



جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص إتصال تنظيمي

إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل ممارسة الاعلام الجديد  
دراسة ميدانية على عينة من صحفي ومراسلين ولاية مستغانم

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (د.م.د) الطور الثاني في علوم الإعلام والاتصال .

المشرف : د/ العربي بوعمامة

إعداد :

\*مكي هجيرة.

\*غزالي منال حسنية.

أعضاء لجنة المناقشة

د- مجاهد حنان ..... رئيسا

أ- العربي بوعمامة ..... مؤطرا

د- بن نونة نادية ..... مناقشا

السنة الجامعية 2022-2023



جامعة عبد الحميد ابن باديس -مستغانم -



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

تخصص إتصال تنظيمي

إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل ممارسة الاعلام الجديد  
دراسة ميدانية على عينة من صحفي ومراسلين ولاية مستغانم

مذكرة مقدمة لنيل درجة ماستر (ل.م.د) الطور الثاني في علوم الإعلام والاتصال .

المشرف :د/العربي بوعمامة

إعداد :

\*مكي هجيرة.

\*غزالي منال حسنية.

#### أعضاء لجنة المناقشة

د/-مجاهد حنان .....رئيسا

أ-د-العربي بوعمامة.....مؤظرا

د/-بن نونة نادية .....مناقشا

السنة الجامعية 2022-2023

# شكر وتقدير

بِاسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"أَذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ"

سورة البقرة الآية 105

الحمد لله الذي من علينا بنعمته لتتمة هذا العمل ونسأله عز وجل أن يجعله في

ميزان حسناتنا

نتقدم بالشكر الجزيل والعميق وفائق عبارات التقدير الأستاذ المشرف  
"العربي بوعمامة" الذي كان خير مرشد ودليل ولم يبخل علينا بنصائحه القيمة  
وتوجيهاته السديدة لإتمام هذا العمل فجزاك الله خير الجزاء فمن علمنا حرفاً

صرنا له عبداً

كما أتقدم بأحر عبارات الشكر إلى اللجنة المناقشة على النصائح والإرشادات  
كما لا ننسى أن نشكر كل الأساتذة الإعلام والاتصال لجامعة عبد الحميد بن

باديس ولاية مستغانم

ونشكر كل من قدم لنا الدعم المعنوي

# إِهْدَاء

\*إلى الذهب الغالي والفؤاد الدافئ والفهم الشافي إلى من كانت الجنة تحت قدمها  
وسمرت عليا اليالي.....أمي الحبية

\*إلى الذي الشمعة التي أنا ر دربي وقدوتي في الحياة إلى الذي تاج من العين  
وكان دعاءه حاضرا.....أبي رحمة الله

\*إلى سدي في الحياة الدنيا.....إخواتي الأعزاء

\*إلى الأوبة قلبي أهدي هذا العمل المتواضع.....الأصدقائي

إلى كل من يتصفح مذكرتي.....طالبة

إلى الذين يذكروهم قلبي ونسيهم لساني.

صبرك

# إهداء

\*إلى الذهب الغالي والفؤاد الدافئ والفهم الشافي إلى من كانت الجنة تحت قدمها  
وسمرت عليا اليالي و سنادتني في مساري .....أمي الغالية

\*إلى رفيق دربي و رفيقي في الحياة إلى سندي الذي كان الداعم الأكبر في كل  
شيء وثقتك بنجاحي و دفعي إلى الأمام .....زوجي الغالي

\*إلى فلاذات أكلبادي أولادي الأعماء الذين نوروا حياتي وهم الهواء الشافي  
.....حاج ميلود ، نصيرة ، ميرة ، شارفة

\*إلى سندي في الحياة الدنيا .....إخواتي الأعماء

\*إلى أربة قلبي أهدي هذا العمل المتواضع.....الأصدقائي

إلى كل من يتصفح مذكريتي .....طالبة

إلى الذين يذكروهم قلبي ونسيهم لساني.

مهدى

## ملخص الدراسة:

إن الدراسة المؤطرة بعنوان "إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل ممارسة إعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من صحفي ومراسلي ولاية مستغانم" تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى معرفة الصحفيين بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل ممارسة الإعلام الجديد ومدى إلتزامهم بها وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وبالضبط المسح بالعينة وذلك بإستخدام عينه قصدية متمثلة في صحفي إذاعة الظهرة ومراسلي ولاية مستغانم، والذين يشتغلون في القنوات الخاصة عن طريق العقد، تم التوصل الى العينة بإستخدام الإستبيان كأداة مناسبة مضبوطة بثلاث محاور. المحور الأول جاء بإنعكاس إستخدام وسائل الإعلام الجديد على حقوق الصحفيين في بيئة الرقمية، أما المحور الثاني فقد عنونة بإلتزام الصحفيون بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف كمسؤولية إجتماعية في البيئة الرقمية، وأخيرا المحور الثالث الذي تضمن حماية أخلاقيات المهنة لتداول الحر للمعلومة في ظل ممارسة الصحفيين لوسائل الإعلام الجديد، وقد ضبطت العينة ب 25 مفردة كحد نهائي للدراسة متطرفين بذلك إلى الإطار النظري المسطر بفصلين الفصل الأول بالإعلام الجديد المفهوم النشأة الأشكال، أما الفصل الثاني فقط شمل على أخلاقيات المهنة في قوانين الجزائية وقد توصلت الدراسة إلى نتائج متعددة تتلائم مع طبيعة الفرضية.

\*هناك إتجاه سلبي للصحفيين في ممارستهم لأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل الإعلام الجديد رغم درايتهم الكاملة وإطلاعهم على قانون الإعلام القديم والجديد خصوصا

قانون 2012 وقانون السمع البصري 2014.

- كما توصلت النتائج إلى أن 80% من المبحوثين أقروا بوجود ميثاق شرف خاص بالممارسة الإعلامية في البيئة

الكلمات المفتاحية: أخلاقيات المهنة، ميثاق الشرف، الإعلام الجديد، المسؤولية الاجتماعية، تداول الحر للمعلومة

الملخص باللغة الفرنسية:

L'étude encadrée sous le thème "Attitudes des journalistes à l'égard de la déontologie professionnelle et des codes d'honneur à la lumière de la pratique des nouveaux médias", est une étude de terrain sur un échantillon de journalistes et correspondants dans la Wilaya de Mostaganem. Cette étude vise à révéler dans quelle mesure les journalistes connaissent l'éthique professionnelle et les codes d'honneur à la lumière de la pratique des nouveaux médias, et l'étendue de leur engagement envers ces règles.

L'étude s'appuie sur l'approche analytique descriptive, et précisément sur l'enquête par sondage, en utilisant un échantillon intentionnel représenté par le journaliste de la radio « Dahara » et les correspondants de la Wilaya de Mostaganem et ceux qui travaillent pour les chaînes privées par le biais du contrat. L'échantillon a été atteint en utilisant le questionnaire comme un outil approprié contenu dans trois chapitres. Le premier chapitre porte sur la réflexion de l'utilisation des nouveaux médias sur les droits des journalistes dans l'environnement numérique, tandis que le

deuxième chapitre a été intitulé l'engagement des journalistes à l'éthique professionnelle, les codes d'honneur en tant que responsabilité sociale dans l'environnement numérique , et enfin le troisième chapitre qui comprend la protection de la déontologie pour la libre circulation de l'information à la lumière de la pratique des journalistes dans les nouveaux médias. L'échantillon a été fixé à 25 items comme limite finale de l'étude, touchant ainsi le cadre théorique souligné dans les deux chapitres, le premier chapitre sur les nouveaux médias, le concept, l'origine et les formes, tandis que le deuxième chapitre ne comprend que l'éthique de la profession dans les lois algériennes, et l'étude a abouti à de multiples résultats qui sont cohérents avec la nature de l'hypothèse.

-Il y a une tendance négative pour les journalistes dans leur pratique de l'éthique professionnelle et des codes d'honneur à la lumière des nouveaux médias, malgré leur pleine connaissance et familiarité avec l'ancienne et la nouvelle loi sur les médias, en particulier la loi de 2012 et la loi sur l'audiovisuel de 2014.

Les résultats ont également révélé que 80 % des répondants reconnaissent l'existence d'un code de déontologie pour la pratique des médias dans l'environnement.

**Mots clés** : éthique professionnelle, codes d'honneur, nouveaux médias, responsabilité sociale, libre circulation de l'information.

#### ملخص باللغة الإنجليزية:

The study framed under the theme "**Attitudes of journalists with regard to professional ethics and codes of honor in the light of the practice of new media**", is a field study on a sample of **journalists and correspondents in the Wilaya of Mostaganem**.

This study aims to reveal the extent to which journalists are aware of professional ethics and honor codes in light of new media practice, and the extent of their commitment to these rules.

The study is based on the descriptive analytical approach, and precisely on the survey by sampling, using an intentional sample represented by the journalist of the radio "Dahara" and the correspondents of the Wilaya of Mostaganem and those who work for private channels through the contract. The sample was reached using the questionnaire as an appropriate tool contained in three chapters.

The first chapter deals with the reflection of the use of new media on the rights of journalists in the digital environment, while the second chapter was titled the commitment of journalists to professional ethics, codes of honor in as social responsibility in the digital environment, and finally the third chapter which includes the

protection of ethics for the free flow of information in the light of the practice of journalists in the new media.

The sample was fixed at 25 items as the final limit of the study, thus affecting the theoretical framework underlined in the two chapters, the first chapter on new media, the concept, the origin and the forms, while the second chapter only includes the ethics of the profession in Algerian laws, and the study yielded multiple results that are consistent with the nature of the hypothesis.

There is a negative trend for journalists in their practice of professional ethics and codes of honor in light of new media, despite their full knowledge and familiarity with old and new media law, especially the 2012 law and the 2014 audiovisual law.

The results also revealed that 80% of respondents acknowledged the existence of a code of ethics for environmental media practice.

**Keywords:** professional ethics, honor codes, new media, social - responsibility, free flow of information.

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
101	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
108	أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حول الوسائل الجديدة المستخدمة	02
112	أسطوانة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيري السن وتلقي التكوين	03
119	هرم بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المجموعات الإعلامية	04
126	يمثل أسطوانة مقلوبة تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيري الجنس والضوابط الأخلاقية	05
128	منحنى بياني يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير إحترام الكرامة الإنسانية	06
135	دائرة نسبية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التعرض إلى الجرائم في البيئة الرقمية	07
140	أسطوانة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب المواضيع الفارضة الحياد	08
144	أسطوانة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المطبوعات والمنشورات	09
148	مخروط يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تطابق أخلاقيات المهنة مع الممارسة الإعلامية للوسائل الإعلام الجديدة	10

## فهرس الجدوال

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
100	يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس	01
101	يوضح توزيع العينة حسب السن	02
102	يوضح توزيع العينة حسب متغير نوع الانتساب إلى المؤسسة	03
103	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	04
104	يمثل توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية	05
105	يمثل توزيع العينة حسب متغير إمتلاك بطاقة الصحفي المحترف	06
105- 106	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيري الخبرة المهنية وإمتلاك بطاقة الصحفي	07
107	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوسائل الإعلام الجديدة المستخدمة	08
108	يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الحساب المستخدم	09
109	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة إنشاء الحساب:	10
110	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تلقي التكوين	11
111	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن وتلقي التكوين	12

113	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإستقلالية المهنية للنشر في الفايسبوكية	13
114	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيري الإنتساب إلى المؤسسة وإستقلالية النشر في الفيسبوك	14
115	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الأخبار المنشورة في الصفحة الفايسبوكية	15
116	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التحكم في الأخبار	16
117	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير نسبة الإعجاب والمكافأة عليها	17
118	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإنتماء إلى المجموعات الإعلامية	18
119	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير سبب استخدام الفايسبوك في الممارسة الإعلامية	19
120-121	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تشكل الحساب الفايسبوك كمصدر المعلومة	20
122	يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمتلاك ميثاق الشرف الإعلامي	21
123	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير معنى الميثاق الشرف	22
-123-124	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإلتزام بالضوابط الأخلاقية	23
124-125	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والضوابط الأخلاقية	24
126	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالصدق	25
127	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام باحترام الكرامة الإنسانية	26

128-129	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالنزاهة والإستقلالية	27
129-130	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالمسؤولية	28
130-131	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالعدالة والموضوعية	29
131-132	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تزامن الأحداث	30
132-133	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة تحقيق المضامين	31
134	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التعرض إلى جرائم	32
135	يمثل توزيع أفراد العينة حسب معاقبة المجرمين (مرتبكي الجرائم)	33
136	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ارتكاب الصحفي للخطأ	34
137	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تفضيل الوسائل العمل	35
138	يمثل توزيع أفراد العينة حسب إحترام الخط الإفتتاحي	36
138-139	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير رقابة المواضيع	37
139-140	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المواضيع الفارضة الحياد	38
140	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تدخل الأوامر التحريرية	39
141	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير صعوبة الحصول على المعلومة	40

142	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تقديم التصريح	41
143	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تلائم المطبوعات والمنشورات:	42
144	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التأكد من مصادر الخبر وقيمه	43
145	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير توافق المواضيع	44
145	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ذكر المصدر وإسم الصحفي	45
146	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير حرية تداول المعلومة	46
147	يمثل توزيع أفراد العينة حسب تطابق مع أخلاقيات المهنة الإعلام الجديد	47

شكر وتقدير

إهداء

فهرس الأشكال

فهرس الجدوال

ملخص الدراسة

مقدمة.....(أ.ب).

I. الإطار المنهجي

- 1- الدراسة الإستطلاعية.....ص12-13
- 2- بناء الإشكالية.....ص14-16
- 3- أهمية الموضوع.....ص16
- 4- أسباب إختيار الموضوع.....ص17-18
- 5- أهداف الدراسة.....ص18-19
- 6- حدود الدراسة.....ص19
- 7- تحديد المفاهيم.....ص19-24
- 8- منهج الدراسة.....ص24-25
- 9- أداة الدراسة.....ص25-27
- 10- تحديد مجتمع البحث والعينة.....ص27-28
- 11- صعوبات الدراسة.....ص28
- 12- الدراسات السابقة.....ص29-33

الفصل الأول: الإعلام الجديد المفهوم النشأة والأشكال.

تميد

المبحث الأول: تعريف ونشأة الإعلام الجديد.....ص38-48

المبحث الثاني: مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد.....ص45-48

المبحث الثالث: أشكال الإعلام الجديد.....ص49-61.

خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة في القوانين الجزائرية

تمهيد

المبحث الأول: تعريف ونشأة أخلاقيات المهنة وموائق الشرف.....ص65-80

المبحث الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية.....ص81-87

المبحث الثالث: أخلاقيات الإعلام الجديد.....ص87-94

خلاصة الفصل الثاني

تحليل البيانات.....ص100-148

الإستنتاجات العامة للدراسة.....ص149-152

مناقشة الفرضيات.....ص152-153

التوصيات .....ص153-154

خاتمة.....(ج.ح)

قائمة المراجع.....ص156-175

الملاحق

تعتبر أخلاقيات المهنة من الأطر المرجعية التي تقوم عليها المؤسسة الإعلامية حيث تعتبر النواة الأولى للتنظيم وتسيير عمل الصحفي عن طريق تقييده بقوانين ما يجب عليه وما لا يجب عليه وذلك لتجاوز الإنتهاكات التي أصبح يعيشها هذا الأخير في البيئة الإعلامية في إطار بحقوق الإنسان التي تتيح نوع من حرية الإعلام في التعبير عن الأفكار والمبادئ والمعتقدات للوصول إلى تحقيق أهداف الإعلام المنشودة والمرتبطة بالمجتمع وتحقيق حقوقه معرفة الأخبار بنزاهة وموضوعية وتحافظ على أصالته وثقافته من خلال محددات تمثل أساسا في أخلاقيات ومواثيق الشرف المهنية .

والجزائر كغيرها من الدول تسعى إلى وضع إطار قانوني وتشريعي لحماية الإعلام بإعتباره مهنة نبيلة التي تتجسد في مجموعة من القوانين والقواعد التي تضبط السلوك المهنية للصحفيين سواء كانت عن طريق الدستور أو عن طريق النقابة للصحفيين، إلا أن الدراسة لموضوع أخلاقيات المهنة وتطويرها في الجزائر سيقف أمام المرحلتين المرحلة الأولى هي المرحلة الأحادية الغربية وتظهر في هذه الأخيرة قانون 1990 حيث كان الإحتكار و ممارسة الضغوطات سواء التمويل أو النشر... إلخ، من أهم العقبات التي تواجهها الصحفيين في ممارسة مهامهم على العكس المرحلة التعددية الحزبية فقد عرفت هذه الفترة تحررا للممارسة الإعلامية وتطورها جاء إثر الظروف الإستثنائية الذي أنهى عهد الإحتكار والصراع مع دوائر صنع القرار من خلال إصدار قانون 2012 و 2014.

إلا أن هذا القانون جاء نتيجة التغيرات التي شهدتها البيئة المهنية للإعلاميين والصحفيين في مختلف الوسائل التقليدية منها و الحديثة ، في ظل الانفجار المعلوماتي الذي نتج عنه ظهور إنقسام القطاع الإعلامي إلى التقليدي الذي يقوم على الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون والإعلام الجديد القائم على تدفق المعلومات مواقع التواصل الإجتماعية المدونات، الصحف الإلكترونية وقت ساهم هذا الأخير في تعزيز الحريات الإعلامية ووسائل السيطرة والمراقبة حتى وإن كانت سيئة قانون الجزائر أهم القوانين الإعلام الجديد هو قانون 2012 الذي يعتبر إحدى نتائج الإصلاحات التي بدأت الدولة بإنجازها في العديد من القطاعات، وقد أفرد القانون حيزا واسعا للحديث عن واجبات الصحفيون وحقوقهم في ظل البيئة الرقمية، إلا أنه رغم ذلك يبقى إتجاهات الصحفيين بين مؤيد ومعارض للقانون الجديد وهو محور إشكالتنا في الدراسة الحالية المعنونة "إتجاهات الصحفيين نحو

أخلاقيات المهنة موثيق الشرف في ظل ممارسة الإعلام الجديد: دراسة ميدانية على عينة من صحفي ومراسلي ولاية مستغانم، وبالتركيز على الصحفيين الذين يستخدمون الشبكة العنكبوتية للوصول إلى الأخبار ونشرها وحتى يتمكن من معالجة الإشكالية السابقة تعرضنا برسم خطة تضمنت الإطار المنهجي بتحديد الإشكالية والتساؤلات والفرضيات وحصر الأسباب الذاتية والموضوعية التي كانت وراء تسليط الضوء على الصحفيين بالإضافة إلى منهج الدراسة ومجتمع البحث والعينة ثم تحديد الإستبيان ولضبط الدراسة والمتغيرات حددنا المفاهيم والوقوف على الدراسات السابقة التي نتشارك في عرضها للموضوع والتعليق عليها وأخيرا العقبات التي وجهتنا، أما الإطار النظري فقد تضمن فصلين الفصل الأول خصص للإعلام الجديد بالتعريف ونشأته والتعرض إلى خصائص وعوامل ظهوره إلى ذلك المداخل النظرية التي تناولته كظاهرة وأخيرا أشكالها، أما الفصل الثاني فقط تعرفنا إلى أخلاقيات المهنة وموثيق الشرف بتعريفها ونشأتها وتحديد أهدافها وأشكالها أما المبحث الثاني فقد تناول كرنولوجيا التطور أخلاقيات المهنة وموثيق الشرف في قانون الجزائر وأخيرا المبحث الثالث والذي تطرق إلى أخلاقيات المهنة الإعلامية في الاعلام الجديد، أما الإطار التطبيقي الذي تم إجراء فيه الدراسة الميدانية للصحفيين ومراسلي ولاية مستغانم الذين تم التوصل إليهم طريق الإستمارة وتحليل نتائجها ومناقشة الفرضيات وفي الأخير وضع الخاتمة والخروج توصيات المقترحة للتطرق أخلاقيات المهنة في حياتنا.



### 1- الدراسة الإستطلاعية:

تعرف الدراسة الإستطلاعية على أنها تلك الأبحاث الأولية التي يلجأ إليها الباحث عادة لتدليل الصعوبات التي يواجهها على مستوى إكتشاف الظواهر محل الدراسة أو التعرف عليها بصورة جيدة بعد إكتشافها.<sup>1</sup> وإطلاقاً من هذا وبعد تحديد موضوع الدراسة حول إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة وموآثيق الشرف، كتصور أولي قمنا بدراسة إستطلاعية كانت بداية بإستعراض مختلف الأدبيات السابقة سواء كانت ذات صلة مباشرة أو غير مباشرة بالمتغيرات ولتدقيق أكثر وتحديد الزوايا المراد دراستها قمنا بدراسة على عينة تتطابق مع العينة البحث الأولى في الخصائص، حيث خصصنا مجال الإستطلاع على صحفيي إذاعة الظهرة وجمعية صحفيي ومراسلي ولاية مستغانم والخاضعين لميثاق الشرف المهني، إذا تمت الدراسة الإستطلاعية بتاريخ 2023/02/24 بإجراء المقابلة على العينة السابقة الذكر، شاملة مختلف الرتب الوظيفية وكلا الجنسين ذكورا وإناث وقد توصلنا من خلال هذا إلى مايلي:

- أن ميثاق الشرف وأخلاقيات المهنة يكتسي أهمية لدى الصحفيين ومراسلين ولاية مستغانم.
- أن الإتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة وموآثيق الشرف تختلف بدرجات متفاوتة في ممارستهم الإعلام الجديد.

وبناءً مما سبق فقد إستثمرت نتائج البحث:

- \*أولاً: تحديد زوايا الموضوع من خلال دراسة إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة وموآثيق الشرف في ظل ممارستهم للإعلام الجديد لاسيما موقع الفايسبوك.

1- أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، صص 48-49.

\*ثانياً: تحديد العينة بالتركيز على عينة من صحفي إذاعة الظهرة ومراسلين ولاية مستغانم، وتم إستثناء جمعية مراسلين ولاية مستغانم وذلك نظرا لإجراءات الإدارية الي فرضت علينا،ضف إلى تحافظت العديد من الصحفيين في الإجابات عن أسئلة الإستمارة.

\*ثالثاً: الإعتماد الاستمارة التي تم إنشائها في « Google forms » كأداة مناسبة لمسح نتائج الدراسة بغية الوصول إلى مصداقية التامة للنتائج وتعميمها مستقبلا.



المواقع الإعلامية على شبكة الأنترنت، الصحافة الإلكترونية، وأخيرا مواقع التواصل الاجتماعي، جعلت من مستخدميها يوصف بالجيل الإصبع أو الرقمي، وذلك نظرا لإتساع إستخدامها لدى فئات المجتمع بغض النظر عن الفئة العمرية أو الجنس أو المستوى التعليمي، خصوصا ماأفرزته هذه الأخيرة من تطبيقات وصفحات الفيسبوكية جعلت منه منبرا للنشر وتبادل الأخبار على الصعيد الثقافي والاجتماعي والإعلامي، فأصبح التعامل معها رهان تحدي بين أفراد المجتمع والتي تختلف إستخداماته من جيل إلى جيل بناء على دوافع وحاجات يسعى كل الجمهور إلى إشباعها بولوجه إلى الفيسبوك.

إذا كان الفيسبوك كموقع يستلهم الفئات المتعددة من شرائح المجتمع فإنه أصبح في وقتنا الحالي جزئية مهمة في تزويد المؤسسات المختلفة الأشكال العمومية والخاصة بالمعلومات تبرز مهامها عبر الصفحات ترتبط بطبيعة المؤسسة وأهدافها بالتحديد المؤسسات المرتبطة بالجمهور الخارجي.

تعتبر المؤسسات الإعلامية في الجزائر السابقة في إقحام التقنية إلى مؤسساتها بغية تطوير أساليبها المهنية، لمواكبة التطور الرقمي في بيئة العمل الإعلامية. بحيث أن الخصائص المنفردة لوسائل الإعلام الجديد أصبحت تمثل عنصر أساسي للمختلف المؤسسات الوطنية، الإقليمية والمحلية، كإذاعة مستغانم وبتوفرها على شبكة الفيسبوك أصبح الإستخدام يمثل مصدرا أساسيا للصحافيين في تزويدهم بالأخبار ونشرها وتدوالها على نطاق واسع ومن قبل شريحة واسعة من المستخدمين، مماساهم في ظهور نمط جديد للممارسة المهنية الإعلامية، لكن من المعلوم والمتعارف عليه عرفيا وقانونيا أن كل مؤسسة تركز على قانون ومواثيق تحدد مهامها، كما هو الحال في إذاعة مستغانم تركز على قانون ومواثيق الشرف تحمي الإعلاميين الخاضعين لها من خلال بنود ومواثيق تجسد مبدئيا حقوقهم في البيئة العملية تفترض وجود معايير مهنية يلتزم بها الصحفيين، هذا ماكان معترفا به سابقا في الممارسة الكلاسيكية لوسائل التقليدية، لكن مع تغيير الممارسة إلى رقمية محضة وإستخدامها كهزمة وصل للتواصل مع المجتمع، أصبحت تتعرض إلى الكثير من الإنتهاكات والتجاوزات نحو مواثيق وأخلاقيات المهنة ممافتح المجال لتطور الجريمة الإلكترونية بأنواعها والتي تمس الصحافيين بحد ذاتهم على مختلف المؤسسات الإعلامية في الجزائر .

وفي ضوء هذا السياق نطرح الإشكال التالي: ماهي إتجاهات الصحفيين نحو موثيق وأخلاقيات المهنة؟

في ومدى معرفتهم وإلتزامهم بها في ظل ممارسة وسائل الإعلام الجديد؟ .

\*ومن خلال هذا تتوصل إلى عدة أسئلة فرعية تتمحور فيمايلي:

-س01:هل تعكس إستخدام وسائل الإعلام الجديد حقوق الصحفيين في البيئة الرقمية للعمل؟

-س02:هل يلتزم الصحفيين بأخلاقيات المهنة وموئيق الشرف كمسؤولية إجتماعية في البيئة الرقمية؟

-س03:هل تحمي أخلاقيات المهنة التدوال الحر للمعلومة؟

### 3-فرضيات الدراسة:

ف01:للصحفيين إتجاه سلبي نحو أن وسائل الإعلام الجديد تعكس حقوقهم في ممارستهم للعمل إعلامية في البيئة الرقمية.

ف02:يلتزم الصحفيين بأخلاقيات المهنة وموئيق الشرف كمسؤولية إجتماعية بدرجة متوسطة في حماية المسؤولية الاجتماعية الصحفيين أثناء ممارستهم لوسائل إعلام الجديد.

ف03:تحمي أخلاقيات المهنة التدوال الحر للمعلومة بشكل نسبي.

### 4-أهمية الدراسة:

\* إن دراستنا للموضوع " إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة وموئيق الشرف في ظل ممارستهم

للإعلام الجديد"، تعزز أهمية علمية وأكاديمية تتجلى فيمايلي:

1/- الحاجة الملحة لوضع قواعد أخلاقية ومهنية تتناسب مع المتغيرات التي يفرضها الإعلام الجديد، في ظل التطور المرهون بشبكة الأنترنت في بيئة العمل الرقمية للصحفيين الجزائريين.

2/- أهمية أخلاقيات المهنة وموئيق الشرف في تنظيم وإرساء الطابع الإلزامي للمؤسسة الإعلامية، مما يكسبها ميزة المصدقية وكسب ثقة وولاء الجمهور الخارجي المرتبط بها.

3/- تغيير الممارسة الإعلامية مما يفرض على أخلاقيات ومواثيق الشرف الجزائرية خلق وجهة نظر إعلامية عربية حقيقية تتطابق مع المستوى الغربي في صياغة أخلاقيات ومواثيق الشرف المهنية تتطابق مع الإعلام الجديد.

4/- تعتبر أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف عاملا مهما في تحديد الضوابط المهنية وحقوقهم ووظائفهم مما يشجعهم على كسب التحدي وخلق الحرية في تداول المعلومات ووجهات النظر تفيد المجتمع وتحقق أهداف الأمة بكل مصداقية وشفافية وبدون أي قيود.

### 5-أسباب الدراسة:

إن إختيارنا للموضوع لم يكن عشوائيا أو بمحض الصدفة، وإنما نتج من عدة إعتبرات ذاتية تدعم الإختيار وأخرى موضوعية تبرر الإختيار:

#### أ/- الأسباب الذاتية:

1/- الميل الأكاديمي لدراستنا إلى تخصصنا من خلال الربط بين ماتم تدوله نظريا خلال السنوات الجامعية وإستثماره تطبيقيا .

