفئات الأخرى كالأطفال و المرأة و إحترام السير و التحقيقات القضائية مع متطلبات العمل على الميديا الجديدة
- ضرورة الإهتمام و تدريس أخلاقيات الميديا الجديدة و الإهتمام بها في الجامعات و المعاهد و ضرورة الربط الأكاديمي بالمحيط المهني .
- عملية التثقيف الإتصالي لمستعملي الميديا الجديدة من خلال تدريبهم حول طرق التعامل الحديثة مع وسائل الإتصال الرقمي حفاظاً على سلامتهم من الجريمة الإلكترونية وعدم الوقوع في خباياها .
- ضرورة الإبتعاد عن الإنتحالات المزيفة و التضليل الذي يتعرض له الجمهور .
- وضع ضوابط تستلزم تنظيم عملية نشر عبر الميديا الجديدة .

الخاتمة :

بعد ظهور الأنترنت و الإتصال الرقمي ظهرت معها قوانين و تشريعات تضمنت بعض الحقوق و الواجبات التي من شأنها حماية الصحفيين و تدفعه إلى ممارسة أعماله خاصة عبر الميديا الجديدة في الإطار المسموح به و بهذا يستطيع أن يدافع عن حريته و يعطي لنفسه قيمة و معنى أوضح في الميدان الرقمي ، فلكل مبحر على شبكة الأنترنت أو أي صاحب موقع أو مدونة أن يعتمد و يحترم ميثاق اخلاقيات الأنترنت ، فكل مستخدم للشبكة مسؤول على الفضاء الذي يتواصل من خلاله و أن يحترم ميثاق أخلاقيات الأنترنت و أن يتابع مع إحترامه في تعاليقه و أخباره التي ينشرها فهو مجموعة من المبادئ التي تعبر عن شكل جديد من التعديل الذاتي و تبقى أخلاقيات الميديا الجديدة فضاءً خصباً يحتاج إلى تحسين و متابعة دائمة وذلك بفعل التجدد و الإنفتاح على كل الأطياف و المستويات ، و هو ما لا قد تستطيع موائيق الشرف و آليات التنظيم الذاتي و القانون العضوي للإعلام وقانون مكافحة الجريمة الإلكترونية للصحافة التقليدية أن تقوم به ، مما يتطلب تعديلاً كلما تطلب الأمر للميديا الجديدة و ممارستها لكل عملية نشر و ضرورة ملحة في عصرنا هذا و التسارع الرقمي الذي نشهده حالياً .

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

1. أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام و الإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية بن عكنون - الجزائر ، الطبعة الأولى ، 2003.
2. المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، دار المشرق ، بيروت - لبنان ، الطبعة الثانية ، 2001 .
3. أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي و بحوث الإعلام و الإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية بن عكنون - الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2005
4. الصادق الحمامي ، الميديا الجديدة ، إستيمولوجيا و الإشكاليات و السياقات ، المنشورات الجامعية بمنوبة ، الطبعة الأولى ، 2012 .
5. بركات عبد العزيز ، مناهج البحث الإعلامي ، الأصول النظرية و مهارات التطبيق ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2011 .
6. د.عمار عوابدي ، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الإدارية ، ديوان المطبوعات الجامعية ، بن عكنون الجزائر ، الطبعة الخامسة ، 2005.
7. رشيد زرواتي ، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، دار الهدى للنشر ، الجزائر ، الطبعة الأولى ، 2004 .
8. رشيد زرواتي ، مناهج و أدوات البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، دار الهدى للنشر ، الجزائر ، الطبعة الثانية ، 2007 .
9. سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج ، البحث العلمي لبحوث الإعلام ، عالم الكتب القاهرة ، الطبعة الثانية ، 1995 .
10. مروان عبد المجيد إبراهيم ، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق ، عمان ، طبعة أولى ، 2000 .

11. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، الطبعة الأولى ، 2004.
12. عمر أحمد مختار ، معجم اللغة العربية المعاصرة ، عالم الكتب ، القاهرة ، طبعة أولى ، 2008 .
13. منال هلال المزاهرة ، التشريعات الإعلامية العربية و الدولية ، دار الكتاب الذكي للنشر الإلكتروني ، عمان ، الطبعة الأولى ، 2017 .
- 14.
15. فوزي شريطي مراد ، التدوين الإلكتروني و الإعلام الجديد ، دار أسامة للنشر والتوزيع الأردن – عمان ، الطبعة الأولى ، 2015 .
16. عباس مصطفى صادق ، الإعلام الجديد المفاهيم و الوسائل و التطبيقات ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2008 .
17. محمد سعد إبراهيم ، حرية الصحافة دراسة في السياسة التشريعية و علاقتها بالتطور الديمقراطي ، قسم الإعلام كلية الآداب ، جامعة المنيا ، الطبعة الثانية ، 1999 .
18. نصر الدين العياضي ، الإتصال و الإعلام و الثقافة (عتبات التأويل) ، دار الثقافة و الإعلام – حكومة الشارقة ، الطبعة الأولى ، 2015 .
19. علي عبد الفتاح كنعان ، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، الطبعة العربية 2014، ص33-