2/- يشكل الموضوع حلا بديلا للتقليل من بعض التجاوزات الغير الأخلاقية التي يعاني منها الصحفيين في ظل ممارستهم لوسائل الإعلام الجديد ولاسيما الفايسبوك، مما يجعل من دراستنا نقطة مهمة لإعادة النظر في القوانين وإعادة صياغتها بما يتوافق مع البيئة الحديثة للمؤسسة الإعلامية.

3/- إعتبر الموضوع ذو طبيعة حساسة وأهمية في المجتمع مما يلزم الإمام به لتحصيل معرفة أكبر لمفاهيم القانونية في مجال الإعلام بإعتبار أن الطالب اليوم هو الصحفي الغد.

4/- محاولة إثراء المكتبة الجزائرية بمواضيع ذات قيمة علمية أكاديمية بحثة تنمي الحس العلمي في دراسة المتغيرات الحديثة والمعاش والإبتعاد عن التقليد الأعمى للدراسة.

#### ب/- الأسباب الموضوعية:

1/- القفزة النوعية التي شهدتها وسائل الإعلام الجديد، وإستفحال إستخدامها لدى الشرائح المجتمع لاسيما الصحفيين الجزائريين.

2/- تطويع المواضيع التقليدية وإعادة إستحداثها من خلال دراسة جوانب المتعددة للواقع الوسائل الإعلام الجديد في ممارسة الصحفيين للمهامهم .

3/- تعدد الجرائم الإلكترونية وما يتعرض له الصحفيين من الإنتهاكات أثناء إستخدام لوسائل الإعلام الجديد من قذف وسب وغيرها هذا من جهة وغياب قوانين وأخلاقيات تضبط مهام الصحفي كلسان حال للأمة أوجودها بشكل ضمني مما يؤثر في المضامين الإعلامية.

4/- إعادة هيكلة ورسكلة المواضيع الإتصال في قالب بحثي أكاديمي يحقق تطبيق الأخلاقيات المهنة في الساحة الإعلامية بمصادقية .

### 6- الأهداف الدراسة:

تعتبر الأهداف نقطة رئيسة لإعداد أي دراسة، بحيث كون أن هذه الأخيرة تتطابق مع نتائج البحث مما يعطي مصداقية للموضوع، وعلى هذا الأسباب فإننا دراستنا تهدف إلى تحقيق عدة الأهداف على النحو الآتي:

1/- محاولة التعرف على إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة وموائق الشرف في ظل ممارستهم الإعلام الجديد.

2/- التعرف على مدى تكفيل أخلاقيات المهنة وموائق الشرف للضمانات وحقوق الصحفيين في ظل ممارسة الإعلام الجديد، وإذا كان لها نفس وتيرة التكفيل في الممارسة الكلاسيكية.

3/- الرغبة في الكشف وملاسة الواقع في حماية قوانين النصوص عليها في أخلاقيات المهنة وموائق الشرف للمؤسسة الإعلامية الجزائرية للمسؤولية الإجتماعية لممارستهم وسائل الإعلام الجديد..

4/- تقصي واقع و أهمية التداول الحر للمعلومة في أخلاقيات ومواثيق الشرف المهنية الجزائرية.

5/- الرغبة في معرفة مدى توافق بين ماتقره الأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية وبين الممارسة المهنية في البيئة الرقمية .

### 7- حدود الدراسة :

■ **الحدود الموضوعية:** تقتصر الدراسة على معرفة إتجاهات الصحفيين ومراسلين ولاية مستغانم إزاء أخلاقيات المهنة بما فيها مواثيق الشرف في ظل ممارسة وسائل الإعلام الجديد وتحديد الفيسبوك.

■ **الحدود البشرية:** صحفي إذاعة الظهرة ومراسلين ولاية مستغانم

■ **الحدود المكانية:** إذاعة مستغانم ومراسلين التي تم التوصل إليهم عبر البريد الإلكتروني وصفحة الفيسبوكية.

■ **الحدود الزمنية:** امتدت الدراسة من بداية فيفري إلى غاية بداية جوان 2023.

### 8- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

- **الإتجاه لغة:** [مفرد]: أٌتجاهت تعتبر مصدر أٌتجّه إلى طريق وسبيل "أٌتجاه السّاحل، أٌحاديّ الأٌتجاه : ذو أٌتجاه واحد، تختلط عليه الأٌتجاهات، أٌحاديّ الأٌتجاه : ذو أٌتجاه واحد، تختلط عليه الأٌتجاهات.<sup>1</sup>"  
ترجع كلمة الإٌتجاه لغويا إلى أصلين:

- **الأول:** مشتق من الأصل اللاتيني "APTUS"، والذي يشير إلى معنى اللياقة وكان أول من إستخدامه (هروبرت سبنسر).

<sup>1</sup>معجم اللغة العربية المعاصرة، متاح على موقع:

<https://www.arabdict.com/ar/%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A-%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87>

2023/03/20 يوم 14:00 سا.

- أما الأصل الثاني: فيرتبط باستخدام كلمة "**POSTURE**" والتي تعني وضع الجسم عند التصوير، تم تطور

إستخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معينة<sup>2</sup>.

- **إصطلاحا:** يمكن تحديد الإتجاهات بأنها عبارة عن إستجابات تقويمية إزاء الموضوعات أو الأحداث، التي تولد

تأثيرا ديناميكيا على إستجابة الفرد تساعده في إتخاذ اقرارات سواء كانا بالرفض أو بالإيجاب، وتأثرها بالخبرات التي

يمر بها الفرد من ناحية وبالسمات المزاجية من ناحية أخرى<sup>3</sup>.

- **إجرائيا:** هو مواقف الصحفيين إتجاه أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف سواء كانت إيجابية أو سلبية تعكس

إستجابتهم الصحيحة لتطبيق وممارسة هذه الأخيرة لوسائل الإعلام الجديد ولا سيما الفايسبوك.

- **الصحفي :**

- **لغة:** الصحفي فقد جاءت بمعنى من يقوم بمهنة جمع الأخبار والآراء ونشرها في صحيفة أو مجلة أو وسائل

الإعلام المختلفة كالإذاعة والتلفاز.

- **إصطلاحا:** هو الذي يشير إلى كل مراسل أو مخبر أو محققين ومساعدتهم الفنيين في الصحف والراديو

التلفزيون<sup>4</sup>، كما تطلق أيضا على المحررين ومعدنين البرامج<sup>5</sup>، أم المادة 73 من القانون العضوي للإعلام

2012 تعرفه "أنه كل من يتفرغ للبحث<sup>6</sup> عن الأخبار وجمعها وإنتقاؤها ومعالجتها وتقديم الخبر لدى نشرية، دورية أو وكالة

الأخبار أو خدمة إتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الأنترنت ويتخذ من هذا النشاط مهنة منتظمة"<sup>7</sup>.

- **إجرائيا:** هم الصحفيين العاملين على مستوى إذاعة الظهرة لولاية مستغانم، والذين يقومون بنشر أخبار عبر صفحة

الفايسبوكية.

- **أخلاقيات المهنة:** سنتطرق إلى تعريف الأخلاق والمهنة كمفهوم ثم إلى أخلاقيات المهنة:

<sup>2</sup> محمد عاطف غيث، قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، د.س، ص30.

<sup>3</sup> محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، ط1، دار الأسماء للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص06.

<sup>4</sup> محمد إبراهيم أبو الهيجاء، المسؤولية المدنية للصحفي، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، قسم القانون الخاص، جامعة الشرق الأوسط 2018-

2019-ص: 17-21 (بتصرف).

<sup>5</sup> - كرم شلي، معجم المصطلحات الإعلامية، (عربي-إنجليزي)، ط1، القاهرة، 1989، ص39.3-

<sup>6</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون العضوي للإعلام، العدد2، الصادرة بتاريخ 2012/01/15، ص28.

<sup>7</sup> - الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون العضوي للإعلام، مرجع سابق ذكره، ص28.

-الأخلاق: يعرفها سليمان صالح: "مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل إختياري لإتخاذ قراراته حول مايقوم به من أفعال وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني<sup>8</sup>.

-المهنة: على أنها نوع من العمل الذي يحتاج مجموعة معقدة من المعارف والمهارات التي يتم إكتسابها من خلال التعليم الرسمي والخبرة العلمية، أو هي وظيفة مبنية على أساس العلم والخبرة وإختبرت إختيارا مناسباً حسب مجال العمل الخاص بها، وهي تتطلب مهارات وتخصصات معينة ويحكمها قانون<sup>9</sup>.

أماالجمع بين المصطلحين يصبح أخلاقيات المهنة التي تعرف في قاموس الصحافة وأخلاقيات المهنة الصحفية، على أنها مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني، والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقهاوتصر على إحترامها، وأخلاق وقواعد مكاملة في التشريع وتطبيقاته من قبل القضاة<sup>10</sup>.

وهناك من يراها أنه منفعة محدودة تستطيع المساعدة في تنوير الأذهان وإرشادها، لكنها تفتقد لأية وسيلة للتطبيق. وتعد بمثابة توجيهات داخلية لقرارات الإعلامي في مختلف الموافق والموضوعات التي يواجهها في العمل المهني<sup>11</sup>.

-إجرائيا :هي مجمل القيود والمعايير التي يعتمدها الصحفيين الجزائريين، لتأدية مهامهم والتي ترتبط بالممارسة الإعلامية اليومية تحدد من خلالها ضمانات حقوق وواجباتهم في بنود القوانين المنصوص عليها في التشريع الجزائري.

<sup>8</sup>-سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، ط، 1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2002، ص58.

<sup>2</sup>-مراد قبيل وآخرون، حوكمة أخلاقيات الأرشيفية، قراءة تحليلية في ميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن مجلس الدولي للأرشيف، مجلة علم المكتبات، العدد 01، المجلد 14، الجزائر، 2022، ص5.

<sup>3</sup>-جابر محبوب علي محبوب، قواعد أخلاقيات المهنة، مفهومها، أساس إلزامها ونطاقها، ط2، دار النهضة العربية، مصر، 2001، ص13.2

<sup>4</sup>-روبرت شمولي، ترالفرد عصفور، مسؤوليات الصحافة، ط1، مركز المكتب الأردني، عمان، 1990، ص17.

### -مواثيق الشرف المهنية:

-إصطلاحاً: ان ميثاق الشرف المهني هو قواعد السلوك الواجب على أفراد إحترامها والالتزام بها أثناء تأدية واجباتهم المهنية، وتتميز أغلب مواثيق الشرف أنها غير مطلقة الإلتزام ومخالفتها لاتؤدي إلى عقوبات قضائية، إلا إذا توافقت ذلك مخالفة القوانين الرسمية المعمول بها، ويمكن أن تؤدي مخالفة بعضها إلى إجراءات تأديبية من قبل الجهة المرجعية<sup>12</sup>.

-إجرائياً:هي مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الإلتزام بها من جانب الصحفيين،وهي مكتملة لمواثيق أخلاقيات المهنة.

### -الإعلام الجديد:

-إصطلاحاً: يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة "HIGH-TECH-dictionary" \_الإعلام الجديد بشكل مختصرأنه إندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة.<sup>13</sup> ويعرف الإعلام الجديد بأنه: مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال إستخدام تقنيات الحاسب الآلي. وبالنظر إلى علاقة هذا المصطلح بوسائل الإعلام القديم مثل الصحف المطبوعة والمجلات والتي تتسم بسكون نصوصها ورسوماتها<sup>14</sup>.

-إجرائياً: هي مختلف الوسائل التي تعتمد على الأنترنت والوسائط المتعددة في نشر الأخبار وترويجها للجمهور،خصوصاً مواقع التواصل الإجتماعي التي تعتمد عليه الإذاعة الظهرة " radio Mostaganem". ومراسلين ولاية مستغانم.

<sup>12</sup>-هالة حمدي غرابية،التغطية الإستقصائية لقضايا الواقع المعاصر،ط1،العربي،القاهرة،2019،ص35.

<sup>2</sup>-Definition for New Media , High-Tech Dictionary  
<<http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html>>  
Accessed:mar2023.

<sup>3</sup>-مها فالح ساق الله، "تقرير عن: ماهية الإعلام الجديد ماجستير الصحافة"، الجامعة الإسلامية- غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام،2013،ص69.

-مراسلين يعرف: إصطلاحاً: يعرف المراسل الصحفي في الصحافة العالمية على أنه جندي "مشاة عالم الاخبار"، لأنه يطلع بمهمه كتابته عن الأحداث من موقعه وهو الصحف التي تعينه المؤسسات الإعلامية سواء كانت جريدة أو إذاعة أو تلفزيون في مكان ما أو مدينه ليغطي لها الأحداث الدائرة هناك ويراسلها في الوقت المناسب<sup>1</sup>.

-إجرائياً: هم الصحفيون الذين عينتهم مؤسساتهم إعلامية النشأة في مختلف ربوع الوطن والقاطنين لولاية مستغانم بغرض نقل مجريات اخبار والوقائع لولاية، ونشرها في القنوات وأكثرهم يعملون في القنوات الخاصة وعن طريق عقد عمل.

-الإستخدام: لغةUSE: من إستخدام الرجل غيره إستخدامه إستخداما تخدمه استخداما فهو مستخدم أي إتخده خادما طلب منه أن يخدمه وإستخدم الانسان آلة السيارة إستعمالها في خدمه نفسه<sup>2</sup>.

-إصطلاحاً: يعرف بانه ما يستخدمه الفرد فعليا من المعلومات أي أنه يستخدمه إستخدام العقلي التي يحتاجها بالفعل، بالإضافة إلى إستخدام ربما يرضي إحتياجات المستفيد أو لا يرضيهما<sup>3</sup>.

-إجرائياً: هو هو التعامل مع الصفحات الفايسبوكية والأخبار التي تنشرها والتابعة للمؤسسات العمومية والخاصة بكل قناة ووسيلة .

<sup>1</sup>-صالحى دلية،الواقع السوسيو المهني للمراسل الصحفي في الجزائر،مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية،العدد10،جامعة الشهيد حمة لخضر،الجزائر،السنة 2015،ص-94.

<sup>2</sup>-عصام نورالدين،معجم الوسيط عربي-عربي،دار الكتب العلمية،بيروت،2005،ص102.

<sup>3</sup>-عبد الحميد بلعباس،إتاحة إستخدام مصادر المعلومات الإلكترونية،دراسة لإستخدام مصادر المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف،أطروحة لنيل شهادة الماجستير،قسم علم المكتبات والتوثيق،جامعة المسيلة،2005-2006،ص7.

- البيئة الرقمية: إصطلاحاً: هي عبارة عن كل متكامل من مجموعة من المفاهيم الحديثة مثل النظم البحث بالاتصال المباشر، النشر الإلكتروني، قواعد البيانات على الأقراص المدججة الفهارس الآلية، شبكه المعلومات فائقة السرعة متمثلة في شبكه الأنترنت<sup>1</sup>.

- إجرائياً: هي البيئة التي تبنى عن طريق نشر الاخبار والحقائق والتقارير والروبورتاجات وكل انواع الصحفية في الشبكة العنكبوتية وتستخدم الفايسبوك كموقع اجتماعي لنشر وتوصيل المعلومة إلى الجماهير الغير محدودة المكان و الزمان.

\_ المعلومة: إصطلاحاً: هناك عدة تعاريف تناولت تعريف المعلومة منها التعريف العالم البريطاني "جون نايست" **Naisbitts.John** ". على أنها مورد استراتيجي في المجتمع لا رأس مال فقط ونتاج المعرفة قد اصبح مفتاح الإنتاجية والمنافسة والانجاز الاقتصادي<sup>2</sup> في حين يعرفها بلقاسم بن روان بأنها تفرز التفاعلات الرمزية في المكانية المعطاة إلى اللغة الإتصال في عمليه تأسيس الحقيقة الاجتماعية التي تشكل أساس الإستقرار قرار والحركة الإجتماعية<sup>3</sup>.

- إجرائياً: هي كل عنصر يمكن ارساله عبر اشارته تحمل معاني مختلفة تكون رساله تحمل حدث بمختلف المجالات الإجتماعية والثقافية والرياضية تهدف الى اعلام المجتمع بما يحدث من امور يطلع عليها في قالب صحفي خاضع لقواعد فنيات التحرير الصحفي.

### - التدوال الحر المعلومة:

- إصطلاحاً: هو عملية التشارك الشئ محل التدوال بتدويره وتناقله بين عدة أطراف بغرض الإستفادة منه، كما يأتي مصطلح التدوال الحر متمعاً ليفيد أن هذا التناقل والتدوير قائم على الحرية الخالية من أية قيود مادية كانت أم جغرافية أو حتى قانونية<sup>4</sup>.

- إجرائياً: هي حرية وصول الصحفي إلى المعلومات بمختلف أشكالها دون ضغوطات وتداولها بحرية أثناء ممارسة وسائل الإعلام الجديد ولاسيما الفيسبوك.

### 9- منهج الدراسة:

<sup>1</sup> -نجاة ساسي هادف، الإدارة وتسيير الموارد البشرية في البيئة الرقمية: التحديات وأفاق، مجلة علوم الإنسان، العدد02، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، جامعة بسكرة، ص244.

<sup>2</sup> -حكيم قفاصي، مفهوم المعلومة بين المقاربة الدلالية والمقاربة المعرفية، مجلة الأفاق العلوم، العدد01، الجزائر، 2022، ص112.

<sup>3</sup> -بلقاسم بروان، وسائل الإعلام والمجتمع، دار الخلدونية، 2007، ص32-33.

<sup>4</sup> -أسامة بن يطو، التدوال الحر للمعلومات في مواجهة حقوق الملكية الفكرية، مجلة الإجتهد القضائي، العدد15، جامعة الحاج لخضر، بسكرة، 2017، ص128.

المنهج يعرفه أفلاطون بأنه البحث أو المعرفة المكتسبة من تعامل الإنسان مع الواقع وهو عبارة عن مجموعة من القواعد المصاغة التي يعتمدها الباحث بغية الوصول إلى الحقيقة العلمية بشأن الظاهرة أو مشكلة محل الدراسة<sup>1</sup>، كما أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة إما لكشف حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة عن الحقيقة لم يعرفها الآخرون<sup>2</sup> وبالتالي فهو الطريقة العلمية التي ينتجها أي باحث في دراسة وتحليله لظاهرة معينة وذلك وفق خطوات بحث محددة من أجل الوصول إلى المعرفة اليقينية لموضوع التحليل والدراسة ومن ثم فإن دراستنا تعتمد على **المنهج الوصفي التحليلي**، تعتبر من الدراسات الوصفية التي تستهدف بالدرجة الأولى وصف كرونولوجية تطور الإعلام الجديد وأخلاقيات المهنة والمواثيق الشرف خاصة في المؤسسات الإعلامية التي تعتبر هذه وثيقة رسمية في تسهيل شؤونها الداخلية والخارجية لكل مؤسسة سواء كانت وسيلتها تقليدية كالصحافة، الإذاعة أو التلفزيون، أو حتى الوسائل الجديدة التي تستخدم شبكة الأنترنت في تعاملها مع الجمهور الخارجي بهدف إيصال الأخبار وتثقيفه وترشيده... إلخ، وهو محور إهتمامنا في هذه الدراسة وتحليلها من خلال دراسة المعطيات المطروحة في شكل أسئلة وتداولها بنسبة مئوية تحلل الإتجاهات صحفي ومراسلي ولاية مستغانم نحو الممارسة الإعلامية لوسائل الاعلام الجديدة في البيئة الرقمية، وهل تعتبر أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف وسيلة جيدة، لتحقيق وتطبيق ما تنص عليه هذه الأخيرة في بنودها وبين ما يتم تطبيقه وطرحه في بيئة الإعلام الافتراضي الشبكي بإستخدام إحدى وسائل الاعلام الجديد خصوصا الفايسبوك كموقع إجتماعي وهو ما سنكشفه في تحليل المعطيات المبلورة في شكل الاجابات للخروج

<sup>1</sup>- عامر قنديلجي، البحث العلمي إستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية: أساسه وأساليبه، مفاهيمه، أدواته، دار كسيرة، عمان، 2010، ص-ص 99-100.

<sup>2</sup>-عبد الله سليمان، المنهج وكتابه تقرير البحث العلمي السلوكية، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1973، ص19.

بنتيجة تفيده البحث العلمي وتزليل الضبابية عن واقع أخلاقيات المهنة والمواثيق الشرف الإعلامية في الجزائر.

### 10-أداة الدراسة:

بأن دراستنا الوصفية تندرج ضمن البحوث الوصفية التحليلية فإن الأداة المناسبة لتكييف الدراسة مع المنهج تسترعي الإعتماد على أداة الإستمارة التي تعتبر ملائمة للحصول على المعلومات وبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين<sup>1</sup>، وعيه فهي مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في إستمارة ترسل إلى أشخاص المعنيين بالبريد أو تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق عن الموضوع والتأكد من المعلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق<sup>2</sup>، والتي يتم الإجابة عليها من قبل المفحوص بدون مساعدة الباحث الشخصية أو من يقوم مقامه<sup>3</sup> وذلك باللجوء إليه بإعتبارها وسيلة فعالة في تغطية إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل ممارسة الإعلام الجديد، بإعتبار أن فئة الصحفيين تمثل النخبة في المجتمعات المعاصرة، وبالتالي فهي تعكس صورة المجتمع في مختلف الممارسة المهنية الإعلامية، وبناء على هذا الأساس تم تصميم لإستمارة الإستبيان من خلال الإعتماد على أسئلة بسيطة لتسهيل الإجابة عليها، ولتتم عرضها على الأساتذة محكمين\* من أجل الإطلاع ومن خلال ملاحظاتهم تم ضبط الإستمارة في شكلها النهائي، وذلك بعد حذف عناصر وإضلة عناصر جديدة ليتم إخراج الإستمارة في شكلها النهائي وفق ثلاث محاور كل محور يتفرع إلى أسئلة فرعية على النحو الأتي:

1-عبيدات ذوقان وآخرون، البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه، ط1، دار الفكر، الأردن، 2009، ص104.

2-عمار بوحوش، ومحمد محمود الذيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعدادها لبحوث، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2011، ص67.

3-زياد علي الجرجاوي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الإستبيان، ط2، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010، ص15.

\*الأساتذة المحكمين الإستبيان:

\*الأساتذة حفصة كويبي، أساتذة بجامعة عبد الحميد بن باديس، شعبة علوم الإعلام والإتصال، مستغنام، 14-05-2023

\*الأساتذة مجاهد حنان، أساتذة بجامعة عبد الحميد بن باديس، شعبة علوم الإعلام والإتصال، مستغنام، 14-05-2023

\***السمات العامة:** وهي متعلقة بالمعلومات الخاصة بالمحوثيت من الجنس، السن، نوع الإنتساب، الوظيفة، الخبرة المهنية، إمتلاك بطاقة الصحفي المحترف.

\***المحور الأول:** إنعكاس إستخدام وسائل الإعلام الجديد لحقوق الصحفيين في البيئة الرقمية للعمل ويضم 11 سؤال.

\***المحور الثاني:** إلتزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف كمسؤولية إجتماعية فب البيئة الرقمية ويشمل 16 سؤال.

\***المحور الثالث:** حماية أخلاقيات المهنة للتداول الحر للمعلومة في ظل ممارسة الصحفيين وسائل الإعلام الجديدة ويضم 13 سؤال.

\* ونظر للصعوبة توزيع الإستمارة خصوصا لدى عينة المرسلين فقد تم الإعتماد على البريد الإلكتروني

كوسيلة إرسال الإستمارة ويستخدم " formes " عبر الرابط أسفله:

<https://forms.gle/65GwPCfFvrSpga4n8>

### 11-مجتمع البحث والعينة:

، إن المقصود بمجتمع البحث "community there search" ، مجموعة من المفردات والعناصر والوحدات المحدد مسبقا ، حيث تنصب عليها ملاحظات الباحث، وبمعنى آخر فإن المجتمع البحث هو جميع الوحدات التي يدرسها الباحث<sup>1</sup> ، والتي تشمل المفردات الظاهرة قيد الدراسة ، ومن ثم فإن المجتمع البحث الأصلي المعني بالدراسة هم الصحفيين الجزائريين، وقد مكنا هذا الأخير من تحديد العينة التي تعرف على جزء من مجتمع الأصلي ومعبرة عنه كله وتستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة ، أو الكلفة أو الوقت بحيث يمكن تعميم

<sup>1</sup> - أحمد بن مراسلي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص166.

نتائج الدراسة العينة على الظاهرة<sup>1</sup>، كلها ويشترط شركات أساسيان لابد من توفرهما في العينة الدراسة،أولا: يجب أن تكون العينة مماثلة المجتمع الأصلي وفرص متساوية في اختيار،بمعنى أن تضم العينة مختلف الحالات والأفراد دون إغفال لبعضهم أو حذفه<sup>2</sup> ودون تحيز البعض للبعض الأخر في هذا اختيار<sup>3</sup>،إذا العينة هي جزء الذي يتم إختياره من الكل<sup>4</sup> وإنطلاقا عينة الدراسة تمحورت في عينة من صحفي إذاعة الظهرة لولاية مستغانم ومراسيلها التابعين لقنوات الخاصة،وقد تم إختيار العينة شكل قصدي وتم إختيارها إطلاقا من عدة إعتبرات حيث أننا نمثل جزئية من المجتمع المستغانمي وتواجد إذاعة على مستوى المنطقة سهل الوصول إلى المبحوثين بإعتماد تقنية قوغل فورم عبر الرابط <https://forms.gle/65GwPCfFvrSpga4n8>،وبإعتماد البريد الكتروني وقد بلغت العينة 14صحفي و 11مراسل،وقد تمت عملية توزيع إستمارة عبر البريد بالولوج إلى الرابط في الفترة الممتدة من إلى وهو نفس العديد الذي تم التوصل إليه في الشكل النهائي.

## 12- صعوبات الدراسة:

إن الصعوبات التي يواجهها الباحث في سبيل إعداد الباحث تعتبر إنطلاقة أولية البلوغ الهدف وخلق التحدي لإستكمال البحث رغم الظروف المحيطة به ،وعلى هذا الأساس فإن أهم الصعوبات التي واجهتها:

-صعوبة إستخدام مقياس "ليكارت" نظرا بعدم إمتلاك معلومات كافية مما أفضينا إلى التخلي عنه وإستبداله باستمارة.

-قلة المراجع أجنبية حتى وإن وجدت فإنها على إختلاف تام بينها وبين الدراسات الجزائرية.

1-جودت عزت عطوي،أساليب البحث العلمي ،مفاهيمه ،أدواته، طرق الإحصائية ،ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع،الردن،2007،ص85.

2- مصطفى عليان رجي،مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار الصفاء للنشر والتوزيع،عمان،2009،ص39.

3-صالح الدين شروخ،منهجية البحث العلمي،جامعة باجي مختار،عنابة،2003،ص29.

4-محمد شفيق،الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،القاهرة،1998،ص186.

-صعوبة الوصول إلى نسبة معتبرة من الصحفيين في مختلف القنوات.

-صعوبة رصد أسئلة تتلائم مع طبيعة الموضوع، حيث تخلينا عن الكثير من الأسئلة حتى لانقع الفئة المماثلة العينة إلى عقبات أو أخرجت،بالإضافة إلى التحفظ العديد من الصحفيين من إجابة.

### 13-الدراسات السابقة:

\*الدراسة الأولى : دراسه سامي علي مهني الممارسة الصحفية الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية

دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين مذكرة مكلمة لنيل الاطروحة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام وإتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة 2019-2020.

حيث إنطلق الباحث من إشكالية ما واقع حرية ممارسة الصحفية في الجزائر في ظل قانون اعلام 2012 وقانون السمعى البصرى 2014 حسب الصحفيين الجزائريين وتسعى الدراسة الاجابة على مجموعة من التساؤلات المنبثقة عن السؤال الرئيسى:

\_ كيف ينظر الصحفيون الجزائريون إلى حرية الممارسة الصحفية في ظل قانون الإعلام الجديد 2012 وقانون السمعى البصرى 2014؟

\_ ما هي الضمانات المتعلقة بحرية الممارسة الواردة في التشريعات الإعلامية الجديدة وقانون الاعلام 2012 وقانون السمعى البصرى 2014؟

يهدف الباحث من خلال دراسته إلى معرفة آراء وجهة نظر بعض الصحفيين الجزائريين فيما يتعلق بالممارسة الصحفية في القانون الإعلام 2012-2014 وليقوم الباحث باختيار عينة قدرها 2022 مفردة من الصحفيين الموزعين على عدد من الوسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية الحكومية والخاصة معتمدا على أداة الإستمارة، أما المنهج فقد تبلور في المنهج المسحي وتوصل الباحث إلى عدة نتائج أهمها:

يبين نتائج الدراسة بأن واقع ممارسة الصحفية من خلال قانون الإعلام 2012 وقانون السمعى البصرى 2014.