المذكرات و الأطروحات :

20. عبد العالي يوسف ، دراسة مشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال صحف الخبر ، الشعب ، الوطن ، المجاهد ، 1998-2005 ، رسالة ماجستير ، كلية العلوم السياسية و الإعلام ، جامعة الجزائر ، 2006 - 2007 .
21. نايري عائشة ، الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في القانون الإداري ، جامعة أحمد راية - أدرار ، 2016 - 2017 .

المجلات :

22. نصر الدين العياضي ، وسائل جديدة و إشكالات قديمة التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الإجتماعية في المنطقة العربية ، المجلة الجزائرية للإتصال ، كلية علوم الإعلام و الإتصال ، جامعة الجزائر 3 ، العدد 22 .
23. الصادق الحمامي ، تجديد الإعلام مناقشة حول هوية الصحافة الإلكترونية ، المجلة العربية للإعلام و الإتصال ، جامعة الملك سعود ، المملكة العربية السعودية ، العدد الخامس ، نوفمبر 2009 .
24. نصر الدين العياضي ، الرهانات الإستيمولوجية و الفلسفية للمنهج الكيفي نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام و الإتصال للمنطقة العربية ، المؤتمر الدولي للإعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد ، جامعة البحرين ، 07 - 09 أبريل 2009 ، مملكة البحرين ، منشورات جامعة البحرين ، 2009 .
25. بهاء درويش ، أخلاقيات الميديا دعاوي التنظير و مبررات التفعيل ، مجلة الإستغراب ، المركز الإسلامي للدراسات الإستراتيجية ، العدد 11 ، 14 / 04 / 2018 .

26. نصر الدين العياضي ، الملتقى الدولي حول الصحافة المكتوبة أزمة أم تحولات ؟ ،
معهد الصحافة و علوم الأخبار ، الجامعة التونسية ، 20 – 22 أبريل 2015 .

27. د. رحيمة الطيب عيساني ، الصراع و التكامل بين الإعلام الجديد و الإعلام التقليدي
.....

28. منير ركاب ، ثورة المدونات الإلكترونية تحتاح الجزائر ، جريدة إعلام تك ، العدد 26 ،
من 08 – 15 أبريل 2007 .

29. عبد الرحمان عزّي ، قوانين الإعلام و أخلاقياته في ضوء الإعلام الإجتماعي ، المجلة
الدولية للإتصال الإجتماعي ، المجلد 4 ، العدد 19 ، جامعة الشارقة / الإمارات ، 2017 .

المواقع :

30. الموقع www.almaany.com/ar/dict/ar-fr/media/ ، قاموس عربي فرنسي
، تاريخ التصفح 06 مارس 2020 ، على الساعة 14:12 .

31. أشرف نسيم عبد العزيز ، التشريعات الإعلامية و تطورها في قطر ، النجباء ،
alnogbaa.blogspot.com 27 ماي 2008 .

32. الموقع <https://online.seu.edu/articles/what-is-new-media/> ،
Southern university ، تاريخ تصفح 2020/07/25 ، الساعة 13:20 .

33. الموقع <https://ar.wikipedia.org> ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، مدونة ، تاريخ
التصفح 2020/06/26 ، على الساعة 14:11 .

34. الموقع www.ministerecommunication.gov.dz ، الصادق الحمامي
، الصحافة في عصر الميديا الإجتماعية ، تاريخ التصفح 2020/08/10 ، على الساعة
. 08:00

35. الموقع <https://ar.wikipedia.org> ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، أخلاقيات ،

تاريخ التصفح 2020/07/30 ، على الساعة 06:25 .

36. الموقع <https://ar.wikipedia.org> ، ويكيبيديا الموسوعة الحرة ، التشريع ، تاريخ

التصفح 2020/08/03 ، على الساعة 00:32 .