تظهر نتائج الدراسة إلى أن قانون 2012، يضمن حرية الإصدار وأن هناك تراجع للحرية بعد صدور قانون 2012 وقانون النشاط السمعى البصرى<sup>1</sup>.

**الدراسة الثانية: عائشه كريكت** تحت عنوان أخلاقيات ممارسة في وسائط الإعلام الجديد دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك وتويتر، وهي أطروحة مقدمة لنيل شهادة لدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل 2020-2021

تمحورت إشكالية الدراسة ما مدى إلتزام صحيفة البلاد بأخلاقيات المهنة الاعلامية في وسائط الإعلام الجديد؟ من خلال إختيار صفحة الفاييسبوكية لصحيفة البلاد وتويتر في هذا المقام إختارت الباحثة الانطلاقة من تساؤلات فرعية على النحو الآتي:

- ما مدى إلتزام صحيفة البلاد الإلكترونية بأخلاقيات المهنة وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟

- ما مدى إلتزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية بالفيسبوك وما هي التجاوزات الاخلاقية التي وقعت فيها؟

- ما مدى إلتزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في تويتر وما هي التجاوزات التي وقعت فيها؟

<sup>1</sup> - دراسة سامي علي مهني، الممارسة الصحفية الجزائرية في ظل التشريعات الإعلامية: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين، مذكرة مكملة لنيل الاطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2019 -2020.

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى إلتزام صحيفه البلاد الجزائرية وصحيفتها الإلكترونية أو صفحتين الفيسبوك وتويتر بأخلاقيات المهنة الإعلامية والتي تحكم البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية من خلال إختيار عينة الأسبوع الصناعي طيلة الفترة الزمنية للدراسة والمقدرة بالسنة الكاملة من 01 جانفي 2019 إلى 31 ديسمبر 2020 لتصل إلى عينه 146 مفردات تمثل مجتمعي الدراسة في مواقع الفيسبوك وتويتر بإعتماد أداة الملاحظة وتحليل المضمون وقد إستعانت الباحثة بمنهج التحليل المنظمون لتتواصل إلى النتائج:

-إن صحيفه البلاد تلتزم بأخلاقيات المهنة في أغلب المضامين الإخبارية ما عدا المبادئ التالية مبدأ الارهاب في البيئة أخلاقيات إتجاه المبادئ العامة الإنسانية أما التجاوز جاءت بالتساوي إتجاه أخلاقيات المهنة بلغت 4495 مفردة في ثلاث مبادئ الدقة 2289 مفردة المصادقية 1662 مفردة وأخيرا الموضوعية 540 تجاوز.

-هناك إلتزام معتبر من طلب صفحة البلاد على الفيسبوك بأخلاقيات المهنة فقط ما تعلق بالمعايير المهنية التي تم تجاوزها غالبا في الدقة ب 366 والمصادقية 335 مفردة والموضوعية 76 مفردة إلتزام صفحه البلاد على الموقع تويتر بنسبة معتبرة بأخلاقيات المهنة بإستثناء أيضا المعايير المهنية التي تجاوزتها بنفس النسب السابقة ذكرها في الفيسبوك<sup>1</sup>.

\***الدراسة الثالثة: عزالدين بقديري، أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، دراسة ميدانية على الصحف بمدينة وهران، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم**

<sup>1</sup>- عائشه كريكت ، أخلاقيات ممارسة في وسائط الإعلام الجديد دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك وتويتر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة لدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل 2020-2021.

الإعلام والاتصال، تخصص اللغة، الإتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016-2017.

وقد إنطلقت الباحث من إشكالية تمحورت في ماهي وضعية حرية الإعلام في الجزائر، ومامدى إلتزام الإعلامي الجزائري بأخلاقيات المهنة؟، وتفرعت عن هذه الإشكالية التساؤلات التالية:

\* المفهوم العام لحرية التعبير عن الرأي وأخلاقيات المهنة؟

\* ماهي لمبادئ التي يجب على الإعلامي الجزائري الإلتزام بها؟

وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى إلتزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة في مدينتهم، من خلال تحديد عينة 131 مفردة موزعين على 26 عنوانا- 13 جريدة ناطقة باللغة العربية، و13 جريدة ناطقة<sup>1</sup> باللغة الفرنسية، وذلك بإعتماد الأداة الإستمارة والمنهج المسح الشامل لتصل الدراسة إلى نتائج أهمها:

- أن أغلبية المبحوثين هم على علم بالقواعد الأخلاقية لمهنة الصحافة المكتوبة في مدينة وهران، وأن نسبة 29،18 يلتزمون بالموضوعية ونسبة 26،5% يلتزمون بالنزاهة، و17،70% يلتزمون بالنزاهة، ونسبة 17،04% يلتزمون بالحياد ونسبة 14% يلتزمون بإحترام الأداب العامة وهي نسبة ضعيفة، تؤكد أنتطبيق الصحفيين لهذه القواعد الأخلاقية محدود جدا.

\* **الدراسة الرابعة: دراسة محمد حسين أبو عرقوب، إتجاهات الصحفيين الاردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي، مذكرة مقدمة لشهادة الماجستير بالإعلام كلية الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن 2012،** تنحصر الإشكالية الدراسة في كيف يرى الصحفيون الأردنيين ميثاق الشرف الصحفي وعلاقته بقانون المطبوعات للنشر وتنشأ عن هذه الإشكالية عدة تساؤلات فرعية نذكر منها:

<sup>1</sup> عزالدين بقدوري، أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، دراسة ميدانية على الصحف بمدينة وهران، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اللغة، الإتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016-2017.

<sup>2</sup> محمد حسين أبو عرقوب، إتجاهات الصحفيين الاردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي، مذكرة مقدمة لشهادة الماجستير بالإعلام كلية الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن 2012.

- هل يعتبر الصحفيون ميثاق الشرف الصحفي مكملًا لقانون المطبوعات والنشر أو مستقلًا عنه وما علاقته بالتغيرات الإجتماعية والمهنية لدى الصحفيين الأردنيين؟

كيف يرى الصحفيون العاملون في الصحف مستوى تطبيق ميثاق الشرف الصحفي في مؤسسته موقّده هذه الدراسة إلى معرفة إتجاهات الصحفيين الأردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي الصادر عن نقابة الصحفيين الأردنيين واحد تحديد العلاقة القائمة بين ميثاق النقابة وقانون المطبوعات والنشر رقم ثمانية لسنة 1998 وتعديلاته وقد استخدمت المنهج الوصفي في البحث العلمي من خلال أسلوب المسح الميداني بإختيار عينة عشوائية لإجراء الدراسة تكونت ب 50% من الصحفيين المسجلين في نقابة الأردنيين ويعملون في أربع صحف يومية هي الرأي الدستور والعرب اليوم والغد<sup>1</sup>.

- بيانات نتائج الدراسة أن أغلبية الصحفيين بما يقدم 87.8% إطلعوا على ميثاق الشرف الصحفية الصادر عن نقابة الصحفيين الأردنيين وأن معظم الصحفيين بنسبة 72.7% النقايبية.

### - تعقيب على الدراسات:

ساهمت الدراسات السابقة التي تنوعت بين الوطنية الخاصة بالدراسات الجزائرية والعربية الخاصة بالأردن كنموذج , وبعد الإطلاع عليها كسجلات أدبية ساعدتنا في تحديد موضوع الدراسة والزوايه المراد دراستها حيث استفدنا من لدرسات في معرفة ميثاق الشرف وتحديد الخطة البحث وإسقاطه على المجتمع الجزائري أي الصحفيين ومراسلين اجزائريين ،ضف إلى ذلك فقد تكمننا من خلال الدراسات السابقة تحليل معطيات والخروج بنتائج علمية وموضوعية ،كما أزالة لنا الغموض عن بعض المفاهيم الإعلامية وإعادة بلورتها في قالب النظري حتى يتمكن العديد من الباحثين المطلعين على المذكرة فهم السياق الدلالي واللغوي للأخلاقيات المهنة وقانون الإعلام الجزائري.

## 15- الخلفية النظرية :

\* إن دراستنا المعنونة ب"إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة وموائيق الشرف في ظل ممارسة الإعلام الجديد"، تركز على عدة نظريات تسمح بالتطرق إلى الموضوع في مختلف جوانبه بإسقاط إفتراضاتها على الدراسة ،إلا أن الإعلام الجديد كعلم يرتبط بتقنيات وتطبيقات ووسائل تكنولوجية فإنها أفرزت العديد من النظريات التي إرتباطات بالدراسات الحديثة وإعادة بلورت الدراسات القديمة في مختلف المجالات لاسيما القانوني وما يطرحة من عدة نظريات تتلائم مع طبيعة الدراسة كالنظرية الحتمية التكنولوجيا أو المسؤولية الإجتماعية أو الواجب الأخلاقي لكن بالتدقيق أكثر فقد

<sup>1</sup> -محمد حسين أبو عرقوب، إتجاهات الصحفيين الاردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي، مرجع نفسه.

إعتمدنا على النظريتين الأخرتين والتي ساعدتنا في صياغة الأسئلة الإستمارة بحكم إرتباطها بمتغيرات الفرضيات.

### أ/- نظرية الواجب الأخلاقي:

-هي نظرية تسند إلى الدكتور عزي عبد الرحمن حيث يرى أن "نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية فرعا من إسهامات الحتمية القيمية في الإعلام التي تشترط في بناء الرسالة عنصر<sup>1</sup> القيمة لتصبح بذلك مهمة الصحفي والمؤسسة أخلاقية بالدرجة الأولى<sup>2</sup>، التي تركز على أربعة مبادئ أساسية لها علاقة من شأنها أن ترتقي بالنشاط الإعلامي وفقا للأطر الأخلاقية والمهنية وتمثل المبادئ في:

-المبدأ الأول: منع الضرر على الآخرين: ويعن ذلك أن يمتنع الممارس والمؤسسة الإعلامية عن إحداث الضرر بالأخر أو الآخرين، ويميل عدم القذف والسب والشتم والتعدي على الخصوصية الفردية والسرقة الأدبية ووضع الأخر في موقعه السلي، الإساءة إلى كرامة الإنسان، وتجاهله وإقصائه ونشر الأكاذيب والمغالطات والتضليل والدعاية ومخاطبة الغرائز<sup>3</sup>

، ويستند هذا العنصر إلى الإلتزام بالظابط الأخلاقية التي تملئها الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين<sup>4</sup>.

-المبدأ الثاني: إضفاء قيم إضافية، إذ يجب أن تكون الرسالة الإعلامية رسالة أخلاقية بأبعاده المعلوماتية والمعرفية والثقافية والإجتماعية، بهدف الإرتقاء بالمتلقي ومن الأسئلة الأخلاقية التي مه هذا المبدأ:

س01: هل ماتقدمه "الصحفي والمؤسسة" أخلاقي؟

س02: هل ماتقدمه ونديعه يساهم في ترقية المجتمع حضاريا وأخلاقي<sup>5</sup>؟، هذه الأسس تؤكد على فحوى الرسالة الإعلامية التي تبث أو تذاع أو تنشر عبر مختلف وسائل الإعلام، التي تركز بالدجة الأولى على النزاهة والموضوعية والدقة، بعيدة كل البعد عن التهويل والإثارة والتقويم والتحريض، بمعنى ضرورة مراعاة الجوانب الأخلاقية تقدم الرسالة في تقديم الخدمة العمومية المبنية على المساواة والإستمرارية والتكليف وكذا الحق في الإعلام.

<sup>2</sup>- العربي بوعمامة، رقاد حليلة، نظرية الواجب الأخلاقي: إفتراضات النظرية إلى الممارسة المهنية، المجلد 5، العدد 4، المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ورقلة، 2018، ص44

1- العربي بوعمامة، رقاد حليلة، العربي بوعمامة، رقاد حليلة، نظرية الواجب الأخلاقي: إفتراضات النظرية إلى الممارسة المهنية، مرجع سابق، ص44.

<sup>3</sup>-عبد الرحمن عزي، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، الدار المتوسطية، تونس، 2016، ص60.

<sup>4</sup>-خالد العزي، التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة، منشورات الجامعة الإفتراضية السورية، سوريا، 2020، ص3.

<sup>5</sup>- العربي بوعمامة، رقاد حليلة، مرجع سابق، ص44.

-المبدأ الثالث: تقديم العون المتضرر والمحتاج: وتعني ذلك الإنصات إلى أصوات المتضررين والمنظوم والمحتاج والمنكوب والمستغيث في أوقات السلم والحروب بوصف ذلك مسؤولية إعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، ويمكن أن يتجسد هذا المبدأ في العديد من القوالب الإعلامية من تغطية وإستقصاء وتقرير ورأي.<sup>1</sup>

-المبدأ الرابع: تشجع ممارسة النقد البناء: لأن النقد الهادف يسعى إلى الإصلاح وطرح البديل بإعتماد على الحقائق من خلال تصوير التجاوزات والنقائص بكل صدق في مختلف المجالات مما يخدم الصالح العام، وليس الإعتماد على القذف والسبب والشتم والتحريض أو المساس بالخصوصية، ويقول في هذا السياق الأستاذ عزي عبد الرحمن أن "ممارسة النقد البناء والتي هي أحسن وعن النقد يكون بناء ولا يتضمن هدماً لآخر يعد مسؤولية أخلاقية في الممارسة الإعلامية ذلك أنه يساهم في التعرف على أواجه القصور والإغفال والتجاوز في المجالات الحياة المتعددة، وتكون طريقة النقد في هذا الطرح أهم من النقد ذاته على إعتبار أن الهدف من التوضيح بالآخر إن الامتداد العام للإحساس بالحرية في الأنظمة الليبرالية للإعلام والتحرر من أية مسؤولية اتجاه المجتمع أثار قلق العديد من فقهاء الإعلام الغرب خصوصاً في الولايات المتحدة الأمريكية الأمر الذي أدى إلى ظهور ما اصطلح عليه بنظرية المسؤولية الاجتماعية التي أعلنت عنها "لجنة حرية الصحافة" بقيادة روبرت م. هاتشينز ووضعت تقريراً عام 1947 بعنوان "صحافة حرة ومسؤولة".

### ب/- المسؤولية الاجتماعية:

وتأسس هذه النظرية على مبدئين جديدين، الأول يقضي بضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين حرية الفرد من ناحية وبين مصالح المجتمع من ناحية ثانية ويتحقق ذلك بخضوع الصحافة لرقابة الرأي العام في المجتمع عن طريق

<sup>1</sup> - عبد الرحمن عزي، مرجع سابق، 65.

موثيق الشرف الصحفية، وقد كان من ثمرات هذا المبدأ إنشاء ما يسمى بمجالس الصحافة في كثير من المجتمعات الأوروبية. والثاني يشير إلى وظيفة الصحافة الاجتماعية المتمثلة في تقديم البيانات عن الأحداث الجارية بصرف النظر عن نوعية التأثير الذي تحدثه في الجمهور حتى ولو كانت البيانات معارضة للسلطة<sup>1</sup>.

إنتشرت النظرية في معظم الدول الأوروبية والأمريكية والأسبوية وظهرت أصداً ذلك أيضاً في الأمم المتحدة فكانت نيتها أن بدلت محاولات كثيرة في سبيل غاية نبيلة وهي تحديد "آداب مهنة الصحافة" لخصها ماكويل في:

- هناك التزامات معينة للمجتمع يجلب أن تقبلها وسائل الإعلام.

- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة و الموضوعية والتوازن.

- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى ويشير الأقليات في المجتمع<sup>1</sup>.

- يجب ألا تقل مسؤولية الصحفيين أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع والإعلام. مع تعدد وسائل الإعلام تعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد والتعليق.

- ولقد جاءت نظرية المسؤولية الاجتماعية كمجموعة أفكار تهدف من خلالها إلى إصلاح أوضاع الصحافة في حينها والإعلام بصفة عامة في المجتمعات الغربية ومن داخل النظام الليبرالي ذاته<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-جيهان رشتي، نظم الإتصال والإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي، القاهرة، ص.92

<sup>2</sup>-جيهان رشتي، مرجع نفسه، ص.92.

الإطـار النظري

## الفصل الأول

الإعلام الجديد التعريف، النشأة، أشكال

### تمهيد

يمثل الإعلام مظهرًا جديدًا من مظاهر التطور التكنولوجي التي لم تلغى وسائل الإتصال القديمة بل غيرتها في أشكال جديدة سمحت بانتشارها إلى الجمهور العريض في تلقي المفاهيم و هو ما جعل من منظري الإعلام يوجهون بحوثهم في دراسات نظريات الإعلام الجديد و قياس تأثيرها على المجتمع في مختلف الجوانب الإعلامية ، السياسية، الاجتماعية... الخ .

## المبحث الأول: تعريف ونشأة الإعلام الجديد:

### -أولاً: تعريف الإعلام الجديد:

للإعلام الجديد تعريفات متعددة و متنوعة تمثلت فيما يلي:

و يعرفه **الصادق الحمامي** "أنه الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، مما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الإلتقاء والتجمع المعلومات عبر الأنترنت"<sup>1</sup>.

ويعرفه قاموس **التكنولوجيا الرفيعة للإعلام الجديد** "هو إدماج الكمبيوتر وشبكات الأنترنت والوسائط المتعدد وبحسب **ليستر**" هو مجموعة من التكنولوجيات التي تولدت من التزاوج الكمبيوتر و الوسائل التقليدية<sup>2</sup>، يشير أيضا إلى أن الطرق الجديدة في الإتصال في البيئة الرقمية مما يسمح للمجموعات تبادل المنافع والمعلومات وإسماع أصوات و مجتمعاتهم إلى العالم"<sup>3</sup>.

في حين تعرفه **الموسوعة ويكيبيديا** بأنه "مصطلح يضم أشكال التواصل الإلكتروني المختلفة والتي أصبحت ممكنة من خلال استخدام تقنيات الحاسب الألي، إذا هو عملية إتصالية ناتجة من إندماج ثلاثة عناصر هي الكمبيوتر وشبكات الحاسب الألي وتعتمد على هذا الأخير في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات بتقدم ذلك بأسلوب ميسر وسعر منخفض في كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل تفاعلي"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup>-صاحب أسعد ويس، الشمري، تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي، مجلة الجامع في الدراسات التقنية والعلوم التربوية، العدد 05، العراق، جوان، 2017، ص110.

<sup>2</sup>-حسين شفيق، علم النفس الإعلام الجديد، ط1، دار الفكر والفن، القاهرة، 2013، ص-103-131-

<sup>3</sup>-أولجا جوديس بيلى تر: علا أحمد صلاح، فهم الإعلام البديل ، ط1، مجموعة النيل العربية، القاهرة، 2009، ص152..

<sup>4</sup>-سعود صالح، الإعلام الجديد والقضايا المجتمعية، المؤتمر العالمي الثاني لإعلام الإسلام، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2011، ص12.

## الفصل الأول: الإعلام الجديد، المفهوم، النشأة، الأشكال

ويعرف قاموس الإعلام " بأنه الأجهزة لإعلام الرقمي عموما أو صناعة الصحافة على الإنترنت وفي بعض الأحيان يتضمن الإشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهنا وهو هذا تغيير إنتفاضي يستخدم أيضا بضم الإعلام التقليدية والجديدة، الطباعة، التلفزيون الراديو التواصل الإجتماعية"<sup>1</sup>.

فالإعلام الجديد هو كل شيء وهو إعلام يختص بالرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو التي تنشر إلكترونيا بإستعمال الأنترنت من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره سوى الإلتزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ. ووفق ما لديه من رقابة والذي يشكل الإعلام الجديد والمدونات المصغرة، والشبكات الإجتماعية مثلا الفيسبوك التويتر والصور والفيديو مثل اليوتيوب ويضيف " ألكترين" إليه الصحافة الإلكترونية"<sup>2</sup>.

### 1-1 تسميات الإعلام الجديد: وللإعلام الجديد عدة مسميات:

1-الإعلام الشبكي: وهو الإعلام الحي الذي يرتبط بخطوط الإتصال on line Media، وبالتركيز على تطبيقاته في الأنترنت وغيرها من الشبكات، كما يطلق يرتبط أيضا تعبير الوسائط السبريانية « Cyber Media»، من تعبير الفضاء السبرياني وهو حمله من من تطبيقات الإتصال الرقمي وتطبيقات نشر الإلكتروني على الأقراص بمختلف أنواعها والتلفزيون الرقمي والأنترنت وهو يدل أيضا على إستخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية إتصالات والأجهزة المحمولة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>-علي جليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الإجتماعي، دار أسامة، عمان، 2013، ص51.

<sup>2</sup>-رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات، ط1، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص11.

<sup>3</sup>-خيرة مكرتار، دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والإجتماعية، العدد1، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017، ص314.

**2-الإعلام الرقمي:**يرتكز التعريف بالدرجة الأولى إستخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها، بإعتبارها الوسيلة الوحيدة والأساسية للإتصال وأطرافه، ولايبعد المفهوم كثيراً عن مفهوما الإتصال بمساعدة الكمبيوتر<sup>1</sup>.

**3-الإعلام الإلكتروني:**هونوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي، ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة ويمتاز بسرعة الإنتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير<sup>2</sup>.

**4-صحافة المواطن:**هي الصحافة الجديدة والمعاصرة التي أصبح فيها المواطن شريكا في صناعة الرسالة الإعلامية، وأصبح قادرا على أن يصوغرسالته الإعلامية الخاصة به،والتي يستطيعأن يوصلها إلى الأشخاص في جميع أنحاء العالم بأسرع وقت<sup>3</sup>.

### -ثانيا: الخلفية التاريخية للإعلام الجديد:

إستأثر الإعلام الجديد بالكثير من الإهتمام من قبل المنشغلين بالإعلام ويرى البعض أن فكرة البحث عن الإعلام الجديد ليست وليدة التغيير التي شاهدهته حاليا في كافة مناحي الحياة، فعند إنهيار المعسكر الإشتراكي تحدث الناس كثيرا عن النظام العالمي والإعلامي الجديد وقد شهدت حرب الباردة الكثير من الشد والجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم، ومنها فكرة بناء نظام إعلامي جديد، لكن التقنية تجاوزت ذلك وإرتبط التطور إلى الاعلام الجديد بإنتقال التكنولوجيا، مثلما حدث بعد ظهور الطباعة،التيليغراف،التلفزيون ثم الأنترنت التي قسمها المختصون إلى وسائل وتكنولوجيا تقليدية وأخرى مستحدثة جديدة، ومنه يرتبط نظام

1-محمد علاوة،الإعلام الجديد:المفهوم والخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما،مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية،العدد الأو والثاني،جامعة خنشلة،الجزائر،2017،ص164.

2-علي الفتاح كنعان،الإعلام الإلكتروني،دار الأيام للنشر والتوزيع،الأردن،2015،ص10.

3-مي العبد الله،المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والإتصال المشروع العربي الموحد لتوحيد المصطلحات،دار النهضة،بيروت،2014،ص187.

الإعلامي نفسه ، وقد كان<sup>1</sup> إختراع الأنترنت التغيير الأكبر في تاريخ الإتصال الإنسان منذ ظهور التلفزيون، وقد أصبح مصطلح الإعلام الجديد والواب 2.0 من المصطلحات الشائعة في السنوات الأخيرة لوصف تطبيقات مثل المدونات مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات لمشاركة الفيديو والصور والملفات ومنصات التحرير الجماعي وكذلك التطبيقات الهواتف الذكية. ويعود مصطلح الواب 0.2 الى **"Tim Oreille"** الذي وضعه عام 2005، وتقوم الفكرة الأساسية له على إستخدام الويب كمنصة إذ حلت المشاركة "participation" محل النشر "publishing" في ويب 1,0 وحل التدوين محل المواقع الشخصية وغيرها<sup>2</sup>.

### 1-2 عوامل نشأة الإعلام الجديد:

وقد ساهمت في نشأة الإعلام الجديد عوامل تقنية وإقتصادية سياسية فيما يلي:

**1-العامل التقني:** المتمثل في التقدم الهائل في التكنولوجيا الكمبيوتر وتجهيزاته وبرمجياته وتكنولوجيا الإتصالات، ولا سيما ما يتعلق الأقمار الصناعية وشبكة الألياف الضوئية، فقد إندجت هذه العناصر التكنولوجية في توليفات إتصالية عدة إلى أن أفرزت شبكة الأنترنت، مما أدى إلى إنكماش العالم مكانا وزمانا وسقطت الحواجز بين البعيد والقريب الواقع والوهمي والحاضر<sup>3</sup>.

**2-العامل السياسي:** فقد تغيرت السياسات الدولية والقوانين و الأنظمة للعمل الإعلامي خاصة مع بدء تطبيق

<sup>1</sup>-عائشة كريكت، أخلاقيات الممارسة في وسائل الإعلام الجديد: دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر، مرجع سابق ذكره، ص48.

<sup>2</sup>-عائشة كريكت، مرجع نفسه، ص48.

<sup>3</sup>-الغامدي فينان عبد الله، التوافق والنتافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام و الأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمني، 2012، ص20.

ظاهرة العولمة و تشجيع الغرب للإنتتاح الإعلامي و تمكين الدول والمجتمعات من التعبير عن ذاتها من خلال عمليات<sup>1</sup> الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدي كل ذلك ساهم ما في نشر الديمقراطية و تقرب من الغرب والثقافة الغربية<sup>2</sup>.

**3- العامل الإقتصادي:** المتمثل في عولمة الإقتصاد و وما يتطلبه من أسرع حركة السلع ورؤوس الأموال وهو ما يتطلب بدوره الأسرع في تدفق المعلومات التي تصبح قاسما مشترك يدعم جميع الأنشطة الإقتصادية دون الإستثناء وهو وسيلة القوى الإقتصادية<sup>3</sup>.

### 3-2 خصائص الإعلام الجديد :

ينفرد الإعلام الجديد بعدة خصائص نذكر أهمها:

\* **اللاجماهيرية:** وتعني أن الرسالة الإتصالية من الممكن إلى الفرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي وتعني أيضا درجة التحكم في النظام الإتصال بحيث إتصال الرسالة مباشرة من المنتج الرسالة إلى المستفيد<sup>4</sup>.

\* **التفاعلية:** يعني الإتصال في إتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الإتصال المتعدد الإتجاهات بين أي

<sup>1</sup>-عائشة كريكت، أخلاقيات الممارسة في وسائل الإعلام الجديد: دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر، مرجع سابق ذكره، ص50.

<sup>2</sup>-عائشة كريكت، مرجع نفسه، ص50.

<sup>3</sup>-بن عبو وليد، الإعلام الجديد المداخل النظرية: نظرة في الخصائص والعوامل، مجلة الراصد العلمي، العدد1، جامعة أحمد بن بلة1، وهران، ص33، 2020.

<sup>4</sup>-لحمر عباس، تكنولوجيا الإعلام والإتصال وأثرها على المؤسسة الإقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم إقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2006، ص32.

## الفصل الأول: الإعلام الجديد، المفهوم، النشأة، الأشكال

عدد من المصادر والمتلقي مما يسمح لهم بالتفاعل باستخدام أحد الوسائل الإعلامية كأحد وسائل المشاركة

الإجتماعية<sup>1</sup> خاصة عندما تنجح هذه الوسيلة في تدعيم ميولهم مع الآخرين<sup>2</sup>.

\***الرقمية:** في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على أشكال منفصلة هي الصفر وواحد عند وصول المعلومة ، إلى

المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت وصورة أو غير ذلك، وبذلك يكون نظام الرقمي أشد نقاء وخاليا من

التشويش في حيث يقوم النظام التماثلي بنقل المعلومة في شكل موجة متسلسلة وهذا ما يجعل إمكانية التشويش

تكون أكبر<sup>3</sup>.

\* **قابلية التحويل:** حيث أتاح الإتصال الرقمي إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة

أو العكس<sup>4</sup>.

\***قابلية التواصل:** وتعني إمكانية دمج الأجهزة ذات النظم المختلفة بعض النظر عن الشركة الصانعة<sup>5</sup>.

\* **سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في نفس الوقت:** إستطاع الإعلام الجديد أن يوفر لنا

العديد من المعلومات ولم يكتفي بذلك فقط، بل سهل العملية نشرها واللجوء إليها في أي وقت وزمن

1- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإنجاز العلمي للنشر والتوزيع، 2015، ص99.

2- ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع نفسه، ص99.

3- سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني، جامعة دمشق، 2010، ص-ص440-441.

4- بدر الدين بلمولاي، دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، العدد29، جوان2017، ص4.

5- محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم الأسرة العربية: دراسة تحليلية، مجلة جامعة دمشق، العدد1+2، 2011، ص712.

يتناسب مع متطلبات المستهلك<sup>1</sup>.

#### 4-2 تقسيمات الإعلام الجديد:

ومن خلال ما يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى أربعة أقسام:

##### 1/-الإعلام الجديد القائم على شبكة الأنترنت: "on line" وهو جديد كلياً بصفات ومميزات

مميزات غير مسبوقه وهو ينمو بسرعة وتولد عنه مجموعة من التصنيفات لا حصر لها.

##### 2/- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف

وهو أيضاً ينمو بسرعة وتولد مجموعة من التطبيقات الأجهزة المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية وغيرها<sup>2</sup>.

##### 3/-الإعلام الجديد القائم على المنصات التقليدية: مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها

مميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

##### 4/- القائم على منصة الكمبيوتر: "Off line" إما شبكياً بوسائل الحفظ المختلفة مثل

الأسطوانات الضوئية، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>-وديع العززي، الإعلام الجديد: مفاهيم وتطبيقات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2015، ص15.

<sup>2</sup>-تسعديت قدور، الإعلام الجديد والفضاء العمومي: دراسة تحليلية لإستخدامات الشباب لليوتيوب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتور، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2017، 3-2018، ص39.

<sup>3</sup>-رحيمة الطيب عيساني، الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، مجلة الباحث المصري، العدد20، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2013، ص53.

## المبحث الثاني: مداخل نظرية لفهم الإعلام الجديد

لقد عرف الإعلام الجديد عدة مداخل النظرية لفهم الإعلام الجديد نذكر منها:

**أولاً-مدخل نيكولاس نيكرو بونتي:** طور **Negropovie Nicholas** "طور أفكاره حول الإعلام

الجديد من خلال عمله في مختبر الإعلام الجديد بمعهد **"Brit medial New"**، وهو يطرح الميزات التي يتحلى بها الإعلام الجديد مقارنة بما سبقه في إستبداله للوحدات المادية بالقيمة كأدوات رئيسية في حمل معلومات التي يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي، أما الميزة، الأكثر أهمية هي أن هذا الإعلام خرج عن تأثير السلطة التي كانت تمثل في قادة المجتمع والقبيلة والكنيسة والدولة الناس إلى أيدي الناس جميعا خصوصا بعد ظهور مطبعة "يوحنا غونثغ"<sup>1</sup>.

**ثانياً-مدخل فيه كروسبي:** إشتراك كروسبي **"Vin Crosbie"** مع نيغروبونتي في نفس الأفكار وتعتقد مقارنة ثلاثية متسلسلة بين الإعلام الجديد والقديم من خلال نماذج الإتصالية الكلاسيكية (الإتصال الجمعي الشخصي والجماهيري)، للقول بأن الإعلام الجديد يتميز بأن تصل الرسائل الفردية في وقت واحد إلى عدد محدود من البشر، و أن كل واحد من هؤلاء البشر له نفس درجة السيطرة ونفس درجة الإسهام المتبادل في هذه الرسالة، وبحسبه هناك إمكانيات كامنة تقف وراء قوة الإعلام الجديد وتمثل إمكانيات تحقيق الإتصال بين مستخدمين شبكة الأنترنت في وقت واحد في بيئة تسمح لكل فرد مشارك كان أو مستقبلا بفرص متساوية حسب درجة التحكم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-رولا عبد الرحمن، الجيل الإعلام الجديد:تكنولوجيا الجديدة لعالم جديد،أبحاث المؤتمر الدولي،جامعة البحرين،البحرين،2009،ص31.

<sup>2</sup>-سوسن لوانسة، بحوث الإعلام الجديد في الجزائر:دراسة تحليلية نقدية،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة،تخصص إعلام وإتصال،جامعة قسطنطينة،الجزائر،2018-2019،ص54.

-ثالثا: مدخل مانو فيتش لفهم الاعلام الجديد: "يقول ليف مانوفيتش" في مدخله لفهم الإعلام الجديد بضرورة تجاوز الفهم السائد لهذا الأخير، والذي يحدده بشكل عام في استخدام الكمبيوتر التوزيع وعرفت المعلومات وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكمبيوتر في عمليات الإنتاج كلها، وفي وسائل الإعلام كلها، الأمر الذي تغيرات هائلة في طبيعة الإتصال حيث أن كل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم و المؤتمرات الصوتية والنصوص تتم بواسطة الكمبيوتر ويحدد مانوفيتش الحالات الرئيسية للإعلام الجديد كالتالي:

1- التمثيلي العددي.

2- حالة الإنتقال.

3- حالة الأتمة

4- القابلية للتغيير.

5- الترميز الثقافي .

إضافة إلى المداخل النظرية هناك مذهبان لتحديد هوية الإعلام الجديد وهما:

\*المذهب الأول : ويسمى بمذهب الأسس الجوهرية ويميل هذا المذهب إلى رؤية الهويات على أنها مستقلة ومستقرة وذات جوهر حقيقي وهذا بدوره يعطي لهوية مستقلة لوسائل الإعلام المجتمعية.

\* المذهب الثاني ويسمى بالمذهب العلائقي: وهو يرى أن الهويات تعتمد على بعضها البعض بشكل متبادل وتتجاهل وجود جوهر الحقيقة<sup>1</sup>.

1-نبيل حورة، إتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي المعلوماتي :دراسة مسحية على عينة من الأساتذة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014-2015، ص.62.

\* كما توجد أربعة مناهج أخرى بإعتماد على هذين المذهبين لدراسة الاعلام البديل وهي:

أ- منهج خدمة المجتمع: هذا الأخير إطار نظريا جوهرى أكبر يشدد على أهمية المجتمع ويرى أنها جزء من المجتمع المدني.

ب- منهج الإعلام البديل: في مقابل الإعلام السائد التقليدي يركز هذا المنهج على فكرة البديل، وينظر إلى الإعلام البديل كمكمل للإعلام التقليدي على مستوى التنظيم والمحتوى.

3- منهج الاعلام البديل هو جزء من المجتمع المدني.

4- منهج الإعلام البديل: و يركز على ثلاث جوانب بديلة وهي:

- دورها في المجتمع المدني.

- طبيعتها المراوغة المحيرة.

- ترابطها وصلتها بالسوق والدولة

رابعاً مدخل فيدلر لفهم الاعلام الجديد: تبني فيدلر " Fidler " مدخله النظري لفهم الإعلام الجديد ومستويات تبنيه بإستقراء النموذج الكلاسيكي لتبني المستحدثات لا يفرت روجز " Evert Rogers " وروى بول سافو " Saffo Paul " التي تقول أن الأفكار الجديدة تأخذ حوالي ثلاثة عقود حتى تتسرب إلى ثقافة المجتمع والأفراد، ويقول فيدلر أن عملية التغيير الجذري تتم للوسائل القائمة تغيير " médiamorphosis " وهو مصطلح أحده فيدلر بنفسه الدلالة على التحول الكامل الذي يجري لوسائل الإتصال الذي فرضته التفاعلات المعقدة للحاجات الأساسية

## الفصل الأول: الإعلام الجديد، المفهوم، النشأة، الأشكال

والضغوط السياسية والاجتماعية والإبتكارات التكنولوجية<sup>1</sup>.

\*يحدد فيدلر ستة مبادئ أساسية لعملية التغيير الجذري وهي:

- تغيير جذري متدرج الأشكال الإعلامية من القديمة إلى الجديدة.

- إنتشار السمات السائدة في الأشكال الإعلامية المختلفة عن بعضها البعض.

- بقاء أشكال إعلامية ومؤسسات في بيئات متغيرة.

- ظهور الإستحقاقات والحاجات الموضوعية لتبني أجهزة الإعلام الجديدة.

- حالة التأخر في تبني المفهوم الواسع لأجهزة الإعلام الجديدة.

\_\_تعايش "coexistence" و تطور مشترك "coevolution" لأشكال الإعلامية القديمة

والجديدة.

ومن هنا يرى فيدلر أن أهم ثلاث أدوات تغيير جذري مستحدثات الاعلام الجديد في مراحل

الإتصال الإنساني هي اللغة المنطوقة و المكتوبة والرقمية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-أولجا جوديس بيلي تر:علا أحمد صلاح،فهم الإعلام البديل ،مرجع سابق الذكر،ص-ص27-59-48،(بتصرف).

<sup>2</sup> - F.Fidler Roger . Médiamorphoss:Understanding.newsmedia.sagepublications.increedition.1997.p32.

## المبحث الثالث: أشكال الإعلام الجديد:

يعتبر الإعلام الجديد مفهوم شاسع تبلور نتيجة ظهور الأنترنت، بإشتراك العديد من العوامل التي ساهمت في ظهور أشكال الإعلام الجديد بصفة عديدة ومتعددة نوجز ذكرها فيما يلي:

1- الصحافة الإلكترونية: \*تعريفها: بظهور الأنترنت كوسيلة إتصال جديدة وتتميز بخصائصها وسماتها الإعلامية ساهت التغيير في كافة أطراف العملية الإتصالية الرسالة، المرسل، المستقبل... الخ، وقد عملت الصحافة في شكلها المطبوع الإستفادة من هذه الخصائص وذلك لمواجهة المنافسة المفروض عليها<sup>1</sup> إذ تعرف هذه الأخيرة على أنها الصحف المكتوبة التي يعاد نسخها على الأنترنت وتتميز النسخة الإلكترونية بإستعمال الكثير للألوان الصوت و الصورة<sup>2</sup> و بالتالي هو مصطلح يشير إلى إستعمال الأنترنت للحصول على مصادر ووثائق ومعلومات عن الملايين الموضوعات<sup>3</sup>.

- ويعرفها الدكتور محمد علم الدين الصحافة الإلكترونية هي تلك الصحف التي يتم إصدارها على

شبكة الأنترنت وقد تأخذ أكثر من نفس الجريدة الورقية أو منابر ومساحات للرأي أو خدمات مرجعية إتصالية مجتمعية<sup>4</sup>.

### \*أسباب ظهور الصحافة الإلكترونية مايلي:

1- النمو هائل في إعداد الصحف والمواقع الإخبارية والروابط ذات الصلة على الأنترنت وكذلك زوار وجمهور هذا

<sup>1</sup> -زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار أسامة للنشر والوزيع، عمان، 2007، ص25.

<sup>2</sup> -شهيناز العبدلي، إتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية، مجلة الباحث الإجتماعي، العدد13، جامعة تيزي وزو، الجزائر، ص483.

<sup>3</sup> -جمال بوعجيمي وبلقاسم بن روان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: الواقع والأفاق، مؤتمر الصحافة الأتيرنيت، جامعة الشارقة، 2005، ص2.

<sup>4</sup> -مهند سليمان التعديقي، ألف تاء تاء... صحافة مقال متاح على موقع:

http://: h almeria- net// pS: HE reading.pbp? IDM=192809 تصفح يوم2023/03/30 سا8:45.

النمط من الصحافة<sup>1</sup>.

2- عزوف الصحف التقليدية المطبوعة عن إستعارة بعض الخصائص والمزايا الإلكترونية لغرض المواكبة والمنافسة من دعائم بصرية وكذلك طريقة إخراج و تصميم الصحف. والجدير بالذكر أن هناك بعض الصحف دخلت مجال الأنترنت كانت تعاني من انخفاض معدلات القراءة بشكل مستمر<sup>2</sup>.

\*نشأتها: في أمريكا أول صحيفة دشنت نسخة إلكترونية صحيفة " شيكاغو تريبيون"، كانت وليدة تغير صحيفة " هيلزبرغ إجيلاد". السويدية أول صحيفة تنشر بالكامل على شبكة الأنترنت ثم تلتها صحيفة " واشنطن بوست "سنة 1994 و تلتها صحيفة " شيكاغو أو لاين" في الولايات المتحدة الأمريكية<sup>3</sup> 1992 وقد أصدرت صحيفة إلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1992 مع نسختها أولايين لاين، وبعد ذلك ظهور المواقع الإخبارية والصحفية في الأنترنت التابعة للصحف وقنوات الفضائية وقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي مقالات وموضوعات وأفكار ورؤى بسيطة<sup>4</sup>

— في الجزائر: عرفت الدخول الأنترنت 1994 رغم أن الرابط لأول مرة كان سنة 1993 عن طريق عن طريق خط ما نفسي متخصص دون الإستفادة خدمات الأنترنت ثم الربط الكامل شبكة الأنترنت عن طريق كابل الألياف الضوئية وتعد جريدة "interface ALgeria" الجريدة الإلكترونية على شبكة الأنترنت سنة 1996 ثم الاهل جريدة ألبيري أنترفاس سنة، 1999<sup>5</sup> اما

1- حاسم محمد الشيخ جابر، الصحافة الإلكترونية العربية: المعايير الفنية والمهنية، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديدتكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9 أبريل، 2009، ص394.

2- رضا أمين عبد الواحد، الصحافة الإلكترونية، ط1، دار الفجر، 2007، ص-ص113-114.

3- علي عبد الرحمان عواض: صحافة الأنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، كلية الإتصال والدراسات والبحث العلمي، الشارقة، 2006، ص333.

4- حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، دار النهضة للنشر والتوزيع، بيروت، 2006، ص45.

5- فوزية عبو، محاضرات في الصحافة الإلكترونية، تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية، جامعة مولاي طاهر، سعيدة، 2020-2021 ص18-19.

الأولى التي كانت سبابة في إصدار الجريدة باللغة الفرنسية على مواقع الأنترنت الوطن سنة 1997 ثم جريدة "ليباجتي" **liberté** في جانفي 1998. والجدول يوضح تتابع إنشاء المواقع الإلكترونية لأهم صحف في الجزائر ثم تلتها جريدة الخبر وهي أكبر جريدة في ذلك الوقت كما يلاحظ على الساحة. وتحديدا إنطلقت من منتديات الحوار التي تميز بسهولة برامجها وبساطة تركيبها<sup>1</sup>.

\*أقسام الصحافة الإلكترونية: وتنقسم إلى قسمين أساسين وهما:

1- الصحف الإلكترونية الكاملة "news Paper on time" وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت الصحيفة الورقية الأم، تقدم معظم أو كل المحتوى الورقي ولا تلتزم بالمعايير الفنية للصحافة الإلكترونية التفاعلية.

- النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: ونعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقتصر خدماتها على تقديم كلاً أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الإشتراك في الصحيفة الورقية وخدمات تقديم الإعلانات لها روابط بالمواقع أخرى<sup>2</sup>.

- مميزات الصحافة الإلكترونية:

- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار أي وقت خاصة مع وجود خدمة التحديث التي يتم إدخالها على الصحيفة الإلكترونية على مدار اليوم ولا يتوفر هذا في الصحيفة الورقية.

- الصحيفة الإلكترونية على خلاف الصحيفة الورقية يمكن أن تنتقل إلى القارئ الأخبار. والموضوعات عند طلبها وفي الوقت الذي يحدده وتعرف هذه بخدمة الاخبار تحت الطلب "demande new on".

<sup>1</sup>- فوزية عبو، محاضرات في الصحافة الإلكترونية، مرجع نفسه، 19.

<sup>2</sup>- حمزة آل بيت، وآخرون، الإعلام والكمبيوتر، الواقع والاستخدامات، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2009، ص12.

## الفصل الأول: الإعلام الجديد، المفهوم، النشأة، الأشكال

- إمكانية التواصل المباشر واللحظي بين القارئ والكاتب وإمكانية قبول التعليق أو التقييد بين الطرفين مما يعطي مساحة أكبر للقارئ للمشاركة في صنع القرار<sup>1</sup>.

\***سلبيات الصحافة الإلكترونية:** رغم ما تقدمه الصحافة الإلكترونية من خصائص وميزات إلا أن لها سلبيات نذكر أهمها:

- المقرئية لا تزال صعبة في الكمبيوتر نظرا للتعدد جماهيري في باقي الدول<sup>2</sup>.

- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المتعلقة بمستقبل هذا النوع من الإعلام<sup>3</sup>.

- قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية<sup>4</sup>.

**2- المدونات: "blog"** تعريفها: وهي مواقع تتمتع بتحديثات منظمة وعادة ما تجمع بين النصوص والصور والرسومات أول الفيديو وروابط الصفحات الويب وأخرى وعادة ما تكون غير رسمية وتعتمد على إدخال مذكرات أو أخبار يومية<sup>5</sup>.

ويعرفها **درويش لبان** "على أنها صحافة الويب الجديدة أو صحافة الهواء في شكل تحميل مواد الويب، و حول العالم سجل الألاف من الأفراد خبراتهم وأرائهم في المنتديات الإلكترونية و هو ما يصل إلى الجماهير العريضة<sup>6</sup> .

1- إسماعيل بن مزهر الشيمري وآخرون، **إتجاهات الصحفيين وإنعكاساتها الصحافية الورقية** مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 19، جامعة السودان، السودان، 2018، ص 40 .

2- محمد لعقاب، **مجتمع المعلومات: ماهيته وخصائصه، دار هومة، 2007، ص 108.**

3- زيد منير سليمان، **الصحافة الإلكترونية، مرجع سابق ذكره، ص 44.**

4- محمد لعقاب **مجتمع المعلومات مرجع سابق ذكره، ص 58.**

5- سميثي وداد، **وسائل لإعلام الجديد أي أثير؟ إلى أي مدى؟ مقارنة تحليلية متعددة الأبعاد، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية العدد 21، ديسمبر 2015، أم البواقي الجزائر، ص 204. 204.**

6- زكي حسين الورد، **صحافة المدونات الإلكترونية على الأنترنت، مجلة البحث الإعلامي، العدد 3، كلية الإعلام، مصر، 2010، ص 155**

\*نشأتها: وترجع نشأة المدونات الإلكترونية إلى ديسمبر 1997 إذ ابتدعى جورن بارجر " JORN Barger" مصطلح weblog على موقعه في حين يرى البعض الآخر أن المدونات الإلكترونية ظهرت كبداية حقيقية في الولايات المتحدة الأمريكية عقب أحداث سبتمبر، 2001 على شكل فضفاضات تعبر عن تغيير أسلوب الحياة اليومية الأمريكية ومشاهداتهم وتعبيراتهم تفجيرات الأبراج يشهد تطورا ملحوظا خلال عامين 2004-2005<sup>1</sup>.

### \*أنواع المدونات الجديدة:

يصنف " ديرستان" المدونات في خمسة أنواع:

- المدونات الشخصية الأخبار والآراء: وهي صحف شخصية يصممها أفراد لمشاركة الآخرين في عملي التواصل الإجباري المتعلق بحياتهم والتعبير عن ذاتها.

مدونات الأخبار والتعليقات: وتهتم بتزويد الناس بالأخبار والتفسيرات والتعليقات وغالبا ما تختلف في نشرها عن الوسائل الإعلامية التقليدية

- مدونة المال والأعمال المهنية وتشمل مدونات المديرين و مساعديهم

- مدونات الترويج والإعلام والتسويق وخدمات المستهلكين.

- المدونات المؤسسة الداخلية: لتبادل الرأي وجهات النظر بين الإدارة والعاملين<sup>1</sup>.

### \*خصائص المدونات:

<sup>1</sup>-زكي حسين الوردى، صحافة المدونات الإلكترونية على الأنترنت، مرجع نفسه، ص15.

## الفصل الأول: الإعلام الجديد، المفهوم، النشأة، الأشكال

تميز المدونات بمجموعة من الخصائص والسمات تجعلها مختلفة عن بقية المواقع على الأنترنت وفيما يلي عرض لهذه الخصائص:

\***المدونين:** شرائح بين الافراد المشتركين في خدمات التدوين يوثقون أدق التفاصيل ويعتبرون مرجع مفيد لأكبر الصحف والفضائيات العالمية.

**مضمون المدونات:** بعض المدونات تهتم بسرد اليومي والمشاهد والخواطر، ويوجد مدونات أخرى متخصصة في مجال التعليم التدريس وتحتوي على تعليقات وآراء المستخدمين.

. **3- جمهور المدونات:** غير محدد وغير معروف يتميز بالقدرة على المشاركة والتفاعل وإعطاء الآراء وهم يشكلون مجتمعات إفتراضية وتصنف الى نوعين:

1- **الجمهور المدون الخاص:** و يشمل معارف و أصدقاء وعائلة المدونة.

2- **جمهور المدون العام:** ويشمل كل الجمهور الذي يستطيع الوصول إلى المدونة خارج العائلة والأصدقاء:

**-ثالثا: مواقع التواصل الاجتماعي:** فرض التطور التكنولوجي الهائل الذي شهده قطاع تكنولوجيا

المعلومات في إتصال في السنوات الأخيرة من القرن الماضي وخاصة مع إنتشار شبكة<sup>1</sup> الأنترنت حقائق جديدة ولعل من التكنولوجيا الحديثة ، جعلت العالم لا يستقر على حال ما أصبح يعرف بالشبكات

<sup>1</sup>-تيسير أبو عرجة، وسائل الإعلام أدوات وتغيير، ط 1، دار أسامة للنشر لأردن 2013، ص 330.

الإجتماعية<sup>1</sup>.

\*تعريف: وتتنوع وتختلف التعريفات مواقع التواصل الإجتماعي من بحث إلى آخر ولكن سنسرد أهم التعريفات:

تعرف الشريهان "بأنها مجموعة من الشبكات العالمية المتصلة بملايين حول العالم وتشكل مجموعة من الشبكات الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة شبكة الضخمة والتي تنقل المعلومات الهائلة فائقة بين دول العالم المختلفة تتضمن معلومات دائمة ومتطورة"<sup>2</sup>.

وتعرف ويب اوبيديا مواقع التواصل الإجتماعي " بأنها عبارة تستخدم لوصف أي موقع على الشبكة العنكبوتية يتيح لمستخدميه، وضع صفحة شخصية ومعروفة وإمكانية تكوين علاقات شخصية مع المستخدمين الآخرين لكي يقومون بالدخول إلى تلك الصفحة الشخصية<sup>3</sup>. وهي مفهومها بسيط هي تلك المواقع على الشبكة الأنترنت التي ظهرت ما تعرف بالجيل الثاني للويب تتيح للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة<sup>4</sup>.

ويعرفها المشرع الفرنسي التواصل الاجتماعي عبر شبكة الأنترنت في المادة 4 من قانون رقم 575 الصادر 21 يونيو 2004 بأنه بروتوكول إتصال مفتوح أو ربط بيانات وتبادلها بأي شكل

<sup>1</sup> تيسير أبو عرجة، وسائل الإعلام أدوات وتغيير، مرجع نفسه، ص340.

<sup>2</sup> -أمجد عزت جمعة، دوافع إستخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الاجتماعي من وجهة الطالبة بمحافظات غزة، ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي الأول، الجامعة الإسلامية، غزة، 12-13/02/2015، ص15.

<sup>3</sup> -أمال نعيم عبد الملك إبراهيم، نظم الإعلام معاصر دراسة تحليلية، ط1، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، إسكندرية، 2011، ص 169

<sup>4</sup> -ثروت مكي، الإعلام والسياسة، وسائل الإتصال والمشاركة السياسية، ط1 دار علم الكتاب القاهرة، 2005، ص 63.

يصل إلى الجمهور دون قيد على أي محتوى تبادلي من قبل مقدمي الخدمات التقنية<sup>1</sup>، وتعتبر هذا الشكل من من أشكال العولمة الإعلامية، حيث تتعامل المواقع على الشبكات مع المعلومة والخبر ولحظة وقوعها ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء في كافة أنحاء العالم معززة بالصورة ومقاطع الفيديو التعليق و الرد<sup>2</sup>.

\*نشأة مواقع التواصل الاجتماعي: يرجع ظهور مفهوم شبكات الإجتماعية إلى علم الاجتماع "جون بارنز" عام 1954 ظهور الشبكات في شكلها التقليدي وبعد ظهور الأنترنت ساهمت في ظهور وتطوير ظاهرة التواصل الاجتماعي وتطوير ممارستها بشبكاتها<sup>3</sup> ظهور موقع Tleglobe.com في أمريكا 1995 ثم موقع " Geocities "وموقع " Tripod " حيث تركز هذه المواقع على اللقاءات بين الأفراد لسماح لهم التفاعل من أجل التعرف الدردشة وتشارك المعلومات والأفكار الشخصية ثم ظهر موقع. - 1998 ظهور موقع six degrees.com الذي يركز على روابط مباشرة والملفات الشخصية للمستخدمين. - 1999 ظهور عدد من الشبكات التواصل المبنية على الدقة ومنح المستخدمين إمكانية التحكم في محتوى التواصل 2004 حيث توالى الشبكات الإجتماعية في الظهور إلى العالم حيث ظهر عدد مشاهداته مفاجئة أكثر جوجول وهو موقع ماي سبيس الأمريكي<sup>4</sup> و قد

<sup>1</sup>-دنيا عبد العزيز القصيمي، المسؤولية الجنائية الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابط لكلية الحقوق: قانون والإعلام القاهرة 23-24 أبريل 2017، ص24.

<sup>2</sup>-حلمي خضر ساري، التواصل الاجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر الاردن 2014، ص 103-104.

<sup>3</sup>-محمد فلاق، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر المتطور التحليلي الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، مجلة العلوم الإقتصادية والقانونية، العدد 18، جامعة حسبية بن بوعلي شلف، جوان 2007، ص 18.-

<sup>4</sup>-فتححي حسين عامر وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي بشير القاهرة، 2010، ص20.

شهدت هذه الوسائل تطورا كبيرا.

### \* خصائص مواقع الشبكات الإجتماعية:

- **التفاعلية:** حيث تنتج تبادل إتصال المتلقي الأدوار وتكون ممارسة الإتصال ثنائية الإتجاه أي تبادلية حيث يكون حوار بين طرفين.

- **إندماج الوسائط:** في وسائل الإعلام والإتصال الجديدة يتم إستخدام كل وسائل الإتصال مثل النصوص والصوت والصورة الثابتة والمتحركة والرسوم.

- **الحفظ والتخزين:** يسهل على المتلقي تخزين وحفظ الوسائل الإتصالية وإسترجاعها كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

- **التزامنية:** هي إمكانية التفاعل الإتصال في الوقت المناسب لفرد سواء كانت مستقبلا أو مرسلا.

- **المحادثة:** حيث تتميز مواقع التواصل الإجتماعية عن وسائل التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في إتجاهين أي المشاركة والتفاعل مع الحدث والخبر والمعلومات المعروضة<sup>1</sup>.

- **الإنتفاحة والعالمية:** معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الإجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة أو التعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات، وتبادل المعلومات بل نادرا ما توجد أية حواجز والإستفادة من المحتوى تلغي الحواجز الجغرافية مكانية وتتحطم فيها الحدود الدولية فباستطاعة الفرد<sup>2</sup> في الشرق التواصل مع فرد في الجهة الغربية بساط وسهولة .

<sup>1</sup>- بوجنان خالدية ومبطوش العليجة، دور الوسائل الإعلام والإتصال الجديدة في التحول الديمقراطي السلمى، بحث مقدم ملتقى الدولي وسائل الإعلام والإتصال وتأثيرها على هوية وقيم الشباب في الوطن العربي، أوت، إسطنبول، تركيا، 2016، ص14.

<sup>2</sup>- محمد سيد محمد، الإتصال الدولي، ط1، دار الفكر العربي القاهرة، 2011، ص117.

**\*أشكال التواصل الإجتماعي:**

إن مواقع التواصل الإجتماعي تتنوع ولا تقتصر على نوع واحد وتشمل الفيسبوك، التويتر، ماي سبيس... الخ  
والثلاثة السابقين الذكر هم ما سنتطرق لهم بصفة مختصرة في هذا العنصر:

1- **الفيسبوك** : يعرفه **الصادق الحمامي** " على أنه موقع ينتج العديد من الخدمات حول عملية بناء العلاقات الإجتماعية ويعرف في أوروبا بأنه دفتر ورقي يحمل حوارا ومعلومات لأفراد في جماعة معينة أو مجموعة ومن هذا جاءت تسمية الموقع، ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين شبكات فرعية والانضمام اليها من نفس الموقع، و تتمحور الشخصيات التي تنتمي عامه الى دائره معينة يعتبر أحد أهم المجتمعات الافتراضية أو التحليلية التي نشأت على الأترنت والذي يجمع الملايين من المشتركين في مختلف بلدان العالم والفيسبوك يعد عالم تخيولي يحق فهو يحفز على الدردش إضافه إلى العديد من التطبيقات التي تتيح أن يعبر عن نفسه بشتى الطرق وأن يتعرف على حياة الآخرين والبيانات الشخصية المتعلقة بهم كذلك يمكنه صورته وصوره أفراد العائلة وقد اسس هذا الموقع<sup>1</sup>.