الملاحق

ملاحق الدراسة :

إستمارة خاصة بإنجاز دراسة علمية تحت عنوان أخلاقيات الميديا الجديدة بين التشريع و
الممارسة

الكلية : العلوم الانسانية و الإجتماعية

القسم : علوم الإعلام و الإتصال

التخصص : صحافة مكتوبة و إلكترونية

سيداتى / سادتي

الصحفيين العاملين بالمؤسسات الاعلامية الجزائرية

في إطار إنجاز دراسة علمية تحت عنوان " أخلاقيات الميديا الجديدة بين التشريع و الممارسة "
دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين .

يسعدني أن أضع بين أيديكم هذه الاستمارة الاستبائية العلمية ، قصد المساهمة و الإجابة
على أسئلة الاستمارة التي تهدف إلى رصد و تحليل أخلاقيات الميديا الجديدة في التحولات
الرقمية الجديدة .

و أحيطكم علما أن المعلومات الموجودة في الإستمارة هي موجهة للغرض العلمي و ستحاط
وتبقى في سرية و إحترام أخلاقيات البحث العلمي ، شاكرين تعاونكم في إنجاز هذه الدراسة.

تحت إشراف الدكتور :

طبيي رابع

من إعداد :

دحماني أسماء

البيانات الشخصية :

- 1- النوع الإجتماعي : ذكور إناث
- 2- المستوى التعليمي : ثانوي جامعي ماستر دكتوراه
- 3- التخصص :
- 4- مؤسسة العمل : إذاعة تلفزيون صحافة مكتوبة
موقع إلكتروني
- 5- الخبرة المهنية في الصحافة : أقل من 5 سنوات ما بين 5 و 10
أكثر من 10 سنوات

محور 1 : الميديا الجديدة

- 6- هل تمتلك حساب على شبكات التواصل الإجتماعي ؟ : نعم لا
- 7- منذ متى و أنت تمتلك حسابك : أقل من سنة من 1 إلى 3 سنوات
أكثر من 3 سنوات
- 8- هل تستخدم حسابك : باسم مستعار إسم حقيقي
- 9- ما طبيعة المواضيع التي تتفاعل معها : سياسية إجتماعية ثقافية
ترفيهية إخبارية
- 10- ما طبيعة المواضيع التي تنشرها في حسابك : آراء وتعليقات معلومات و أخبار
مواد سمعية بصرية مواد رصدت مؤسستك الإعلامية نشرها
أخرى

محور 2 : أخلاقيات الميديا الجديدة

- 11- هل تثق في الأخبار عبر الميديا الجديدة : دائماً أحياناً نادراً
- 12- هل تهتم مؤسستك الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية و المهنية :
نعم لا
إذا نعم حددها

13- ما هي آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسستك الإعلامية

.....

14- ما المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة : حرية التعبير

إحترام تعليقات الجمهور المصدقية الشفافية عدم الخلط

الرأي و الموضوع إحالة المحتوى إلى مصدره الحقيقي التمييز بين

ماهو تحريري و إعلامي أخرى أذكرها :

15- هل ترى أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق أخلاقي موحد بين كل المؤسسات

الإعلامية ينظم نشاط النشر على الميديا الجديدة : أوافق لا أوافق

ليس لي رأي محدد

محور 3 : الضوابط التشريعية للميديا الجديدة

16- هل النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و ضوابط تشريعية : نعم لا

17- هل أنت على إطلاع بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة :

نعم لا

18- حسب رأيك هل كل ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 12-05 و قانون

مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا

الجديدة : تضبط لا تضبط تحتاج إلى تعديل

19- هل النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة

المؤسسات الإعلامية : نعم لا

20- من خلال خبرتك ما هي إقتراحاتك التي ترونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر

الميديا الجديدة :

.....

	الفهرس
الصفحة	الموضوع
	إهداء
	كلمة شكر وتقدير
	قائمة الجداول
	قائمة التمثيلات البيانية و الأشكال
	خطة الدراسة
01	مقدمة
	الإطار المنهجي
06	الإشكالية
08	أهمية الدراسة
09	أهداف الدراسة
10	أسباب إختيار الموضوع
11	المدخل النظري للدراسة
11	تحديد المفاهيم و المصطلحات
16	نوع الدراسة
17	مجتمع الدراسة و العينة
19	منهج و أداة الدراسة
25	الدراسات السابقة
30	تحديات و صعوبات الدراسة
	الإطار النظري
32	الميديا الجديدة
32	تعريف الميديا الجديدة
34	الهوية التاريخية للميديا الجديدة
37	الوسائط الجديدة و الثقافة الإعلامية الإلكترونية في ظل الميديا الجديدة
40	التحديات الإعلامية أمام ممارسات الميديا الجديدة
43	أخلاقيات الميديا الجديدة