موقع "مارك زوكربيرغ" بسرعة في 2003 ويتميز بعده خصائص نذكر منها:

**\*الملف الشخصي : "profile"**

**\*النكزة "POKE"**: وهي عملية تنبيهه للاصدقاء على الفيسبوك لجذب إنتباههم وكان المستخدم

<sup>1</sup>-أمال عساسي، أنتنوغرافيا مستخدمى الفيسبوك فى المجتمع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الإعلام والإتصال، الجزائر، 2015-2016، ص.47.

<sup>2</sup>- سعيداني سلامي، 1000 سؤال فى الاعلام والاتصال، ط 1، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص.190.

يقول مرحبا:

\* الإشارة "Tage": وهي متاحة في الصور والفيديو بحيث يمكن أن يلفت إنتباه أصدقائك عبر الإشارة لهم في صورتك أو مقطع الفيديو المحمل عبر الفيسبوك وبالتالي ترسل تنبيهات لأي تحديث جديد في الصورة<sup>1</sup>.

\* الإعجاب "Like": وهي متاحة بين الاصدقاء والمجموعات المنضمين لها ذلك وعلى الصلاحيات الممنوحة، يمكن للمستخدم بعمل معجب لأي نص، صورة أو فيديو لأصدقائه ، بالإضافة إلى خاصة التعليق والملف الشخصي<sup>2</sup>

ورغم من كل ما سبق فان الفيسبوك لديه إيجابيات وسلبيات.

أ/- إيجابيات الفيسبوك

\* توفير فرصة التعلم وذلك الرمزي والمحسوس أيضا<sup>3</sup>.

\* تساعد في تنشيط المهارات لدى المستخدم، كما أنها تحقق قدرا من الترفيه والتسلية<sup>4</sup>.

أ/- سلبيات الفيسبوك:

\* إضاعة الوقت وإنتحال الشخصية.

\* الإدمان وإضعاف مهارة التواصل.

1 - سعيداني سلامي، 1000 سؤال في الاعلام والاتصال، مرجع نفسه، ص.109

2-وائل مبارك خضر فضل الله، اثر الفيسبوك على المجتمع ط 1 ، مدونة شمس الدين النهضة، السودان 2010،ص53.

3-محمد العامري،عبد الأمير فيصل،تأثيرات الإجتماعية لإستخدام الشباب العراقي للفيسبوك:دراسة ميدانية بحوث المؤتمر العلمي السادس للإعلام العراقي ومتغيرات العصر، كلية الإعلام ،بغداد 2012،ص.42.

4-حمد الفاتح حمدي وآخرون،تكنولوجيا والإعلام الحديثة "الإستخدام والتأثير"، ط1،مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع،الجزائر 2010،ص89.

\* جرائم الإلكترونية متعددة<sup>1</sup>

\* **موقع ماي سبيس "My space"** : هو أكبر موقع في شبكة الأنترنت للتشبيك الإجتماعي لإصدقاء وماله وقت كتابة النص، وهو يقدم لهم أركان خاصة لتقديم لمحات من حياتهم الشخصية، وهو موقع يحتوي على محرك بحث خاص يعرض نظام البريد الإلكتروني، ويستطيع الناس فتح ملفات إلكترونية عن حياتهم وهو يمد الموقع مستخدميه بمساحة الخصوصية والإندماج الثقافي ويتحاور ملايين الشباب مع بعضهم البعض<sup>2</sup>.

\* **موقع التويتر:** \*تعريفه، كلمة التويتر تعني بغلاجليزية مغرد وهو ماظهر في شكل طائر أزرق كرمز للموقع، وتقوم فكرته على مايسمى بتقنية microblogging أو التدوين المصغر من خلال تكوين شبكة إجتماعية من الأصدقاء أو الأقارب أو المعارف على موقع [Tiwttir.com](http://Tiwttir.com).<sup>3</sup>

ظهر الموقع في أوائل 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة "obvious" الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، وبعد ذلك بدأ الموقع<sup>4</sup> في الإنتشار كخدمة جديدة على الساحة عام 2007 من حيث التدوينات المصغرة<sup>5</sup>.

- **أهداف شبكات التواصل الاجتماعي:** بعد التطرق إلى أشكال مواقع التواصل الإجتماعي الكل بإيجابيته وسلبياته، إلا أن في الإطار العام تسعى هذه الأخيرة إلى تحقيق عدة أهداف نذكر منها:

\* تشجيع تبادل المعلومات الافكار والخبرات المعقدة في كافة المجالات حول العالم وتفعيل نافذة إعلامية غير مكلفة

<sup>1</sup> - محمد السيد حلاوة، رجاء عبد العاطي الحشماوي، العلاقات الإجتماعية للشباب عبر الأنترنت والفييس بوك، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2011، ص 116..

<sup>2</sup> - عبد الحليم موسى يعقوب، الإعلام الجديد، ط1، دار المعرفة العالمية 2011، ص 188.

<sup>3</sup> - محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، ط1، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 50.

<sup>4</sup> - سامية أبو النصر، الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، ط1، المكتبة المصرية، القاهرة، 2014، ص 66.

<sup>5</sup> - سامية أبو النصر، مرجع نفسه، ص 66.

## الفصل الأول: الإعلام الجديد، المفهوم، النشأة، الأشكال

ماديا أو بشريا أو إداريا، و تكوين شبكات علاقات عامة وواسعة على المستوى المحلي والإقليمي والدولي<sup>1</sup>.

\*تنمية القدرة على لإتصال مع الآخرين والحصول على معلومات من مصادرها المختلفة، حيث تتوافر العديد من المصادر مثل الإلكترونية وقواعد البيانات والموسوعات ومواقع التعليمية.

\*تأسيس علاقات عاطفية

\*التسويق الترويج والاعلان<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> -أسعيداني سلامي، الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لدى الشباب المسلم: رؤية إستشرافية من منظور الحتمية الإجتماعية والتكنولوجية، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد2، جمعة غرداية، الجزائر، 2015، ص106.

<sup>2</sup> -حامد سعيد الجير آخرون، واقع ودور شبكات التواصل في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت، مجلة كلية التربية، العدد176 جامعة الأزهر، مصر، 94، 2015، ص 96.

## خلاصة الفصل الأول:

يشكل الإعلام الجديد نموذجا حضاريا وتطورا تقنيا ساهم في شكل كبير في تطوير المنظومة الإعلامية من خلال الخصائص اللامتناهية التي أصبحت تشكل نموذجا فعلا في تحسين إستخدامات الجمهور ولاسيما الصحفي، وهو ما يجعل منه نموذجا يحتل الصدارة في الدول الغربية والعربية على حد سواء، خصوصا إذ تم إستثمار مداخله النظرية في فهم التركيب المجتمعات وخلق نموذج موحد يحسن من الإيجابيات ويقلل من السلبيات في مختلف مجالات الحياة الإقتصادية، الإجتماعية، الإعلامية... إلخ

الفصل الثاني:

أخلاقيات المهنة في القوانين الجزائرية

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

تمهيد:

تعتبر أخلاقيات المهنة من المواضيع المهمة في العملية المهنية لكل المؤسسات سواء كانت ذات طابع عمومي أو خاص خصوصا المؤسسات الإعلامية والاتصالية، لأنها تعتبر القاعدة الأساسية في بناء العلاقات المهنية بين الإعلاميين والصحفيين من جهة ومن جهة أخرى ضبط معالم ممارسة النشاط الإعلام سواء المكتوب السمعي البصري القديم أو الجديد في بيئة القانونية تسعى إلى تحقيق رسالة هادفة تخدم المصلحة العامة للفرد والمجتمع على حد سواء، وقد شكلت أخلاقيات المهنة أهمية كبيرة في القوانين الجزائرية في شكلها التقليدي، كما تسعى هذه الأخيرة إلى مواكبة التطور من خلال سن قوانين وأخلاقيات المهنة تتلائم مع البيئة الإلكترونية الحديثة.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

المبحث الأول: ماهية أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف

1-1- مدلول مقاربتني لمفهومي الأخلاق والمهنة:

إن التعريف بأخلاقيات المهنة، يقتضي بنا الوقوف أمام مفهومي الأخلاق والمهنة:

أولاً- الأخلاق: وتستعمل بمعنى أتيك " **Ethique**" وهو يتناول التصرف الأخلاقي العام لأي

إنسان، بينما تعبير الأخلاقيات يستعمل بمعنى ديونتولوجيا " **Déontologie**" أي مجموعة من

الواجبات والإلتزامات التي تنشأ عن ممارسة مهنة ما، وإن تعبير أتيك حسب أريسطو يعني الطبائع

الشخصية الناتجة عن العلاقات بين الرغبات والعقل<sup>1</sup>، إذا الأخلاق هي منظومة من القيم والمعايير

السلوكية التي يرتضيها المجتمع لنفسه وأفراده نشدا لفضائل الحق والخير والجمال، ومن حيث وظيفتها

توجه الأفراد إلى ما يجب عليهم القيام به وما يجب تجنبه في مختلف المواقف الحياتية والإنسانية، وهي

تركز في وظيفتها إلى مجموعة من القيم الأخلاقية التي توجه السلوك الإنساني توجيهها غائيا يتسم

بالحكمة والفضيلة، فالأخلاق توجه الفرد إلى التمييز بين الخير والشر وبين الحق والباطل<sup>2</sup>، وتجنب

كل السلوكيات السلبية التي تؤثر على حياة الأفراد والمؤسسة<sup>3</sup>.

ثانياً- المهنة: ويقصد بها أنها أي نوع من العمل الذي يحتاج إلى تدريب خاص أو مهارة

معينة، وبشكل أدق هي عبارة عن ممارسة تتطلب مجموعة معقدة من المعارف والمهارات التي يتم

إكتسابها من خلال التعلم الرسمي والخبرة العملية<sup>4</sup>.

1-هدية شمعون آخرون، أخلاقيات المهنة الصحافة في سياق الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ط(1)، مركز تطوير الإعلام، جامعة بيرزيت، فلسطين، 2016، ص6.

2-علي أسعد وطقة، في مفهوم الأخلاق: قراءة فلسفية معاصرة، مجلة شؤون إجتماعية، العدد 119، جامعة التربية، الكويت، 2013، ص95.

3-عبد العزيز الشريف، أخلاقيات الإعلام، ط(1)، دار يافا العلمية، الأردن، 2014، ص49.

4-إبراهيم أبو غزالة، تعريف المهنة، متاح على:

على

[https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81\\_%D8%A7%D9%8](https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%81_%D8%A7%D9%8)

تصفح 2023/03/10، سا 14:00. %D9%85%D9%87%D9%86%D8%A9

**ثالثاً- أخلاقيات المهنة:** مجموعة من المبادئ والمعايير التي تعد مرجعاً للسلوك المطلوب لأفراد المهنة الواحدة، والتي يعتمد عليها المجتمع في تقييم أدائهم إيجاباً أو سلباً<sup>1</sup>، ويتعهدون بإلتزامها ومراعاتها وعدم الخروج عن أحكامها<sup>2</sup>، بحيث تنظم سلوكهم وأموهم في إطار ممارسة المهنة<sup>3</sup>.

### ثانياً- تعريف أخلاقيات المهنة الإعلامية:

حيث يعرفها **مجمع اللغة العربية بالقاهرة** "أخلاقيات المهنة الإعلامية بإعتبارها مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في موثيق الشرف المهنية، يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات عليهم في حالة الخروج عنها"<sup>4</sup>.

ويعرفها **كوليهن أليوت**: "أنها الأخلاق تتناول مشكلات متصلة بسلوك الصحفيين، والمحررين، والمصورين، وجميع العاملين أو ممن يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها"<sup>5</sup>.

في حين يعرفها **سليمان صالح** "أنها منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين خلال قيامهم بتغطية الأحداث، وتوجيههم لإتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات ودورها في المجتمع"<sup>6</sup>.

ويضيف **جورج صدقه** على أنها "مجموعة من القيم ومبادئ خلقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عمله، وكذلك تلزم بها المؤسسات الإعلامية، وتتمثل هذه الأخلاق في قيم عامة وتقاليد وتصرفات بعضها عام ومشترك كقيم المصادقية و النزاهة والموضوعية وبعضها خاص بالمجتمعات والمؤسسات، وقد باتت هذه

<sup>1</sup>- بلال خلف السكرانة، أخلاقيات العمل، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص56.

<sup>2</sup>- عابد المشوخي، أخلاقيات المهنة الوراقة في الحضارة الإسلامية، مجلة ملك السعود، العدد2، السعودية، 2003، ص104.

<sup>3</sup>- الطاهر محسن الغالي، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، (ط1) دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص117.

<sup>4</sup>- مجمع اللغة، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة، 2008، ص28.

<sup>5</sup>- بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، (ط1)، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص61.

<sup>6</sup>- سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، (ط1)، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004، ص12.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

المبادئ متجسدة في نصوص تشريعية أو موثيق الشرف مكتوبة أقرتها إتحادات الصحفيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية<sup>1</sup>.

وتضيف الدكتورة سامية محمد تعريفا لأخلاقيات المهنة على أنها "مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني للمؤسسات الإتصالية"<sup>2</sup>.

في حين يرى العديد أنه لا يقصد بأخلاقيات المهنة التي ترتبط بالمهنة والوسيلة وإنما التي ترتبط بالجمهور الوسائل الإعلام، حيث تقع على عاتق جميع الأشخاص المشتركين في عملية جمع الأخبار وتوزيعها من محررين ومصورين، ورؤساء التحرير، وناشرين وغيرهم من مسؤولي المؤسسات الصحفية، وهم ملزمين بالتقيد قبل كل شئ بالموضوعية والدقة وفيما يتعلق بنقل ونشر، ومن مبادئ أخلاقيات العمل الإعلامي، التي تطرحه بقوة إتجاه الجمهور مسألة الخصوصية وإحترامها، دون أن يشكل إعتداء على حقوق الآخرين وحق الفرد. من خلال معايير الأخلاقية التي ستند إليها المجتمع لتمييز ما هو الصحيح وما هو خاطئ.

-ومن خلال ماسبق يمكن القول بأن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي تلك المعايير والقيم السلوكية التي تنظم مهنة الإعلام وتؤطرها من جميع الجوانب والإلتزام بها تعد من أهم متطلبات نجاح الفرد وتتلخص أهمها في الصدق، إحترام الكرامة الإنسانية، النزاهة والإستقلالية وكذا المسؤولية<sup>3</sup>.

### ثالثا- نشأة أخلاقيات المهنة الإعلامية:

لقد شهدت أخلاقيات المهنة الإعلامية تطورا أخلاقيا ملحوظا في الدول الغربية والعربية على حد سواء وسنرصد أهم بدايات لكل منها:

<sup>1</sup>- جورج صدقة، الأخلاق بين المبادئ والواقع، ط(1)، مؤسسة مهارات، بيروت، 2008، ص13.

<sup>2</sup>--محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، العدد3، الكرلاء، 2012، ص195.

<sup>3</sup>- ثايت مصطفى، أخلاقيات المهنة في التشريعات الإعلام الجزائرية، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد2، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2017، ص14.

تعتبر أول محاولات في وضع أخلاقيات المهنة للصحيفة برزت سنة 1918 بفرنسا، فبعد الحرب العالمية الأولى وبعد الدور الذي لعبه الإعلام خلال هذه الحرب ظهر بذلك ما يعرف بـ "ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الفرنسيين"، الذي يعتبر أول تقنيين في مجال أخلاقيات المهنة في فرنسا حيث جاء فيه ما يلي:

\*الصحفي الجدير بهذا اللقب مسؤول عن كل ما يكتبه من مقالات حتى تلك المجهولة الاسم.

\*عدم إستغلال منصبه كصحفي لتلبية مصالحه الخاصة وإستغلال الحرية.

ويعتبر هذا النص من أقدم النصوص المتبناة من طرف النقابة الوطنية للصحفيين الفرنسيين .S.N.J<sup>1</sup>

### 2-الولايات المتحدة الأمريكية:

إن أول محاولة لوضع أخلاقيات المهنة الصحفية في الو.أ.م، قد إصطلح عليه "قانون الأدب" وما يقابلها باللغة الإنجليزية " **Code of ethics sigma delatachi** "، عام 1926 من طرف نقابة صحيفة مهنية التي كان لها صدى واسع بين الصحفيين، وتضم ثلاث محاور أساسية :

المحور الأول : خاص بالأدب<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-جمال بن خالد، أخلاقيات المهنة الإعلامية: رؤية نظرية حول أخلاقيات المهنة لدى الصحفيين، الملتقى الدولي الأول، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014، ص4.

<sup>2</sup>- روادنيايوزوق، أخلاقيات الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر: دراسة ميدانية بجريدة آخر ساعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2009-2008، ص46.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

المحور الثاني: خاص بالدقة.

المحور الثالث: يرتبط بالسر المهني<sup>1</sup>.

3- مصر<sup>2</sup>:

لقد جاءت المحاولة الأولى لوضع أخلاقيات المهنة في شكل الدكتوراة للدكتور "مختار التهامي" من قسم الصحافة بجامعة القاهرة، وإحتوت هذه المبادرة على المستوى العربي على بنود ومواد منظمة ومؤطرة للمهنة الصحفية هي كالتالي:

- الدفاع عن السلام و الإبتعاد عن التعصب وإحترام الكرامة البشرية والمسارات بين الناس.
- التعاون بين الشعوب وتدعيم أوصال الأخوة بينهما لتحقيق السلام، وهو الهدف الأساسي للصحفي.
- إعتبار وسائل الإعلام أقوى وأقدم وسيلة للنشر الثقافة وتبادلها بين الشعوب.

4- الجزائر:

لقد كانت بداية أخلاقيات المهنة في الجزائر من مبادرة من النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين التي أصدرت في 13 أفريل سنة 2000 من خلال مؤتمر الصحفيين الجزائريين والإتحاد الوطني للصحفيين في الجزائر، حيث أن هذا المؤتمر نص على أن الصحفي الممتهن مهما كان وضعه هو الشخص الذي يكون له عمل المنتظم والرئيسي المدفوع من ممارسة مهنة واحدة من وسائل الإعلام أو أكثر، التي يكون الجزء منها الأكبر من دخله، كذلك نص على الحق في المعلومات<sup>3</sup> والحرية في الكلام، حيث

<sup>1</sup> روادنيا بوزوق، أخلاقيات الممارسة الصحفية المكتوبة في الجزائر، المرجع نفسه، ص 46

<sup>2</sup> - خالد لعلاوي، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري: دراسة قانونية بنظرة إعلامية، ط(1)، دار بلقيس، الجزائر، 2011، ص 116.

<sup>3</sup> - خالد لعلاوي، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري: دراسة قانونية بنظرة إعلامية، المرجع نفسه، ص 116.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

تعتبر من الحريات الأساسية التي تتشارك في الدفاع عن الديمقراطية والتعددية الإعلامية، ومن هنا تنبثق جميع الحقوق وواجبات الصحفيين<sup>1</sup>.

### 2-1 أهمية أخلاقيات المهنة:

تكتسي أخلاقيات المهنة الإعلامية أهمية كبيرة وبارزة بالنسبة للفرد والمجتمع على الوجه العموم وعلى الصحفي العامل في مختلف المؤسسات الإعلامية المكتوبة أو السمعية أو سمعية بصرية على الوجه الخصوص، ومن بين الأهمية التي تحققها أخلاقيات المهنة نذكر منها:

1- تساعد الفرد على إكتساب قوة الإرادة، وسلوك الطريق القويم والإقتداء بهذه الأخلاق في الحياة العملية مما يجعلها تقضي على الجرائم والانحرافات<sup>2</sup>.

2- تساهم أخلاقيات المهنة الإعلامية في القضاء على التبعية للمؤسسات الإعلامية وعلى الصحفي بجد ذاته<sup>3</sup>.

3- تجنب أخلاقيات المهنة الإعلامية الوقوع في أخطاء المهنية.

4- تحقيق التواصل والترابط ما بين الشعوب والحضارات والثقافات المختلفة<sup>4</sup>.

5- مساهمة أخلاقيات المهنة في ظهور العديد من المواثيق سواء الوطنية أو الإقليمية أو الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي<sup>5</sup>.

<sup>1</sup>- عائشة كريكت، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائل الإعلام الجديد، المرجع سابق، ص125.

<sup>2</sup>- ريا عبد الستار، محاضرات في أخلاقيات المهنة، الجامعة المستنصرية كلية القانون العراق، 2019-2020، ص4.

<sup>3</sup>- منى سعيد الحديدي وآخرون، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، ط1، الدار البانينية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص622.

<sup>4</sup>- بسام عبد الرحمن المشاقبة، الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص27.

<sup>5</sup>- غادة عبد التواب، المدخل الوظيفي والجماهيري للإعلام الصحفي: أليات الممارسة وصناعة الكلمة المقروءة، ط1، مؤسسة حوراس الدولية، الإسكندرية، ص263، (بتصرف).

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

### 3-1 أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية :

تظهر أخلاقيات المهنة الإعلامية في أشكال عديدة ،حيث ينفرد كل شكل من الأشكال بخاصية نذكر منها:

#### -أخلاقيات خاصة بتعامل الصحفي أو الإعلامي مع مصادره:

وهي أن يلتزم الإعلامي أو الصحفي بسرية المصادر من أن يكشف هوية وإسم المصدر الذي إستخلص الأخبار والمعلومات منه<sup>1</sup>.

#### -أخلاقيات خاصة بتعامل الإعلامي مع المواطنين من جمهور:

وتشمل عدم التطفل على حياة الآخرين والخوض في أمورهم الشخصية ،والكشف عن أسرار حياتهم الخاصة وإستغلاله لتحقيق مصالح معينة سواء كانت شخصية أو عامة.

#### -أخلاقيات الخاصة بالإعلان:

وهي مبادئ تقوم على الحرص وتجنب نشر الإعلانات الخمر والمخدرات والسجائر.....إلخ، وعدم عرض الإعلانات التي تشمل على القذف والسب والألفاظ النابية وإنتهاك الآداب وقضايا الجرائم،والحرص على نسبة المادة الإعلانية المتفق عليها دوليا ومبادئ المجتمع والممارسات القومية.

#### -أخلاقيات خاصة بحقوق الرماله بين الإعلاميين:

ذلك عدم الإعتداء على الزملاء المهنة بالقذف والسب أو المعاملة السيئة من إحتقار أو السخرية من الرأي الآخرين أو الإعتداء على حق الزميل كسرقة مادته الإعلامية وإنتحال آراء غيره ونسبه إليه<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-ليلي عبد المجيد،التشريعات الإعلامية العربية ،دار النهضة،القاهرة،2000،ص15.

<sup>2</sup>-لبنى مهدي ،أخلاقيات المهنة الإعلامية أخلاقيات المهنة الإعلامية؟،متاح ما-هي-أشكال-أخلاقيات-المهنة-الإعلام متاح على: <https://e3arabi.com/media/%E2%80%8F> تصفح يوم15/03/17:15:00:2023 سا.15:00

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

### أخلاقيات خاصة بالسياسات التحريرية لوسائل الإعلام :

وهي أن تقوم مختلف التحريريات الإعلامية على الصدق والدقة في تحري الأخبار والإنصاف وتجنب تحريف أو تشويه.

### أخلاقيات خاصة بوسائل الإعلام والمجتمع وقيمه وعاداته وتقاليده:

ويدخل في ذلك عدم التحريض على كل ما يخالف القيم والعادات والمعايير التي يقوم عليها المجتمع من إثارة الفاحشة والتحريض على العنف والسلوكيات الشاذة وعدم التأثير على سير العدالة.....إلخ.

### أخلاقيات ومعايير المستوى المهني للإعلاميين :

وتقوم على أن يتحلى الإعلامي بدرجة عالية من النزاهة بحيث يضع في فكره أن الإعلامي الصالح هو الذي يسعى إلى التفوق في مهنته ملتزما بقوانينه.

### 4-1 مصادر أخلاقيات المهنة الإعلامية:

تعدد وتنوع مصادر في المجتمع والمؤسسات الإعلامية وذلك على حسب البيئة العامل في مؤسسة عمومية أو خاصة والتي تخضع إلى أخلاقيات تنظم هذه البيئة وتستمد هذه الأخيرة بنودها وقواعدها من عدة مصادر تتجلى كالآتي<sup>1</sup>:

#### I. مصادر عامة

أولاً: المصدر الديني: يمثل هذا المصدر في المجتمع الإسلامي أهم مصدر لأخلاقيات المهنة، إذ يوفر لها اخلق رقابة ذاتية في الفرد<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> اراجح الصادق، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004، ص24--

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

ثانيا: **التنظيمات المهنية:** إن الإجراءات الغالبة الذي تقوم عليه هذه التنظيمات هو إصدار قواعد السلوك المهني، لكن ما تتميز به هذه القواعد الصادرة عن هذه التنظيمات أن ليس لها القوة الإلزامية<sup>2</sup>.

ثالثا: **المصدر الاجتماعي:** إن لكل مجتمع ثقافته الخاصة والتي تنظم حركته وتحدد قيمته ومعتقداته وعلاقاته وولاء وانتماء أفراده، ومن المعروف أن أهم ما يكون ثقافة المجتمع الجوانب الاجتماعية المتمثلة في القيم والمعتقدات والعادات ونمط الممارسات الحياة الاجتماعية، فالمجتمع الذي يتمسك أفراده بمصالحهم الضيقة فإن ذلك يؤثر في السلوك المهني فينتقل هذه الأنماط من السلوك إلى مؤسسة عمله<sup>3</sup>.

## II. مصادر خاصة

أولاً: **السياسة الإعلامية:** تتأثر أخلاقيات المهنة الإعلامية أساسا بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي تعمل فيه الصحفيين والمؤسسات الإعلامية المختلفة، والتي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها<sup>4</sup>.

1- أسامة محمد خليل الزيناتي، دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحوكمة الفلسطينية، مذكرة لنيل الماجستير، تخصص القيادة والإدارة، جامعة الأقصى، فلسطين، 2014، ص 23.

2- لامية طالة وأخرون، المعايير الأخلاقية والمهنية الإعلامية في الصحافة الجزائرية: الصحافة الخاصة أنموذجا، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 10، العدد 1، جامعة أحمد درارية، الأدرار، 2022، ص 260.

3- أسامة محمد خليل الزيناتي، دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحوكمة الفلسطينية، مرجع سابق، ص 23.

4- صالح خليل أبو أصبع، الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرام للدراسات والتوزيع، عمان، 1995، ص 265.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

**ثالثا: فريق العمل:** هنا يعتبر الفريق أكثر من مصادر أخلاقيات المهنة تأثيرا في المؤسسة بالإضافة إلى ذلك فهي تحدد العلاقة ما بين الصحفيين أنفسهم في المؤسسة الصحفية مع التركيز على أهمية الإبتهاات الإيجابية والسلبية التي تؤثر بدورها على الصحفيين .

**رابعا: المؤسسة الصحفي ذاتها:** بحيث تقوم المؤسسة بوضع مجموعة من التقاليد والتي تساهم في تحقيقها أهدافها ، وبالتالي فإن الآثار السلبية تعكس على طبيعة الأنشطة الإعلامية ، وبالتالي المؤسسة هي التي تحدد القيم التنظيمية التي تسير عليها والتي تترجم سياسات المؤسسة إلى واقع عملي يساعد في إتخاذ القرارات من شأنها توجيه القوى البشرية والمادية للمؤسسة ، لتحقيق أهدافها المرغوبة على أساس أحسن.

### 5-1 المرتكزات الأساسية لأخلاقيات المهنة الإعلامية:

لقد أضفت البيئة الإعلامية الإلكترونية مبادئ جديدة إلى العمل الصحفي الإلكتروني، إضافة إلى ماهو موجود ومتعارف عليه ومن أهم المرتكزات أخلاقيات المهنة:

- **مشاركة المواطن:** وذلك من خلال أن البيئة الأنترنت جعلت من الجمهور شريكا فعليا في تحرير محتوى المواد الصحفية والإعلامية الإلكترونية.