43	تمهيد
44	تعريف الأخلاقيات
45	المعايير الأخلاقية للإعلام في ظل الميديا الجديدة
47	أخلاقيات مهنة الصحافة و الإعلام
49	قوانين الإعلام في المنطقة العربية و الإسلامية
57	الضوابط التشريعية للميديا الجديدة
57	تعريف التشريع
58	الجريمة الإلكترونية في التشريع الجزائري
60	تحديات تواجه الصحافة الإلكترونية و سبل النهوض بها
	الإطار التطبيقي
65	تمهيد
66	عرض تحليل نتائج الدراسة - البيانات الشخصية
66	التحليل الكمي لإجابات المبحوثين حول النوع الاجتماعي (الجنس)
67	التحليل الكمي للمستوى التعليمي للمبحوثين
68	إجابات المبحوثين حول التخصص العلمي لهم
69	إجابات المبحوثين حول الخبرة المهنية في الصحافة
70	إجابات المبحوثين حول مؤسسة العمل
72	المحور 01: الميديا الجديدة
72	إمتلاك المبحوثين لحساب على شبكات التواصل الاجتماعي
73	مدة إمتلاك حساب على شبكات التواصل الاجتماعي
74	إجابات المبحوثين عن إستخدام حساب على شبكات التواصل الاجتماعي
75	إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع التي يتفاعل معها على شبكات التواصل الاجتماعي
76	إجابات المبحوثين حول طبيعة المواضيع المنشورة في حساباتهم
78	المحور 02: أخلاقيات الميديا الجديدة
78	إجابات المبحوثين حول ثقتهم في الأخبار عبر الميديا الجديدة

79	إجابات المبحوثين حول إهتمام مؤسسته الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية و المهنية
80	إجابات المبحوثين حول آلية الضبط الذاتي الموجودة في مؤسساتهم الإعلامية
81	إجابات المبحوثين حول المعايير الأخلاقية التي يجب أن تتأسس عليها الميديا الجديدة
83	إجابات المبحوثين أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق اخلاقي موحد بين كل المؤسسات الإعلامية ينضم نشاط النشر على الميديا الجديدة
85	المحور 03: الضوابط التشريعية للميديا الجديدة
85	إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة يخضع للرقابة و ضوابط تشريعية
86	إجابات المبحوثين حول إطلاعهم بالنصوص القانونية المنظمة للنشر على الميديا الجديدة
87	إجابات المبحوثين حسب رأيهم حول ما ينص عليه القانون العضوي للإعلام 05-12 و قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 تضبط كل ممارسات النشر الإلكتروني في الميديا الجديدة
89	إجابات المبحوثين إن كان النشر على الميديا الجديدة للمواطن العادي يهدد مهنة الصحفي المحترف و مكانة المؤسسات الإعلامية
91	إجابات المبحوثين من خلال خبرتهم الإقتراحات التي يرونها ضرورية لضبط النشر الإلكتروني عبر الميديا الجديدة
93	الخلاصة
94	الإقتراحات
95	الخاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق
	الفهرس

ملخص الدراسة :

لقد إحتلت الميديا الجديدة موقع الصدارة كوسيلة إعلامية جماهيرية متميزة و كانت الجهاز الأوسع إنتشاراً الذي يضطلع بمواضيع عديدة كالإخبار و الترفيه و التثقيف و التي تجد فيها شرائح عريضة و متنوعة من المستمعين ضالتها بفضل ما توفره من فرص لمواكبة الأحداث الآنية ، فالإعلام الإلكتروني الحالي هو نتاج إمتزاج الإعلام بالتقنية الرقمية وتمكنت من تقديم قفزات نوعية و مكاسب في المجتمعات لتعدد إستعمالاتها و تخطي مجال الزمان و المكان و توفير كل ما يحتاجه الفرد ، و إعتمدت دراستنا على إبراز الممارسات الأخلاقية للميديا الجديدة و ما تحمله من صفات التي يتحلى بها الفرد و الإعلامي في إستعماله للوسائط الجديدة و ما فرضته الأنترنت على إستقاء المعلومات من مصادر متعددة و توظيفها ثم تخزينها بعد ذلك في أوعية إلكترونية و الإستفادة من الخصائص التي و فرتها النظم الرقمية و أصبحت دالة على تميزها وبصفة خاصة التفاعلية و الوسائط المتعددة مع إظهار الضوابط الأخلاقية و ضرورة سن قوانين و تشريعات متجددة مع كل عملية رقمية إعلامية جديدة .