- **إعتماد مصادر متعددة:** تعد الأنترنت بيئة خصبة للصحفيين تساعدهم في إنجاز أعمالهم وإثراء المعرفة ، وقد يحدد فيه الصحفي معلومات قيمة وموضوعية وحديثة وفريدة، وقد تكون معلومات خاطئة وقديمة أوجودتها أقل بكثير من سابقتها فمثلا بعض الإعلاميون يعمدون إلى إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>- محمد حسام الدين، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003، ص15 (بتصرف). -

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

- الملكية الفكرية: تخص الملكية الفكرية حق الفرد في إنتاجه الفني الإبداعي سواء كان شكل أو نص أو صورة أو فيديو أو رسم وغيرها من الأشكال التعبيرية، وقد إزدادت أهمية الملكية الفكرية مع ظهور الإعلام الرقمي حيث شكلت السرقة الفكرية المباشرة وغير المباشرة هينة دون ربطها بالمصدر العمل.

### مبادئ أخلاقيات المهنة الإعلامية:

ترتكز أخلاقيات المهنة الإعلامية على مجموعة من المبادئ ينبغي على كل الصحفي الإلتزام بها وتبنيها ويحددها "الدكتور عزي عبد الرحمن" بي:

أ/- المصدقية: تقديم تقرير صادق وشامل وذكي عن الأحداث اليومية.

ب/- إعتبار الإعلام مجالا للتعبير الإجتماعي: أن تعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد.

ج/- التغطية الغير الإقصائية: أن يقدم صورة للجماعات المتنوعة التي يتكون منها المجتمع.

د/- تنمي الحياة الديمقراطية: أن تبرز أهداف المجتمع وقيمه وتوضحهما.

ه/- حق الحصول على المعلومات: أن توفر المعلومات كاملة عما يجري يوميا.

### مخاطر غياب الأخلاقيات العمل الإعلامي:

إن أخلاقيات المهنة الإعلامية تشكل قاعدة أساسية في مختلف المجالات، وحتى إذا كان تواجهها نسيبا فإنها تعزز أهمية كبيرة تجنب الوقوع في مخاطر عديدة تبلورنتيجة غياب قوانين وأخلاقيات وهي:

✓ تركز الملكية وسائل الإعلام الجديد في أيادي كبرى والسلطة.

✓ الدمج بين المهنة والبعد الإعلاني والمالي الذي تحمله الأخطاء المهنية المرتكبة.

✓ تراجع مصداقية المهنة<sup>1</sup>.

✓ العلاقات الملتبسة بين الصحفيين والسياسيين..... إلخ.

<sup>1</sup> - العربي بوعمامة، رقاد حليلة، نظرية الواجب الأخلاقي: من الإفتراضات إلى الممارسة المهنية، المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي، العدد4، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2018،

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

- ✓ خطر الحد من الحريات الصحافية<sup>1</sup>.
- ✓ فتح المجال لظهور الفساد الإعلامي وغياب النزاهة.
- ✓ عدم إحترام القيم الإنسانية.
- ✓ تشجيع وجهات النظر الغائية داخل من جهة واحدة، وعادة ماتكون ضمن مجموعة الرفاق مع إقصاء الآراء المناقضة أو النافذة<sup>2</sup>.
- ✓ زيادة الإهتمام والتركيز على الصراع مقارنة بالتعون بين مختلف الأفراد والمؤسسات في مختلف القضايا<sup>3</sup>.

### ثانيا: تعريف ميثاق الشرف :

هناك عدة تعريفات تناولت ميثاق الشرف نذكر منها:

يعرفه جون بيرتران " أنه قواعد أخلاقية لإرشاد وتوجيه عمال الصحفيين ويشتمل الميثاق على ثلاثة عناصر أساسية وهي:

1. القيم الأساسية بما في ذلك إحترام الحياة والتضامن الإنساني.
  2. محظورات أساسية بما في ذلك أن لا يكذب الصحفي أو يسبب أذى للغير.
  3. مبادئ صحفية تشتمل على الدقة والنزاهة<sup>4</sup>.
- كما يعرف الميثاق على أنه مبادئ رئيسية تشجع على ممارسة الإعلام في إطار من الإستقلالية والحرية

<sup>1</sup>- أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2017، ص.11.

<sup>2</sup>- جورج صدقة، الأخلاق بين المبادئ والواقع، ص 27-29.

<sup>3</sup>- Lee wilkim setalthehann .book of mass media ethiesreaatldgeK، New-York، 2009p144.

<sup>4</sup>- محمد حسين أبو عرقوب، إتجاهات الصحفيين الأردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي، مرجع سابق، ص.25.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

المسؤولة والمهنية رفيعة في الأداء وظائف الإعلام وإحترام التوابث الجامعة والمرجعيات والمكتسبات الوطنية<sup>1</sup>. وهناك من يرى أن ميثاق الشرق "مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الإلتزام بها من جانب الصحفيين والإعلاميين في المجتمع<sup>2</sup>.

### 1- نشأة ميثاق الشرف الأخلاقية:

لقد كانت ميثاق أخلاقيات الصحفيين في بداية الأمر مسألة عقد أخلاقي بين كل من محرر وبين كل صحفي مع القراءة، و هم مساءلة قوانين للتعلق بها والإحتفاظ على الإتفاقية الجماعية للصحفيين، وهناك من يعتبر ميثاق "الشرف الأعظم" الذي أقرته بريطانيا سنة 1215 معقدا بين المؤسسات والأفراد، هو اللبنة الأولى لميلاد ميثاق الشرف، وهناك من يذهب إلى أن العهد هو ميثاق الذي ولد مع الديانات بالرغم من أن الكلمتين (العهد والميثاق) مختلفان، فإن كان العهد يمثل الطقوس الدينية، فإن الميثاق يجسد العلاقة بين الأفراد، وإذا كانت الأخلاقيات قد إرتبطت بالصحافة فإن الميثاق الشرف إرتبطت بالنقابات والإتحادات والجمعيات الصحفية، على عكس مدونات السلوك العمل الإعلامي ترتبط بالعمل الإعلامي في المجالي السمعي البصري والإعلام الإلكتروني<sup>3</sup>.

### 2- أقسام ميثاق الشرف

تنقسم الميثاق الشرف المرتبط بالمجال الإعلامي عموما إلى قسمين:

<sup>1</sup>-عبد الرحمن داوود، ميثاق الشرف الإعلامي، منشورات الإتحاد صناعاء، صنعاء، 2016، ص8.

<sup>2</sup>-نصر حسني، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي ط(1)، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة للجمهورية اللبنانية، 2018، ص281.

<sup>3</sup>-نور الدين بقدروري، أخلاقيات العمل في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، مرجع سابق، صص 118-119.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

1/- الميثاق الإلزامية: تكون إجبارية يجب على الإعلامي أو الصحفي تنفيذها، ويعاقب من يخالف أو ينتهك ماجاءت به من معايير السوك المهني، وتتخذ إتجاهاته إجراءات العقاب كالتأنيب العام أو إيقاف عن مزولة المهنة<sup>1</sup>.

2/- الميثاق الإختيارية: وهي ميثاق تقوم أساسا على رغبة تابعة من العاملين، بحيث يترتب على موافقتهم وإلتزامهم بتنفيذ ماجاء فيها أثناء ممارستهم وتعد هذه الميثاق بمثابة تنظيم ذاتي.

### 3- عوامل ظهور ميثاق الشرف:

لقد زاد الإهتمام في الأونة الأخيرة بأخلاقيات الصحافة والإعلام، فظهر العديد من مدونات السلوك أو ميثاق الشرف التي تضعها النقابات أو جمعيات لها علاقة بالعمل الإعلامي خصوصا النقابات الصحفيين ويعود الإهتمام بها نظرا لعدة أسباب وعوامل:

### 1/- تطور التكنولوجيات الإتصال وثورة المعلومات:

إن التطور السريع في الحصول على المعلومات سينتج له عدة طرق جديدة للتعامل مع الأخبار وجمع المعلومات من مصادرها، وبالتالي إعادة نشرها مما يساهم في ظهور العديد من القوانين والميثاق سواء الوطنية أو الإقليمية أو حتى الدولية لأخلاقيات العمل الإعلامي.

### 2/- أزمة المصادقية<sup>2</sup>:

<sup>1</sup>- سمير دحماني، أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية: قراءة لعينة من قوانين الإعلام الجزائري، مجلة صوت القانون، العدد 2، جامعة الجليلي بونعامة، خميس مليانة الجزائر، 2019، ص 60.

<sup>2</sup>- سمير دحماني، ضوابط المسؤولية الاجتماعية في الممارسة الإعلامية بين النصوص القانونية والتشريعية: وسائل الإعلام المرئي في الجزائر نموذج دراسة ميدانية على القائم بالإتصال وجمهور وسائل الإعلام، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراة، تخصص إعلام وإتصال، جامعة الجليلي بونعامة، الجزائر، 2018-2019، ص 154-

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

تعد المصداقية الصحفي من الركائز الأساسية في عمله اليومي والمهني، كما يعد الصدق من عناصر الخبر الرئيسية لكن التطور الهائل في تكنولوجيا الإتصال وسهولة عملية النقل المباشر، كلها ساعدت في تراجع نسبة مصداقية الصحفي مما يجعل من عنصر الثقة بين الجمهور ووسائل الإعلام غير متوفر.

### 3-تحسن نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام :

ويعني تحسن نوعية وسائل الإعلام التي يجب أن تقدم للمعلومات بحيث تجعل الإنسان لأن يكون فاعلا في مجتمعه، وتوسع مداركه وعنصر متعاون في المحيط الذي يعيش فيه<sup>1</sup>.

### 4-تصنيفات موثيق الشرف:

هناك عدة تصنيفات لموثيق أخلاقيات المهنة، ترتبط بحسب المجال الخاص لكل من مجالات ممارسات الأخلاقيات المهنة وهناك موثيق شرف ترتبط بالمجال المكاني:

موثيق مرتبطة بالمجال:

❖ موثيق الخاصة بوسائل الإتصال: وهي الصحافة، الكتب، السينما، المسرح، الإذاعة الإلكترونية، الإتصال

الإفتراضي<sup>2</sup>.

❖ موثيق تهتم بجوانب المضمون الإتصالي التعليمي: تشمل الإعلام، التسلية، الإعلان المباشر وغير

المباشر<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>جميلة قادم، أخلاقيات العمل في التشريع الجزائري، مجلة الأستاذ للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 6، العدد 2، جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2021، ص 383.

<sup>2</sup>-خالد العزي، التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا 2020، ص 72.

<sup>3</sup>فاطمة الزهراء تنيو، المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد بين التضييل وتنوير الرأي العام، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، العدد 2، جامعة عمار ثليجي الأغواط، 2019، ص 240.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

❖ موائيق تهتم بجوانب صناعة الإتصال: وقد تهتم بجانب واحدا أو أكثر من جوانب صناعة الإتصال كأن

تغطي في الصحيفة مثلا التحرير، الأخبار، الأحداث الجارية، الإعلان والتوزيع<sup>1</sup>.

موائيق ترتبط بمكان الجغرافي:

موائيق الشرف الصحفي أو أدلة السلوك المهنيكون عالمية أو طنية أو إقليمية وحتى المحلية<sup>2</sup>.

### 5- أهداف موائيق الشرف الإعلامية:

رغم الإختلافات التي يتم فيها وضع وصياغة موائيق الشرف من بلد لآخر ومن نظام لآخر، إلا أنها

تأتي جميعا في سبيل التنظيم الذاتي المهني للمهنة، الذي تقوم به المجتمعات الصحفيين لتحقيق عدة

أهداف نذكر منها:

-رفع المكانة المهنة الصحافة من الأخطاء المهنية من خلال ضبطها أخلاقيات بما يتماشى مع تقدم

المجتمعات.

-حماية المهنة الإعلامية من الأخطاء المهنية، وجعلها موردا أساسيا للمعلومات والآراء وبناء الرأي

العام.

-منع ممارسي المهنة من إستغلالها لأغراض شخصية ومصالح ذاتية، وكذلك حماية خصوصيات

الفئات المهنية والضحايا من الإستغلال الصحفي ومن المتاجرة بأحزابهم لأغراض الترويج

للمؤسسات مواد صحفية عقيمة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>-مزعين مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2019، ص18.

<sup>2</sup>-يحي شيقر، موائيق الشرف المهني، مؤتمر الإعلاميات السادس، جامعة عمان، الأردن، 25-29/6/2007، ص12، متاح على

[http://www.womengateway.com/NR/exeres/E5890275-0F15-47EB-9093-](http://www.womengateway.com/NR/exeres/E5890275-0F15-47EB-9093-B49702D9938C.htm)

[B49702D9938C.htm](http://www.womengateway.com/NR/exeres/E5890275-0F15-47EB-9093-B49702D9938C.htm)

<sup>3</sup>-صالح شارقة وآخرون، مساق أخلاقيات الإعلام، ط(1)، مركز التطوير الإعلام، جامعة بيزيت، فلسطين، 2017، ص33.

### المبحث الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية:

لقد مرت أخلاقيات المهنة الإعلامية في قوانين الجزائرية بمرحلتين وقد غنردت كل مرحلة بقوانينها وخصائصها وميزاتها:

#### 1- المرحلة الأولى أخلاقيات ما قبل التعددية:

##### 1- أخلاقيات المهنة الإعلامية من خلال القانون الأساسي للصحفي للمهنيين لسنة 1968:

جاء القانون الأساسي للصحفيين المهنيين الصادر في التاسع ستمبر 1968، لتنظيم القواعد المتعلقة بجميع الأشخاص الذين يمارسون مهنة الصحافة والذي نص في مادته الخامسة ما يجب أن يلتزم به الصحفي المهني أخلاقيات المهنة:

- أن يمارس وظيفته ضمن نشاط توجيه نضالي.

- أن يمتنع عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السماح بإشاعتها.

- أن يلتزم بالسرية المهنية ماعدا القضايا الأسرار العسكرية الماسة بأمن الدولة الداخلي والخارجي.

- أن يمنع عن إستعمال الإمتيازات المرتبطة بوظيفته لأغراض شخصية.

- أن يمتنع عن إستعمال أي غرض إعلاني قد يشيد بمزايا منتج يستفيد ماديا من بيعها أو إنجاحها بصورة مباشرة أو غير مباشرة<sup>1</sup>.

##### 2- أخلاقيات المهنة الإعلامية في قانون 1982:

يعتبر القانون الصادر رسميا بتاريخ 6 فيفري 1982 أول قانون جامع مانع للإعلام في تاريخ الجزائر المستقلة، وجاء في وقت أصبحت الصحافة تعاني من ضغوط كبيرة وفي ظل فراغ قانوني كبير، وكانت خلال هذه

<sup>1</sup>- أمر رقم 525-68 مؤرخ في ستمبر 1968، يتضمن القانون الأساسي بالصحفيين المهنيين، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 75، ص 151

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

الفترة تسير الأجهزة الإعلامية والقائمين عليها بقوانين مجزئة كما هو الحل بالنسبة لقانون المؤسسات الصحفية

الصادرة في نوفمبر 1967 والقانون الصحفي الصادر في سبتمبر وقانون النشر الصادر عام 1973<sup>1</sup>.

وقد تطرق المشرع الجزائري إلى أخلاقيات الإعلام في قانون 1982 بمواد قليلة يمكن حصرها في:

**\*المادة 35**" نصت على ضرورة إلتزام الصحفي بمبادئ حزب جبهة التحرير الوطني، ويدافع على قيم المذهب

الإشتراكي" وبالتالي فالصحفي مقيد هنا بأديولوجية الحزب الواحد في نشاطه الإعلامي<sup>2</sup>.

**\*المادة 42**: فقد حددت ما يجب أن يقوم به الصحفي " بضرورة الإحتراس من نشر الأخبار الخاطئة

أو إستعمال الإمتيازات المرتبطة بمهنة الصحافة من أجل المصلحة الشخصية أو تمجيد خصال

المؤسسة أو مادة تعود عليه بفائدة."

**\*المادة 43**: "يجب على الصحفي المحترف زيادة على إحترام مبادئ أخلاقيات المهنة

والمسؤولية الإجتماعية، أن يجعل عمله مندرجاً في إطار السمو بالنشل العليا لتحرير الإنسان والسلام

والتعاون ضمن روح العدالة والمساواة بين الشعوب."

**\*المادة 45**: "للصحفي المحترف الحق والحريّة الكاملة في الوصول إلى مصادر الخبر في إطار

الصلاحيات المخولة لع قانوننا."

**\*المادة 48**: "سر المهنة حقاً وواجب معترف به للصحفيين ."

وتمثل سنة 1982 أهم محطة في تاريخ الإعلام في الجزائر، وفيها ظهر أول قانون لبلاد، كما سجلت ذات

السنة مناقشات وحوارات حول قطاع الإعلام من طرف الحزب الواحد، وربما يعود الإهتمام في هذه الفترة<sup>3</sup> إلى

<sup>1</sup>- سلمان فوزي عمر، المسؤولية المدنية للصحفي، ط(1)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 252، 2007 ص.

<sup>2</sup>- قانون 182 رقم مؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق ل 06 فبراير 1982 يتعلق بقانون الإعلام، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 6 الصادر في 09 فبراير 1952 ص 266.

<sup>3</sup>- نورالدين تواتي، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، ط(1)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 22-25.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

خصوصية المتغيرات السياسية والإقتصادية والإجتماعية لهذه المرحلة وتغيير المسؤولين بعد وفاة الرئيس "هوارى بومدين"، وبالتالي تغيير المسؤولين والثلغرات الذي ظهرت في قانون نفسه أدى إلى ظهور قوانين لأخرى<sup>1</sup>.

### 2- المرحلة الثانية: أخلاقيات المهنة بعد التعددية

يرى العديد من الباحثين أنه قبل إقرار التعددية السياسية بتاريخ 1989، لم يكن هناك حديث عن أخلاقيات وأداب الصحافة، لأن الصحفي في تلك العهدة كان مجرد موظف في خدمة برامج النظام السياسي وأيدلوجيته، بحيث تعتبر مصادر ومفهوم أخلاقيات المهنة وقواعد المهنة الصحفية في الجزائر إنعكاس لطبيعة النزاهة الساسي وتطويره لدور الإعلام في المجتمع، ويرى أن مصادر أخلاقيات المهنة هي السلطة العمومية والمؤسسات الإعلامية والمنظمات المهنية ويعتبر القانون الإعلام 1990 من بين أهم المكتسبات التي حققتها الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988، ويتضمن هذا القانون 106 مادة موزعة على تسعة أبواب ومن المواد التي نصت على أخلاقيات المهنة نذكر<sup>2</sup>:

**المادة 03** وتنص على ممارسة الصحفي لخلق الإعلام بحرية "يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني ."

**المادة 26** وتوجب هذه المادة على "يجب ألا تشمل النشرة الدورية والمتخصصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها ومقصدها على كل ما يخالف الخلق الإسلامي والقيم الوطنية وحقوق الإنسان أو يدعوا إلى العنصرية والتعصب والخيانة سواء كان ذلك رسماً أو صورة أو حكاية أو خبر أو بلاغا، كما يجب ألا تشمل هذه النشرات على أي إشهار أو إعلام من شأنه أن يشجع على العنف<sup>3</sup>

<sup>1</sup> نور الدين بقديوري، أخلاقيات العمل في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، مرجع سابق .

<sup>2</sup> -السعيد بومعيرة أخلاقيات وأداب المهنة في التلفزيون الخدمة العمومية: حالة التلفزيون الجزائري، الملتقى الدولي، معهد علوم الأخبار تونس، أفريل، 2009، ص12.

<sup>3</sup> -الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، العدد 14، تاريخ 3 أفريل 1982، ص114 .

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

والجنوح" ومن هنا فإن هذه المادة وضعت حدود للممارسة الإعلامية، وأوجبت النشرية الدورية مهما كان نوعها الإلتزام بهذه الحدود.

ونص هذا القانون في مادته 36 على حق الوصول إلى مصادر الخبر إضافة إلى عدم جواز أن ينشر أو يفشي معلومات من الممكن أن تمس الوحدة الوطنية وحقوق المواطن وغيرها. وتعتبر المادة 40 المادة التي تحدد أخلاق وأداب المهنة، وبذلك يعتبر أول قانون حدد مبادئ لهذه الأخلاقيات، حيث ألزمت الصحفي بأن يحترمها في ممارسته المهنية، وأصبح واجب عليه ذلك وخصت هذه المادة مايلي:

- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحريةهم الفردية.
- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي.
- تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح.
- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث.
- الإمتناع عن تنويه المباشر وغير المباشر بالحرفية وعدم السماح والعنف.
- الإمتناع عن الإنتحال والإفتراء والقذف والشائبة.
- الإمتناع إستغلال السمعة المرتبطة بالمهنة لأغراض شخصية أو مادية<sup>1</sup>.

- يحق للصحافي أن يرفض أي تعليمة تحريرية أتية من مصدر غيرمسؤول التحرير، وقد أسند سلطة لجنة أخلاقيات المهنة وكذا لجنة التنظيم المهني إلى المجلس الأعلى للإعلام وهذا مانصت عليه المادة 67 من هذا القانون .

### 3- أخلاقيات المهنة في القانون العضوي للإعلام 2012:

صدر هذا القانون في 12-01-2012 حيث إحتوى على 133 مادة، ومايلاحظ أن هذا القانون يدعو إلى ضرورة فتح قطاع السمعي البصري، كما تحدث القانون عن إنشاء سلطي الضبط وهما ضبط<sup>2</sup> الصحافة المكتوبة

<sup>1</sup> الحريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، المرجع نفسه، ص 114-

<sup>2</sup> - علي قسايسية، التشريعات الإعلامية الحديثة في ظل السوق الحرة، المجلة الجزائرية للإتصال، العدد 14، جويلية 1996، ص 16.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

وسلطة ضبط السمعي، وقد ذكر ذلك في الباب الثالث والفصل الثاني من الباب الرابع وتنص مواده على احترام أخلاقيات المهنة الإعلامية في المادة 2 والتي تقتضي أمن الممارسة الإعلامية تكون بالعمل على احترام مايلي:

- ✓ الدستور وقوانين الجمهورية.
- ✓ الدين وباقي الأديان.
- ✓ الهوية الوطنية والقيم الثقافية.
- ✓ الطابع التعددي للأراء والأفكار.
- ✓ كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية.
- ✓ حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي.

إلا أن الفصل الثاني من هذا القانون تطرق إلى أداب وأخلاقيات المهنة حيث نصت **المادة 92** على "أنه يجب على الصحفي أن يسهر على الإحترام الكامل لأداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي وذلك من خلال إحترام.

- ✓ شعارات الدولة ورمزها .
- ✓ -التحلي بالإهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي<sup>1</sup>.
- ✓ -نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية<sup>1</sup>.
- ✓ -تصحيح كل خبر غير صحيح .
- ✓ /الإمتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- ✓ الإمتناع عن المساس بالتاريخ الوطني

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

✓ الإمتناع عن تمجيد الإستعمار .

✓ لإمتناع عن الإشادة بصفة مباشرة وغير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح

✓ الإمتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف .

✓ عن إستعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية.

✓ /الإمتناع عن نشر أو بث صوراً أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.

-وقد نصت المادة93على منع إنتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أوغير مباشرة.

وقد خصصت المادتين97و98بمعاقبة كل من يقوم بخرق قواعد وأداب أخلاقيات المهنة التي يضعها ويحددها المجلس ، كما أستدت إليه الأمر بالعقوبات وهو الذي يحدد طبيعة العقوبات<sup>1</sup>.

وقد خصص هذا القانون في الباب السابع بخمسة عشر مادة(من100إلى114)لحق الرد وحق التصحيح ،وحدد آليات وكيفيات ممارسته من خلال ضمان حماية أفضل للصحافيين على الصعيد الإجتماعي والمهني كما أنه ألغى<sup>2</sup> عقوبة الحبس جاء هذا القانون موسعا لحق الرد والتصحيح إلى وسائل الإعلام الإلكترونية ، كما أنه يكفل حماية خاصة للمواطن وضمان حقه في الإعلام وتأطير شروط ممارسة مهنة الصحفي، كما أنه جاء مواكبا لكل التحولات داخل وخارج البلاد<sup>3</sup>.

### 4-أخلاقيات المهنة في قانون السمي البصري2014:

يمكن حصر المواد التي تضمنت أخلاقيات المهنة الإعلامية في هذا القانون 2014على النحو التالي:

<sup>1</sup>-محمدشيري،مرجع نفسه،ص138.

<sup>2</sup>-فلة بن دالي،تقنين الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين قانون الإعلام العضوي12-05والأفاق المستقبلية،مجلة العلوم الإنسانية،العدد03،جامعة خميس مليانة الجزائر،2021،ص12.

<sup>3</sup>-محمدشيري،مرجع سابق،ص138.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

\*المادة 02: نصت على ضرورة ممارسة النشاط السمعي البصري في ظل ممارسة النشاط السمعي البصري في

ظل إحترام المبادئ المنصوص عليها في المادة المذكورة سابقا والمتتمثلة فيمايلي:

- ✓ إحترام شعارات الدولة ورموزها.
- ✓ التخلي بإهتمام الدائم لإعداد خبر كامل موضوعي.
- ✓ نقل الوقائع بنزاهة وموضوعية .
- ✓ تصحيح كل خبر غير صحيح.
- ✓ الإمتناع عن تعريض الأشخاص للخطر.
- ✓ الإمتناع عن تمجيد الإستعمار.
- ✓ الإمتناع عن إستعمال الخطوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية.

\*كما حددت المادة 48 الشروط التي يتضمنها دفتر الشروط الذي يتعين على كل القنوات

الإلتزام به وذلك من خلال المبادئ التالية الخاصة : كإحترام الحقوق المجاورة للمؤلف، الإمتناع<sup>1</sup>

عن بث محتويات إشهارية أو إعلامية مضللة ،فيحين حددت المادة 98 العقوبات الإدارية التي

تنجز عن عدم إحترام الشروط التي يتم الإتفاق عليها مع سلطة الضبط السمعي البصري<sup>2</sup>.

1- حياة إبراهيم ،التنظيم السمعي البصري في الجزائر :دراسة تحليلية للقانون السمعي البصري ،مجلة الإتصال والصحافة ،العدد 01،جامعة الجزائر،2020،ص.14-

2-الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية،القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري رقم 14-04 ،العدد 16،الصادر بتاريخ 24-06 فيفري،2014،ص.06

### المبحث الثالث: أخلاقيات الإعلام الجديد:

الأخلاقيات الإعلام الجديد من المفاهيم التي طرحت في الساحة الإعلامية وذلك نظرا لإرتباط بالوسيلة الحديثة وبمهنة الصحفي في الميديا الجديدة ومن أهم التعاريف لأخلاقيات الإعلام الجديدة والمتفق عليها نجد من يعرفها على أنها " أخلاقيات الصحفي في تعامله مع مادته الإعلامية على الأنترنت ،سواء أكانت من أجل نشرها في موقع المؤسسة الإعلامية أي موقعه مهني أو من أجل نشرها على صفحته في الفيسبوك أو في حسابه على تويتر أو أنستغرام أو أي موقع من مواقع التواصل الإجتماعي"<sup>1</sup>.

-ونظرا للفلسفة التي يقوم عليها الإعلام الجديد من مبدأ لإستغلال الوسائل المحسوبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الإتصالات المتقدمة للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها وسائل الإعلام الجديدة وبأقل تكلفة وأسرع طريقة للنقل للمعلومات إلى ضرورة ضيوطوسائل الجديدة بأخلاقيات ،وهو ماأشر إليه الدكتور محمود درويش اللبان" بأن العديد من العاملين في الإعلام الإلكتروني يرون بأنه لا يوجد مجال لوضع أخلاقيات ميثاق الشرف يلتزمون به،ويرى القلة منهم أن الحل هو أن تكون تكتلات تلتزم بعض القواعد ،كما يجب أن تكون هناك أليات عند المتلقي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها مايسئ إليها."<sup>2</sup>مما أدى هذا الأمر إلى ظهور العديد من الآراء المتباينة تنقسم عموما إلى فريقان:

\***الفريق الأول:** يرى أن البيئة الإعلامية الإلكترونية بحاجة إلى صياغة منظومة جديدة من الحقوق والواجبات الأخلاقية بمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم ،على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الإتصال والمعلومات ،إذ تشكل الثورة مناخا إعلاميا وإتصاليا جديدا يحتاج إلى معايير وأخلاقيات<sup>3</sup>.

<sup>1</sup>-إيمان عليوي، أخلاقيات المهنة في الإعلام الجديد، جريدة المدن اللسانية، متاح على تصفح <http://www.almodan.com/opinion/2015/12/8> يوم 2023/03/14 على 14:00 سا

<sup>2</sup>-حسن عماد مكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994، ص152.

<sup>3</sup>-بدر الدين بلمولاي، الأخلاق وكيفية تعزيزها ،مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والإجتماعية ،العدد02، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013، ص102،

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

\*الفريق الثاني: وهو يرى عدم وجود حاجة لسن موثيق أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الإلكترونية، بل ويعارض فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الإلكترونية، وي طرحون في هذا السياق عدة مبررات أهمها صعوبة وضع ضوابط أخلاقية محددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة<sup>1</sup>.

أخلاقيات التعامل مع الشبكات التواصل الإجتماعي: يرى البعض أن التواصل عبر الأنترنت وشبكات التواصل الإجتماعي بشكل خاص يمكن أن يحدد في إتجاهين :

### ■ أخلاقيات الإستخدام بين المستخدم ونفسه:

وترتكز هذه الأخيرة على النزاع الديني والأخلاقي لمراقبة الذات، حتى يمكن تجاوز تلك النوعية من المشاكل مثل إحترام الذات، عدم تحريض الذات للأخطار، عدم إضاعة الوقت عند الإستخدام الأنترنت.

### ■ أخلاقيات إستخدام الشبكة بين الشخص المستخدم وغيره:

ويقصد بهذا الإتجاه أن تكون هناك أخلاقيات مع الجهاز من جهة وأناس الآخرين من جهة أخرى، ويعتبر الشق الثاني عنصر أساسي في سن قوانين من خلال إحترام الملكية الفكرية ووضع المصدر المعلومة والصورة وغيرها في إطار الإستخدام وتوثيقه.

## 2-3 الضوابط الأخلاقية للممارسة المهنة في الإعلام الجديد:

- إن التطور المتسلسل لوسائل الإعلام عبر الشبكة المعلوماتية الرقمية أصبح حتمية التعامل مع الوسائل الجديدة أمرا مفروضا واضحا يتطلب الإهتمام بحتمية ضبط الممارسة المهنية عبر الفضاء<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- بشينة مهيرة، أخلاقيات الإعلام الجديد بين الحرية والإلتزام في البيئة الإلكترونية، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسطنطينة، 2018، ص397.

<sup>2</sup>- جمال علي خليل الدهشان، نحو ميثاق أخلاقي لإستخدام شبكات التواصل الإجتماعي في ضوء آراء بعض خبراء التربية، مجلة كلية التربية، العدد 01، جامعة المنوقية، مصر، ص174.

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

الرقمي ومن أبرز النماذج العالمية لضبط أخلاقيات المهنة ماجاءت به الجمعية الوطنية الأمريكية لناشري الأخبار American-Society of News editors حيث أصدرت دليلا يتضمن عشر قواعد كبرى وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم إستخدام الصحفيين للشبكات الإجتماعية وتمثل هذه القواعد فيمايلي ،علما أن معظم الدول أصبحت تعمل فيها وتطبقها في مجال الإعلام:

**-القاعدة الأولى:**المبادئ الأخلاقيات التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني،بمعنى لايمكن للصحفي أن ينشر ما لايرتضي نشره في الصحيفة،بإضافة إلى أنه لا يوجد مبرر في ألا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

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

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

**-القاعدة الرابعة:** لاينبغي نشر المعلومات الحصرية على "الفيسبوك"أو"التويتر"بل على موقع الصحيفة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>-خولة ركوك،أخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد:الأسس،الضوابط،والأبجديات،مجلة مدرات للعلوم الإجتماعية والإنسانية،العدد03،جامعة محمد لمين دباغين،سطيف،2023،ص22

## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

**- القاعدة الخامسة:** إنتبهه لنظرة الآخرين إليك، إذ يجب على الصحفي تجنب صراع المصالح، وإشارة إلى الوصلات التي يوصى بها لاتلزمه، ومحاولة التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه الصحفي نصيرا لمجموعة معينة أو يكشف تضارب المصالح.

**- القاعدة السادسة:** تأكد من أصالة وصحة ماتقرأه على الشبكة، حيث يتمثل الدور المؤسسات الإعلامية والصحفيين هو التأكد من المعلومات المنشورة، ومن مصداقيتها، ويجب على الصحفي أن يكون حارس بوابة جديدة.

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

**- القاعدة الثامنة:** الوسائط الإجتماعية هي أدوات وليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسسائهم ولا يمكنهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة، ومن أحد ركائز أخلاقيات الشبكة الإجتماعية الضرورية هي الإعتماد على المصادر الأساسية.

**- القاعدة التاسعة:** كن شفافا وإعترف بأخطائك<sup>1</sup>.

**- القاعدة العاشر:** حافظ على سرية الحياة الداخلية للمؤسسة، أي عدم إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير الإعلامية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>-خولة ركوك، أخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد: الأسس، الضوابط، والأبجديات، المرجع سابق، ص23.

<sup>2</sup>-خولة ركوك، أخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد: الأسس، الضوابط، والأبجديات، المرجع نفسه، ص32.

### 3-3 أخلاقيات الإعلام الجديد في الجزائر:

لقد إعتمدت الجزائر مقارنة قانونية محتشمة، حيث لم تولي النصوص القانونية إهتماما كبيرا لها، فقد عالج القانون العضوي 12-05 المتعلق بغلاعلام قضية الصحافة الإلكترونية بشك مختصر من خلال الإشارة لها في المادة 66 ضمن الفصل المتعلق بالنشاط السمعي البصري التي نصت على أن نشاط الإعلام عبر الأنترنت يمارس بحرية، ويخضع لإجراءات التسجيل والمراقبة الصحة المعلومات بإيداع تصريح مسبق من طرف المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الأنترنت، تم إحالة هذه المادة على التنظيم، ليتبعها الباب الخامس الذي تضمن 6 مواد حول وسائل الإعلام الإلكترونية، رغم أنه في هذه المواد تناول الصحفي الإلكتروني التلفزيون الإلكتروني، والإذاعة الإلكترونية دون تناول أشكال الإعلام الأخرى التي أفرزتها هذه البيئة. وقد سبق للجزائر قبل إصدارها لهذا القانون أن أشرت إلى نشاط الممارس عبر شبكة الأنترنت من خلال نصين قانونيين، ويتعلق الأمر بالمرسوم التنفيذي رقم 98-256 المؤرخ في 25 أوت 1998 الخاص بضبط شروط وكيفيات إقامة خدمات الأنترنت وإستغلالها<sup>1</sup>، تبعه بعد سنتين مرسوم تنفيدي يبدله في 14 أكتوبر 2000، إضافة إلى أول قانون يعترف بالوثيقة الإلكترونية ويعادها بالوثيقة الإلكترونية الورقية صدر في 2005 .

### أما في مجال النشر الإلكتروني :

\*لقد ظهرت الحاجة إلى إيجاد مجموعة من الأطر الأخلاقية التي تجعل من وسائل الإعلام الجديدة بأنواعها كافة وسائل فعالة للإتصال الهادف، إلا أن عملية وضع الضوابط الأخلاقية<sup>2</sup> والأحكام

<sup>1</sup>- نصر الدين مراري، الوضعية القانونية للإعلام الإلكتروني في ظل التشريع الإعلامي، مجلة الباحث للعلوم الإنسانية والاجتماعية - العدد 9، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2017، ص 150. -

<sup>2</sup>- نصر الدين مراري، الوضعية القانونية للإعلام الإلكتروني في ظل التشريع الإعلامي، مرجع نفسه، ص 115.



## الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الإعلامية في القوانين الجزائرية

،وكذا يمنع مساهمة أي شخص معنوي أو طبيعي في أكثر من جهاز واحد للإعلام عبر الأنترنت وعلى المؤسسة المالكة تبرير مصدر الأموال المكونة لرأسال مالمهادون أن يكون دعم أجنبي.

- يخضع نشاط الإعلام عبر الأنترنت إلى النشر عبر موقع إلكتروني موطن حصريا من الناحية المادية والمنطقية بالجزائر ومسجلا في نطاق +dz<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>نصر الدين مراري،الوضعية القانونية للإعلام الإلكتروني في ظل التشريع الإعلامي،مرجع نفسه،ص.115

### خلاصة الفصل

من خلال ماسبق أن تم طرحه لفإن أخلاقيات المهنة الإعلامية في القانون الجزائري سواء في مرحلته الحزبية أو التعددية قد أعطت الإهتمام للأخلاقيات المهنة التي ركزت على مبدأ الدقة والخصوصية والرد والتصحيح، وأن هناك جدولة للبنود أخلاقيات المهنة حتى في موثيق الشرف المهنية والمراسيم التنظيمية إلا رغم ذلك إلا أن يعاب على هذا القانون لم يتطرق إلى العديد من القضية لاسيما الأمن الإلكتروني والذكاء الاصطناعي.

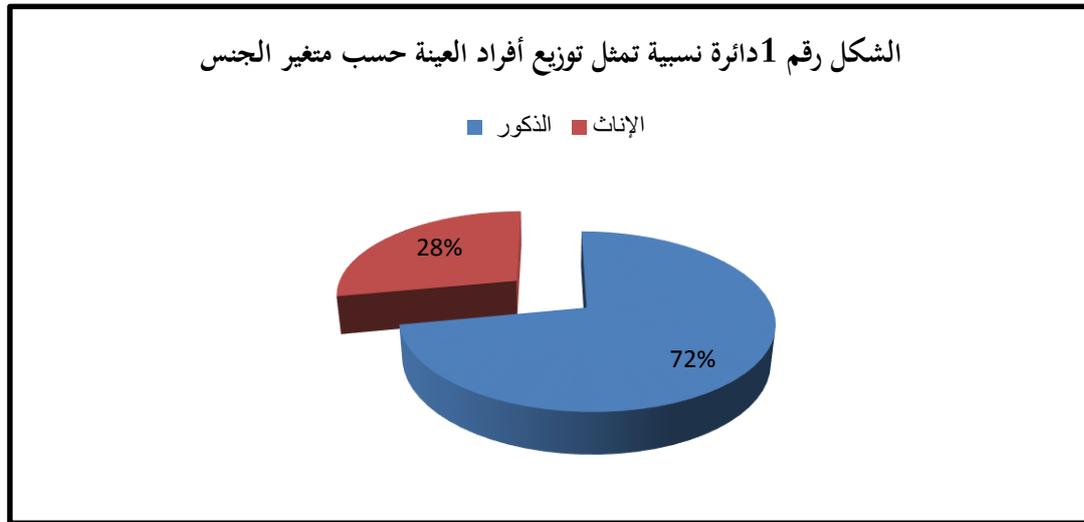


## ❖ السمات العامة:

الجدول رقم(01): يوضح توزيع العينة حسب متغير الجنس:

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
72%	18	ذكر
28%	7	أنثى
100%	25	المجموع

\*نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية الباحثين من فئة الذكور التي قدرت مفرداتهم ب 18 مفردة أي ما يعادل 72% من عينه البحث مقارنة بفئة الإناث اللواتي قدرت مفرداتهم 7 مفردة بنسبة 28% وهو ما يؤكد أن نسبة الذكورية هم أكثر إنتسابا للمجال الإعلامي بحكم أنها مرنة وأكثر حيوية تتطلب التنقل وهو أكثر ما يريد الإستمتاع به الذكور في وقتنا الحالي وفي ظل الإنفتاح الإعلامي، عكس الإناث حيث تشكل لهم الإنتماء إلى المجال الإعلامي عائقا إجتماعيا الذي يحد من مساحة المشاركة المرأة في الحياة العامة خصوصا المجتمعات المحافظة على غرار ولاية مستغانم الذين يفضلون مهنة التعليم على مهنة الصحافة وذلك نتيجة النظرة الدونية إلى عمل الصحافة يعد العامل الأقوى الذي يمنع العمل في الصحافة سواء في العالم العربي أو الجزائري الذي لا يزال إلى حد الساعة منقسم بشأن نظرتة إلى عامل المرأة بصفة عامة وعملها الصحفي على وجه الخصوص .



\*الجدول رقم(02): يوضح توزيع العينة حسب السن:

النسبة المئوية	التكرار	السن
56%	5	30-20
20%	14	40-31
16%	4	50-41
8%	2	50 فما فوق
100%	25	المجموع

\*نلاحظ من خلال الجدول أكبر نسبة فيما يتعلق بمتغير السن هي الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 الى 40 سنة والتي تقدر ب 14 مفردة وهذا ما تعكسه نسبة 56% تليها الفئة العمرية المتراوحة سنهم ما بين 20 - 30 سنة وهو ما يمثل نسبة 20% في حين تحتل 41 إلى 50 المرتبة الثالثة ب 4 مفردات أي ما يمثل 16% تليها الفئة العمرية فما فوق 50 بنسبة 8% وهو ما يقابل مفردتين. هذا ما يشير إلى أن الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم ما بين 31 الى 40 سنة هي في

الشبانية وهي مراحل دخول الشباب إلى عالم الشغل والإندماج في الحياه الإجتماعية بغية تحقيق مستقبل لهم وبالتالي توفر لهم مهنة الاعلام الفرص في حين الفئة الثانية تشكل في الشبانية وتمثل فئة الطالبة و خريجي الجامعات الذين دائما ينتمون إلى المجال الاعلامي لكسب الخبرات والتعرف على البيئة الإعلامية عن طريق إنشاء تقرير تريض والإكتشاف قدراتهم وتوسيع مهاراتهم وتجسيد المكتسبات النظرية في الميدان التطبيقي في حين تمثل نسبة من 41 إلى 50 هي الفئة التي تتخذ من مهنة الإعلام مهنة ثانية وممارستها كهوية وممارسة خصوصا في ظل الغلاء المعيشي، أما المرحلة العمرية للفئة ما فوق 50 وهي الفئة الأخيرة تنسب إلى فئة الصحفيين المقبلين على التقاعد وتكون عموما وظيفتهم كرؤساء التحرير أو مدراء المؤسسات الإعلامية.

الجدول رقم(03): يوضح توزيع العينة حسب متغير نوع الانتساب إلى المؤسسة:

نوع الإنتساب	التكرار	النسبة المئوية
صحفي دائم	14	56%
صحفي متعاقد	11	44%
المجموع	25	100%

\*في الجدول رقم (3) تم تحديد نوع الإنتساب إلى المؤسسة الإعلامية في الجزائر أين تبين أن صحفي المتعاقدين

يشكل نسبة 56% وهو ما يقابله 14 مفردة في حين تعكس 11 مفردة صحفي دائمين بنسبة مئوية مقدرة

ب44%، وهو ما يتضح أن أغلبية الصحفيين في الجزائر غير دائمين وذلك نظرا لأن أغلبية الصحفيين ينتمون إلى

القنوات الخاصة حيث يتم تشجيع الفئة الشبابية المتابعة في القطاع الخاص وتوظيف فئات خريجي الجامعات وذلك تماشياً مع السياسة العامة لتشغيل الشباب في القطاع العام و الخاص، في حين الصحفيين الدائمين هم صحفيي ذوي خبرة ومؤهلات علمية وسبق لهم أن إستفادوا من تكوين وتشكل مهنة الصحافة مهنة رئيسية وهم يتمتعون بكامل حقوقهم في الترقية والتكوين...إلخ.

\*الجدول رقم(04)يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة:

النسبة المئوية	التكرار	الوظيفة
48%	8	صحفي
32%	12	مراسل
12%	3	منشط
8%	2	أخرى أذكرها
100%	25	المجموع

\*يمثل الجدول رقم(5): توزيع العينة حسب الوظيفة التي يشتغلها في المؤسسة الخاضعين حيث أسفرت البيانات في هذا الجدول أن أغلب أفراد العينة يشتغلون وظيفة مراسل بنسبة 48% أما الصحفيين فيقدرون بـ 3% على العكس وظيفة المنشط المقدرة بـ 12%، وتبقى نسبة 8% للوظائف أخرى وهو مايرر أن أغلبية أفراد العينة يشتغلون وظيفة مراسل وذلك نظرا لتزايد المستمر القنوات الخاصة في الجزائر خصوصا مانص عليه القانون العضوي 2012 السالف الذكر، في حين الأفراد العينة الذين يشتغلون الوظيفة الصحفي هم صحفيين لديهم مهنة قارة، وتوكل لهم مهنة تسيير المؤسسات الإعلامية ومراقبة البيئة الداخلية و الخارجية المؤسسة ومضامينها ويسعون إلى تحقيق

أهدافها، في حين وظيفة المنشطين تكتسي النسبة القليلة بحكم أن ولاية مستغانم معروفة بمؤسسة إذاعة الظهرة والصحفي الذي يقدم البرامج يطلق عليه مذيع ومنشط البرامج، أما الوظائف أخرى فهي تقتصر على رؤساء التحرير ومعدّي البرامج... إلخ، بإعتبار أن المؤسسات الإعلامية في ولاية مستغانم قليلة جدا مما يجعل من صحفي واحد متعدد أدوار.

الجدول رقم (05): يمثل توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية:

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة المهنية
44%	11	أقل من خمس سنوات
32%	8	من خمس سنوات إلى عشرة
24%	6	أكثر من عشرة سنوات
100%	25	المجموع

\*يبين الجدول أعلاه توزيع الباحثين تبعاً للخبرة المهنية المكتسبة في ميدان العمل الإعلامي حيث عادت أعلى نسبة الباحثين الذين تتراوح أقدمتهم أقل من خمس سنوات بنسبة 44% تليها الخبرة المهنية المتراوحة ما بين 5 إلى 10 سنوات بـ 8 مفردات وذلك بنسبة 32% في حين تمثل نسبة 24% من الباحثين الذين يكتسبون خبرة مهنية أكثر من 10 سنوات. مما يجعل من الخبرة المهنية في المجال الإعلامي ترتبط بحسب المدة الذين يشتغلون فيها الباحثين في المؤسسات خصوصاً حيث أن جل الباحثين هم مراسلين ويرتبطون بالمؤسسة بعقد قد يحدد مهنتهم في الباحثين الذين يكتسبون خبرات من خمس سنوات إلى عشرة أغلبيتهم صحفيين دائمين بالمؤسسات الإعلامية.

\*الجدول رقم (06): يمثل توزيع العينة حسب متغير إمتلاك بطاقة الصحفي المحترف:

النسبة المئوية	التكرار	بطاقة الصحفي المحترف
32%	8	نعم
68%	17	لا
100%	25	المجموع

\*بين بيانات الجدول أعلاه إمتلاك المبحوثين البطاقة الصحفي المحترف حيث سجلت نسبة 68% من المبحوثين لايمتلكون بطاقة الصحفي إذ تقابلها نسبة 32% من المبحوثين الذين يمتلكون بطاقة الصحفي المحترف، ويؤول ذلك إلى شروط الإستفادة من البطاقة ترتبط بالخبر المهنية للممارسة المتواصلة للإعلام لمدة لاتقل عن عشر سنوات، ويبقى أيضا الحصول على البطاقة الصحفي المحترف كل من ملحقى الصحافة أو مكلفين بالإتصال أو العلاقات العمومية على مستوى المؤسسات والمنظمات والهيئات إقتصادية والثقافية والإدراية، وكذا اشخاص الممارسين بصفة محررين على مستوى الصحف الممولة حصريا من خلال إشهار فضلا عن المحررين على مستوى المواقع الإلكترونية.

\*الجدول رقم (07): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيري الخبرة المهنية وإمتلاك بطاقة

الصحفي:

الخبرة المهنية	أقل من خمس سنوات	من خمس إلى عشرة سنوات	أكثر من عشرة سنوات	المجموع

إمتلاك بطاقة الصحفي	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم	0	%0	4	%50	4	%67	8	%32
لا	11	%100	4	%50	2	%33	17	%68
المجموع	11	%100	8	%100	6	100%	25	100%

\*يكشف لنا الجدول أن نسبة 68% من المجموع لا يمتلكون بطاقة الصحفي تليها نسبة 32%

لا يمتلكون بطاقة الصحفي من المجموع الكلي ،حيث أن المبحوثين أقل خبرة من خمس سنوات

لا يمتلكون بطاقة الصحفي نسبة 100 % تليها النسبتين 50 % ومن المبحوثين ذوي خبرة من عشر

سنوات يمتلكون بطاقة الصحفي وتسجل نفس النسبة من المبحوثين لا يمتلكون بطاقة الصحفي،وتليها

نسبة 67% من المبحوثين الذين يمتلكون بطاقة الصحفي ذوي خبرة أكثر من عشر سنوات ونسبة

33% لا يمتلكون بطاقة الصحفي رغم أن خبرتهم المهنية أكثر من عشر سنوات ،ومن ثم فإن بطاقة

الصحفي لاتفترض الخبرة المهنية فحسب وإنما يعود إكتسابها إلى الخطابات السياسية والتوجهات

للإيديولوجية والبيروقراطية في مفهومها الضيق وعدم توزيعها بشكل عادل وبنزاهة وشفافية والوضوح في

معالجة التي تعزز من مبدأ أن توزيع الصحفي المحترف تأخذ الطابع النظري فقط وهو ماتؤكدته الفئة الذين

لا يمتلكون بطاقة الصحفي رغم خبرة أقل من عشر سنوات.

❖ المحور الأول: إنعكاس استخدام وسائل الإعلام الجديد لحقوق الصحفيين في البيئة

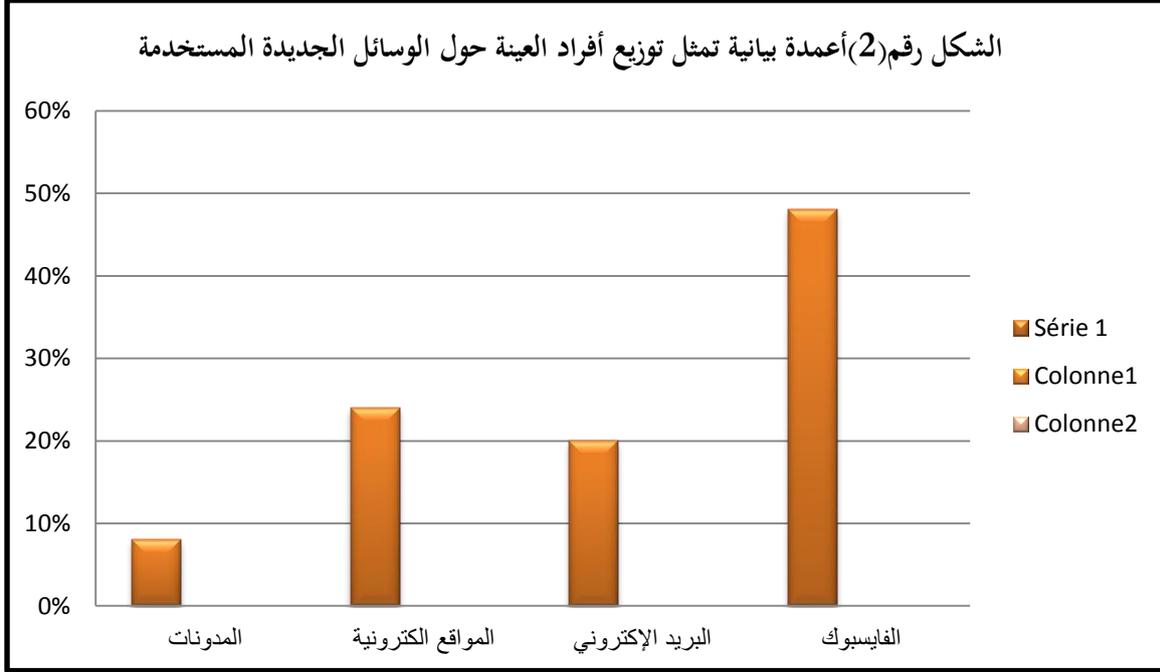
الرقمية للعمل:

\*الجدول رقم(08)يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيرالوسائل الإعلام الجديدة المستخدمة:

النسبة المئوية	التكرار	الوسائل الإعلام الجديد
8%	2	المدونات
24%	6	المواقع الإلكترونية
20%	5	البريد الإلكتروني
48%	12	الفايسبوك
100%	25	المجموع

\* يتضح من خلال الجدول أن أفراد العينة يفضلون الفايسبوك كوسيلة إعلام جديدة بنسبة 48% أي مايعادل 12 مفردة، تليها المواقع الإلكترونية بنسبة 24% في حين يشكل البريد الإلكتروني بنسبة 20% وأخيرا المدونات 8% وهو ما يوضح أهمية الكبرى التي يحتلها الفايسبوك كموقع إجتماعي في المجتمع الجزائري بصفة عامة والمجال الإعلامي بالخصوص، وذلك نظير الخدمات التي يقدمها من التفاعلية والتزامنية وأصبح في الوقت الحالي وماأسفرت عليه الملاحظات أن أغلبية الساحة تمتلك حسابا فيسبوك من مختلف الشرائح مما يجعل من الصحفي توسيع دائرة اهتمام إليها دون الحاجة إلى عناء التنقل أو إرتباط بالوقت، في حين المواقع الإلكترونية فهي تشكل عموما مختلف الصحف والوسائل الإعلامية التي تم تحويلها من شكلها الورقي إلى الإلكتروني كتطبيق عبر شبكة الأنترنت على العكس البريد الكتروني الذي لا يستخدمون إلا الفئة الموظفين الإداريين العاملين في مجال العمل كما أن أغلبية العاملين في مجال إعلام لا يمتلكون بريد إلكتروني لزملائهم وهو ماتم ملاحظته خلال الدراسة الإستطلاعية، أما المدونات فهي تشكل لدى البعض مجرد هواية للممارسة الكتابة وعموما الصحفيين ذوي الخبرة

وعلاقات وطيدة هم الذين يقومون بإنشائهم بحكم أنها تحتاج إلى كم زاهر من المعلومات التي تنشرها إلى الجماهير العريضة في وقت واحد وفي أنيتها .



\*الجدول رقم(09)يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة الحساب المستخدم:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الحساب
68%	17	شخصي
32%	8	مهني
100%	25	المجموع

\* يتبين من خلال الجدول أن نسبة 68% من المبحوثين الذين أجابوا بأن الحساب الذي يمتلكونه شخصي وهو ما يناظر 17 مفردة، في حين أن 8 مفردات ما يعادل 32% من المبحوثين يمتلكون حساب مهني، وتفسر النتائج إلى أن أفراد العينة يمتلكون الحساب الشخصي وذلك لتوسيع عملية الحصول على أخبار وتكوين علاقات إجتماعية تكون مع مرور الوقت الثقة ويصبحون مصدر المعلومات وكذلك لتوطيد علاقاتها بالمجتمع لمعرفة آرائهم وإنشغالهم والتطرق لها في شكل أخبار وتقارير وريوتجات... إلخ، وذلك إيصال المعلومة إلى نسبة أكبر من المجتمع حيث أصبحت الشهرة ومكانة الإعلامي تقترن بنسبة أعمال على الصفحات الفايسبوكية على العكس العينة التي تمتلك حساب معني فهم الإعلاميين الذين يفضلون الخصوصية المهنية وعدم توسيع دائرة العمل خارج البيئة المهنية وذلك تفادياً منهم لتسريب المعلومة الخاطئة والتهرب من التزييف والتشهير... إلخ.

\* الجدول رقم (10) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طريقة إنشاء الحساب:

النسبة المئوية	التكرار	طريقة الإنشاء
68%	17	إعتباطية (إتفاق جماعي)
32%	8	طريقة قانونية
100%	25	المجموع

\* يتضح من خلال الجدول أعلاه أن طريقة إنشاء الصفحة الفايسبوكية لدى المبحوثين تكون بطريقة إعتباطية أي إتفاق جماعي بين الصحفيين المنتمين إلى نفس المؤسسة وهو ما مثله نسبة 72% أي ما يقدر بـ 17 مفردة من المجموعة الكلي، في حين ترى الأقلية المنحصرة بـ 8 مفردات أي ما يعادل نسبة المئوية 32% أي تم إنشائه بطريقة

قانونية، وهو ما يؤكد الدوافع المبحوثين في مواكبة التطور التكنولوجي التي فتحت الفضاء لممارسة الإعلامية للجميع بغية إطلاع على أحداث الوطنية و العالمية والإقليمية بطريقة أكثر تفاعلية وحرية بعيدا عن القيود والضغوطات اللوبيات التي كانت تتحكم في الممارسة والوسيلة في الزمن الماضي، بإضافة إلى اللاتزامنية التي تمنحها هذه الصفحات الصحفي حيث يمكن في أي وقت فتح ونشر أخبار دون إنتظار مثلما كان في الوسائل التقليدية، في حين أفضل الفئة الثانية من المبحوثين إنشاء الصفحات بطريقة القانونية وذلك حتى لا يتعرضون إلى جرائم النشر إلكتروني وتكون بترخيص من الوزارة إتصال أومدراء المؤسسات مما يعزز إلى حد ما المصدقية كون أخبار ترتبط بمكانة المؤسسة في الساحة الإعلامية وهو ما يتجسد أكثر في المؤسسات العمومية.

\*الجدول رقم(11) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تلقي التكوين:

النسبة المئوية	التكرار	تكوين
28%	7	نعم
72%	18	لا
100%	25	المجموع

\* يكشف الجدول أن نسبة 72% من المجموعة الكلي المبحوثين لا يتلقون تكوين في إعلام الجديد على عكس نسبة 28% من المبحوثين الذين يتلقون تكوين وهو نسبة قليلة مقارنة من المبحوثين الذين لا يتلقون تكوين في ممارسة وسائل الإعلام الجديدة، وتحلل النتائج إلى أن المبحوثين الذين لم يتكونوا في وسائل الإعلام الجديدة هي فئة شغوفة تكتشف أيقونات وطريقة العمل بأنفسهم بحيث عدم التكوين

لا يشكل لهم عائقا في أداء مهامهم وهو ما يؤكد إفتراضات النظرية الحتمية التكنولوجيا لمارشال ماكلوهان ممارستهم إحتكاكهم للمجال الإعلامي سهلت إستخدامهم للتكنولوجيا وهناك العديد من الصحفيين يلجؤون إلى دورات التدريبية لتطوير مهارتهم في ممارسة الوسائل الجديدة، على عكس النسبة الثانية من المبحوثين يتلقون تكوين وهم الصحفيون الذين إستفادوا من الحوافز المعنوية المؤسسة لجعل منهم إطارات قادرين على حماية صفحاتهم من الجرائم الإلكترونية والقرصنة ويكون التكوين أكثر المؤسسات العمومية بغية تحقيق أداء الوظيفي والولاء التنظيمي.

\*الجدول رقم (12): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن وتلقي التكوين:

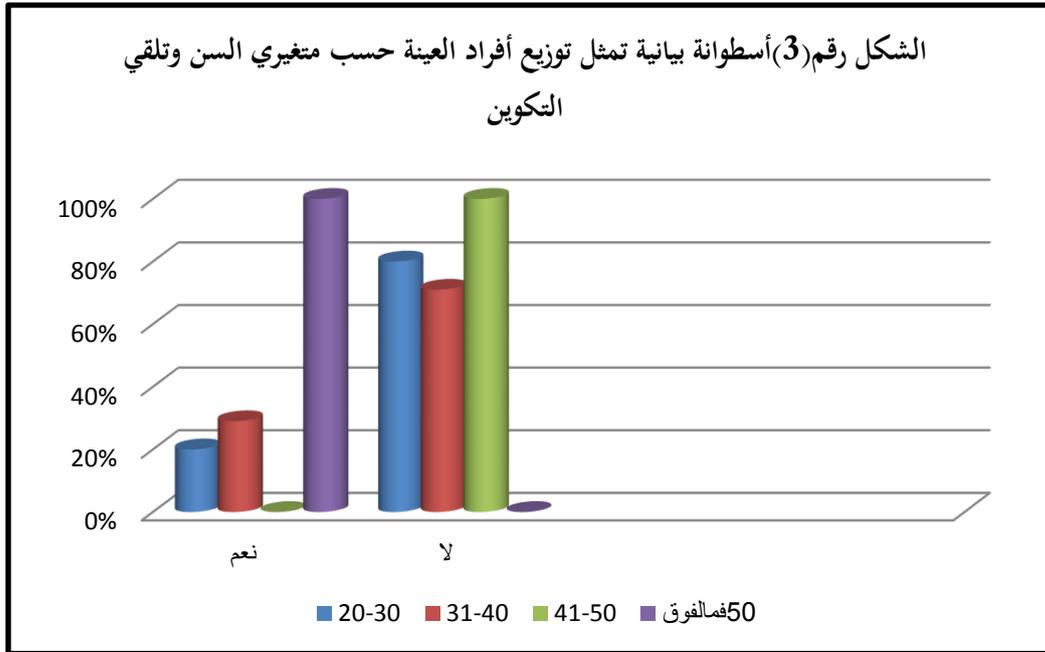
المجموع		50 فما فوق		50-41		40-31		30-20		السن
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
%28	7	%100	2	%0	0	%29	4	%20	1	نعم
%72	18	%0	0	%100	4	%71	10	%80	4	لا
100	25	100	2	100	4	100	14	100	5	المجموع
%		%		%		%		%		

\* نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 80% من المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 -

30 لا يتلقون تكوين في الإعلام الجديد تليها نسبة 20% من نفس الفئة يتلقون التكوين، في أن

المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 31-40 لا يتلقون التكوين تليها نسبة 29% من نفس الفئة

يتلقون التكوين في حين تشكل نسبة 100% من المبحوثين المنتمين إلى الفئة العمرية ما بين 41-50- لا يتلقون تكوين على عكس الفئة العمرية 50 فما فوق يتلقون تكوين بنسبة 100%، لتبقى مجموع المبحوثين الذين لا يتلقون التكوين بنسبة 72% من المجموع الكلي مقابل 28% لا يتلقون التكوين وهو ما يوضح أن التكوين في الميديا الجديدة لا يكتسي أهمية لدى المؤسسات الإعلامية خصوصا أن أحد المحفزات المعنوية التي تجعل من الصحفي يرتاح نفسيا ويحسن مهارته الرقمية في استخدام أدوات الإعلام الجديد وأضحى التكوين غير ممنوح للجميع بإستثناء بعض الحالات .



\*الجدول رقم(13) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الإستقلالية المهنية للنشر في الفايسبوكية :

النسبة المئوية	التكرار	الإستقلالية المهنية للنشر في الفيسبوك
72%	18	نعم
28%	7	لا
100%	25	المجموع

\* يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية العينة المبحوثة تتمتع بالإستقلالية في النشر في الصفحات الفايسبوكية وهو ما تؤكدده 18 مفردة أي ما يوزاي 72% من مجموع المبحوثين في حين تشكل نسبة 28% من النسبة المتبقية هم المبحوثين الذين لا يتمتعون بالإستقلالية في النشر وعليه نستنتج أن الإستقلالية في النشر عبر الصفحات الفايسبوكية ترتبط حسب الرقابة المفروضة على الصحفي من جهة وعلى طبيعة المؤسسة من جهة الثانية خصوصا المؤسسات الإعلامية العمومية الخاصة للتمويل الإشهاري أو الدولة وهو ما تشير إليه نسبة 28% مما قد يشكل عائقا أمام الحرية التعبير عكس الفئة الساحقة من المبحوثين يشعرون بالإستقلالية في النشر وهو ما يدفعهم إلى إبداع وتطوير ممارسة حرية التعبير والرأي المنصوصة عليها في مختلف القيود مما يخلص من التبعية وظهور صحافة الموطن والصحفي الهاوي في البيئة الرقمية.

\*الجدول رقم(14)يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيري الإنتساب إلى المؤسسة وإستقلالية

النشر في الفيسبوك:

المجموع		صحفي متعاقد		صحفي دائم		الإنتساب إلى المؤسسة إستقلالية النشر
%	ت	%	ت	%	ت	
%72	18	%45	5	%93	13	نعم
%28	7	%54	6	%7	1	لا
%100	25	%100	11	%100	14	المجموع

\*يبن الجدول أن هناك تباين في إستقلالية النشر في البيئة الرقمية لدى الصحفي الدائم والصحفي المتعاقد، حيث سجلت أعلى نسبة من من المبحوثين الدائمين الذين يتلقون الإستقلالية في النشر بنسبة 93% وتليها نسبة 7% من المبحوثين الدائمين لا يتلقون الإستقلالية النشر في البيئة الرقمية، على عكس المبحوثين ذوي الإنتساب المتعاقدين لا يتلقون الإستقلالية في النشر لتليها نسبة من نفس نوعية الإنتساب يتلقون الإستقلالية، ويفسر من خلال هذا النشر عبر الشبكة العنكبوتية يرتبط بطبيعة الإنتساب بإعتبار أن الصحفيون الدائمين مطلعين على القانون النشر وعلى دراية تامة بعقوبات النشر وهو ما يجعل منهم صحفيون واعون على عكس الصحفيين المتعاقدين الذين عموما ما يكونوا مرسلين هدفهم نقل الخبر كما هو، ويتم ممارسة الضغط عليه حتى لا يراعي أهمية الموضوع وينشر ما يتوافق الخط الإفتتاحي والسياسة الإعلامية للمؤسسة المتعاقدة معها، وما يريده المجتمع من معلومات

وأخبار لتحقيق وظائف الإعلام حسب ماتقره النظريات المطروحة من مختلف الباحثين في العديد من المراجع.

\*الجدول رقم(15) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة الأخبار المنشورة في الصفحة الفايسبوكية:

النسبة المئوية	التكرار	الأخبار
28%	8	الإجتماعية
20%	5	السياسية
12%	3	الأمنية
36%	9	أخرى
100%	25	المجموع

\*يوضح الجدول أخبار التي ينشرها الصحفيين عبر الصفحات الفايسبوكية الخاصة بمؤسساتهم على غرار حيث تكتسي المؤشر الموضوع أخرى النسبة أكبر مايقدر 36% تليها اخبار الإجتماعية ب28% أي 8 مفردات لتحتل اخبار السياسية نسبة 20% وأخيرا الأمنية ب3 مفردات مايشكل نسبة 12%, من أفراد العينة، ومن خلال المعطيات أن الصفحات الفايسبوكية تعنى بمختلف المجالات التي تعكس البيئة والزوايا النشر الحياة العامة المجتمع الجزائري، بإعتبار أن المجتمع عبارة عن تركيبات مختلفة فهناك من يفضل الجانب الرياضي وهناك مايسعى إلى الجانب إجتماعي، وذلك لتحقيق السياسة العامة لإحاطة بمختلف الجوانب لخلق تنوع معلوماتي وفي نفس الوقت

كسب الجمهور وخلق دراية تامة لما يحيط به فهو وسيلة إعلام وهو ما يتوافق ما تعريف إعلام في مختلف المراجع الإعلامية.

\*الجدول رقم(16) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التحكم في الأخبار:

النسبة المئوية	التكرار	تحكم في الأخبار
32%	8	دائما
28%	7	أحيانا
40%	10	نادرا
100%	25	المجموع

\*يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة تحكم في أخبار التي تنشر عبر الصفحات الفيسبوكية بنسبة 40% وهي النسبة القصور في حين أن تحكم في نسبة الأخبار بصفة دائما فقد قدرت بنسبة 32% وعادة ما يكون التحكم في أخبار التي تنشر عبر الصفحات بصفة نادرة حسب النسبة المئوية التي أقرته إجابات المبحوثين وهي 28%، وهذا ما يفسر تراجع مستوى أخلاقيات المهنة فأصبح كل مؤثر في الفيسبوك وكل من يحمل إسم صحفي يكتب ما يشاء دون أن تكون هناك تحكم في المعلومات المنشورة يولد الأخبار الكاذبة وظهور الفجوة في إستيعاب الجمهور في الحقيقة أمر الذي يضلل الرأي العام ويفقد من قيمة المؤسسة الإعلامية وبالتالي تصبح نشر اخبار عبر الصفحات الفيسبوكية هوية لكل شخص مما يخلق إشاعات والدعايات يصبح منبرا لإبداء الرأي، في حين أن التحكم الذي يكون بصفة دائما حسب ما أشرت إليه النسبة المئوية أعلاه هي المؤسسات المستوعبة

لثقافة الإلكتروني ولديها جمهور يشهدون لها بالمصدقية في حين هناك مؤسسات إعلامية تتحكم في المادة الإعلامية بصفة أحيانا نظرا لتزامن أخبار مع أحداث السياسية أو الوطنية مثلما قامت به العديد من مؤسسات خلال فترة الحراك.

\* الجدول رقم (17) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير نسبة الإعجاب والمكافأة عليها:

النسبة المئوية	التكرار	نسبة الإعجاب
20%	5	دائما
20%	5	أحيانا
60%	15	نادرا
100%	25	المجموع

\* يمثل الجدول أنفا توزيع العينة حسب متغير نسبة الإعجاب حيث سجلت أعلى نسبة من المجموع الكلي لا يتلقون مكافأة نظير ما يقدمونه من منشورات إعلامية عبر مواقع التواصل الإعلامية والأشكال الإعلامية من تقارير أخبار بنسبة 60% أي ما يقترن بـ 15 مفردة من إجابات المبحوثين في حين تتساوى النسبتين 20% من الإجابات يتلقون مكافأة على ما يطرحونه في البيئة الرقمية، ومن خلال المعطيات يتضح أن لا يوجد التحفيز مادي أو معنوي في المجال الرقمية مما يؤدي إلى إنخفاض معنويات الصحفيين وقد يؤثر سلبا على أدائه المهني ويصبح دافعه الوحيد الربح المادي ويحصر مهامه في معادلة أن الصحفي يعامل مقابل أجر ومردودية، مما ينذر إلى عدم إلتزامه بإحترام أخلاقيات المهنة لأن عدم المكافأة يخلق عدم إشباع الصحفيين حاجاتهم المادية وبالتالي يضعف من التنافس والتحدي الذي يعتبر

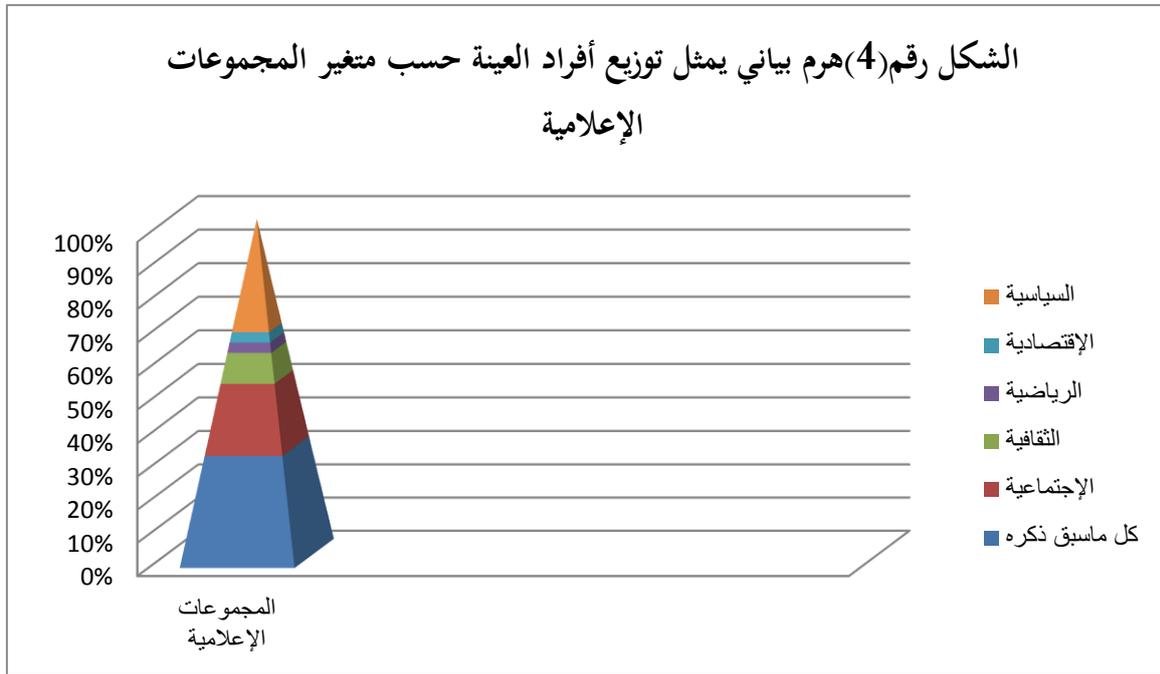
من أهم عنصر لإرتقاء إلى بالمؤسسات الإعلامية وقد يترك الوظيفة في أول فرص خصوصا في ظل ظهور صحفي الهاوي.

\* لجدول رقم (18) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإنتماء إلى المجموعات الإعلامية:

النسبة المئوية	التكرار	المجموعات الإعلامية
28%	7	الإجتماعية
8%	2	السياسية
12%	3	الثقافية
4%	1	الرياضية
4%	1	الإقتصادية
44%	11	كل ماسبق ذكره
100%	25	المجموع

\* نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أغلبية الأفراد العينة إلى المجموعات الإعلامية مختلفة المجالات والمحصورة في مصطلح كل ماسبق ذكر نسبة حيث تشكل ذلك 44% تليها نسبة 28% من أفراد العينة الذين ينتمون إلى المجموعات الإجتماعية ثم تتخذ المجموعات الثقافية المرتبة الثالثة من أفراد العينة بنسبة 12% ثم تحتل المرتبة الرابعة المجموعات السياسية بنسبة 8% للتساوي إجابات أفراد العينة بشأن إنتمائهم إلى المجموعات الرياضية والإقتصادية بنسبة 4% ومن خلال النتائج يتضح أن جلى المبحوثين ينتمون إلى المجموعات في إطار العولمة الإعلامية كمقدمة للتنوع والتوسع الثقافي مما يجعل منه مصدر للمعلومات وصناعتها خصوصا أن المجتمع الحالي هو مجتمع لمعلومات يقتضي أن الصحفي سبق إلى

الأخبار خصوصا بعد ظهور المنافسات للقنوات العمومية والخاصة من جهة والقنوات الخاصة فيما بينها، مما يجعل من المعلومات وسيلة توسيع الخيارات والبدائل الإعلامية المتاحة. أما المبحوثين الذين ينتمون إلى مجموعة معينة فهم المبحوثين المليون إلى مجال تخصصهم وميدان العمل وذلك لكسب المعلومات في وقتها وبلورتها للصناعة القرار وتكوين الرأي العام.



\*الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير سبب استخدام الفايسبوك في الممارسة الإعلامية:

سبب إستخدام	التكرار	المجموع
تحقيق سبق الصحفي	7	28%
الحصول على الأخبار	14	56%
مصادقية المعلومات	4	16%

المجموع	25	100%
---------	----	------

\*تكشف نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الفايسبوك للحصول على الأخبار بنسبة 56% في المقابل من المبحوثين يستخدمونه للتحقيق السابق الصحفي وتشمل نسبة 16% من أفراد العينة للمصداقية المعلومات، 28% وهم يؤكد إلى أن الفيسبوك كموقع الإجتماعي ونظرا للخاصية التي ينفرد فيها بها في السهولة الوصول إلى شتى انواع المعلومات وتبادلها مع الآخرين عبر الشبكة تشكل مصدرا للمعلومة وإنتاج المادة الإعلامية، بحيث يشكل التفاعل و إبداء الرأي من خلال التعليقات نقطة قوة لإكتشاف التغرات وتصحيح الخبر، وبالتالي مصدرا للمعلومة بعدما كان في الزمن القليل مصدر للفتنة والصراعات نظرا لما يقدمه من أخبار المغلوطة وهو ما يؤكد على أن نسبة المبحوثين في إستخدامهم للفاسيبوك كمصدر ذو مصداقية للمعلومة، في حين الجهات الذين يفضلون البروز والظهور للرأي العام ونيل الشهرة من خلال نشر كل ما يصادفونه في تصفحاتهم للفايسبوك والمواقع، مما يجعل الخبر في مفهومهم مثل الخبز أو مايلقبه الكثير بثقافة السندويش ورغم هذا يبقى السبق الصحفي المرتكز على المعايير ترتبط بأخلاقيات المهنة الإعلامية هو الأساسي من خلال نشره في وقته وفور حدوثه.

\*الجدول رقم(20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تشكل الحساب الفايسبوك كمصدر للمعلومة:

مصدر المعلومات	التكرار	المجموع
دائما	10	40%
أحيانا	11	44%
نادرا	4	16%

المجموع	25	100%
---------	----	------

\*يوضح الجدول أعلاه أن أغلبية الباحثين لايشكل الفيسبوك عندهم مصدرا للمعلومة إلا أحيانا وهو تؤكد إجابات 11 مفردة من المجموع الكلي أي يقابل 44% في حين نسبة 40% من الباحثين يجعلون من الفيسبوك مصدرا دائما للمعلومة في حين تشكل نسبة 16% أن الفيسبوك يعتبر مصدر للمعلومة في حالات نادرة ومن خلال ماتم نستنتج أن الباحثين الذين يشكل لهم الفيسبوك مصدر لمعلومات إلا أحيانا فهم الباحثين الذين يبحثون عن حقيقة الأشياء والأخبار فور وقوعها، فيصبح الفيسبوك كموقع إجتماعي وسيلة للتنقل عبر الصفحات للمعرفة مجربات العالم خصوص الأخبار التي ترتبط بالأحداث العالمية وفي أنيتها مما يصعب على الصحفي التنقل إلى عين المكان، فورا، أما الباحثين الذين يجعلون من الفيسبوك المصدر الأول للمعلومة دون اللجوء على المصادر الرسمية وهم الفئة التي تعنى بالأخبار الإجتماعية والبورترية في حين الفئة التي تستخدم مواقع الفيسبوك كموقع التواصل الإجتماعي هم الذين يستخدمونه للتحقيق دوافعهم في معرفة البيئة المحيطة بهم وماتفرزه من المعلومات لإشباع فضولهم ويقتصرونه فقط على الإستخدامات الشخصية. وعموما تشكل هذه الفئة المدركة للمخاطر الفيسبوك كمصدر للمعلومة... إلخ.

❖ المحور الثاني: إلزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة وموثيق الشرف كمسؤولية إجتماعية فب البيئة

الرقمية :

\*الجدول رقم(21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب إمتلاك ميثاق الشرف الإعلامي:

إمتلاك ميثاق الشرف	التكرار	المجموع
نعم	20	80%
لا	5	20%
المجموع	25	100%

يتضح من خلال الجدول رقم (21) والخاص بإمتلاك المؤسسة ميثاق خاص بالممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية حيث أن نسبة 80% من المبحوثين الذين أقروا بوجود ميثاق شرف خاص بالممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية في حين تقابلها نسبة 20% الذين يرون أن مؤسساتهم لاتملك ميثاقا شرف خاص بالبيئة الرقمية، وعليه ومن خلال هذه المعطيات فإن ميثاق الشرف يشكل أهمية كبيرة لتنظيم الأمور المهنية للمهنة الإعلام، بإعتبارها شرط أساسي ومطلب رئيسي لنجاح العمل المهني من خلال الإلتزام بها وفق ما هو متفق عليه، وبالتالي تنمي شعور الصحفيين وتعزز فيهم الإلتزام إلى المؤسسة مما يزيد من تحقيق التوافق المهني الذي يؤثر إجتماعيا على الصحفي بحذاته من خلال ضبط علاقاتهم فيما بينهم وقانونيا لإقرار بالضمانات الحقوق وواجبات الصحفي من جهة وحماية ممارسته الإعلامية من جهة ثانية، وبالتالي فمكانة المؤسسة الإعلامية تلعب دورا هاميا في الساحة الإعلامية مما يجعلها مجبرة على مواكبة التطور التكنولوجي من خلال ميثاق شرف مهني خاص بالممارسة الإعلامية فهي مصدر ثقة الجمهور ووسيلة أساسية للوصول إلى الريادة، في حين النسبة المتبقية التي ترى أن مؤسساتهم لاتملك ميثاق خاص بالممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية فهي عموما المبحوثين الذين يرون

أن مؤسسائهم تعمل بالميثاق الأول أي قبل الرقمية وتطبق بنوده وتعليمات على الرقمية و أو  
المبحوثين الذين ليس لهم تعريف محدد للميثاق الشرف .

\*الجدول رقم(22):يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير معنى الميثاق الشرف:

المجموع	التكرار	معنى ميثاق الشرف
44%	11	مجموعة من القوانين تكفل حقوق وواجبات الصحفيين
44%	11	معايير أخلاقية تنظم مهنة الإعلام
12%	3	أخرى أذكرها
100%	25	المجموع

\*يوضح الجدول أعلاه أن معنى ميثاق الشرف يتوافق في بين المبحوثين حيث يرى أنه مجموعة من القوانين تكفل حقوق وواجبات الصحفيين وإعتباره أنه معايير أخلاقية تنظم مهنة الإعلام وهو ماتؤكدته النسبتين المتساويتين ب44% وهو مايشير على أن المبحوثين لديهم إطلاع على المواثيق الشرف وحتى إن كان المعنى يختلف من مبحوث إلى آخر، في حين تشكل نسبة12% من المجموع الكلي وهي نسبة قليلة التي تحصر معنى الميثاق في أنه مجموعة من القوانين الشكلية والتي تؤخذ بعين الإعتبار إلا في حالات خاصة.

\*الجدول رقم (23):يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الإلتزام بالضوابط الأخلاقية:

المجموع	التكرار	الإلتزام بالضوابط الأخلاقية
56%	14	دائما

أحيانا	9	36%
نادرا	2	8%
المجموع	25	100%

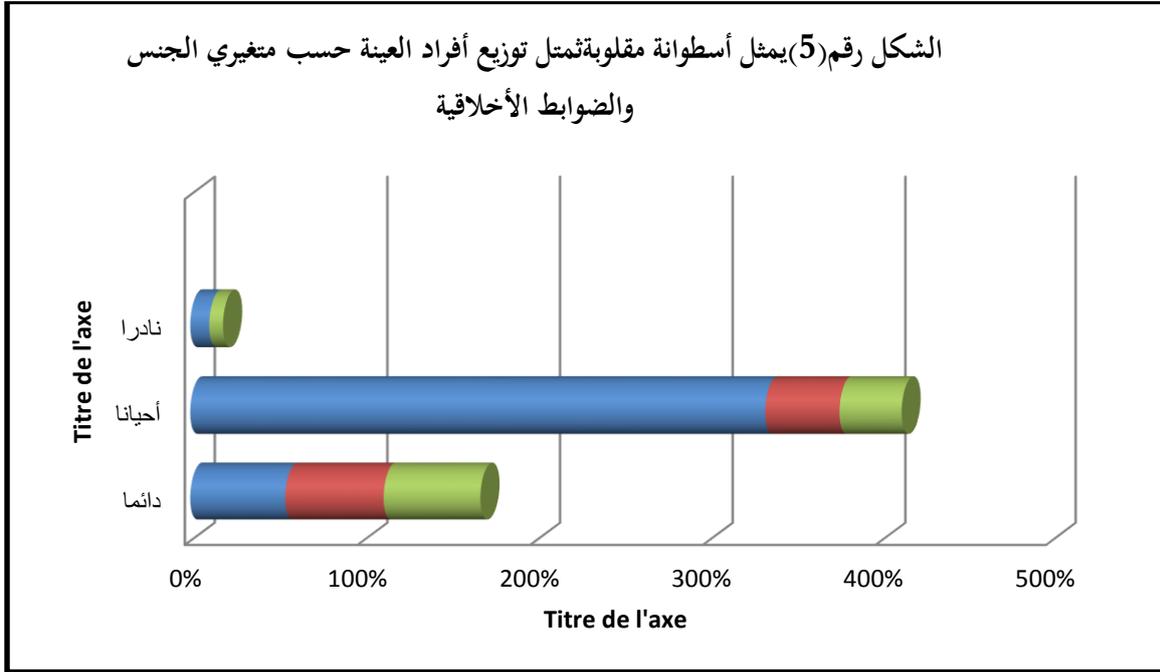
\*يمثل الجدول أن نسبة الإلتزام المبحوثين بالضوابط الأخلاقية التي يقرها الميثاق الشرف سجلت بنسبة 14% أي ما يعادل 14 مفردة في تشكل نسبة 36% إيجابيات المبحوثين الذين يلتزمون بالضوابط الأخلاقية المنصوصة عليها في ميثاق الشرف إلا أحيانا في حين نسبة 8% من المبحوثين الذين أجابوا أنهم يلتزمون بالضوابط الأخلاقية بصفة نادرة، وهو ما يفسر باعتبار أن المواثيق الشرف عبارة عن وثائق تتضمن آداب وأخلاقيات المهنة الإعلامية بحيث تقنن هذه الأخيرة المبادئ الأخلاقية التي يلتزم بها الإعلاميون في مختلف المجالات وبمجرد اللجوء إلى مهنة الصحافة بغض النظر عن الوسيلة، باعتبار أن المهنة الصحافة مهنة شاقة تفرض الإلتزام لها بشكل إرادي للضوابط الأخلاقية كمهام إرادي وكمعايير سلوكية تقوده إلى نتاج عمل ينال الإستحسان الرأي العام، في حين أن الإلتزام بها في الأحداث أو المواقف معينة التي يلجأ إليها كبديل لحل النزاعات بين الإعلاميون أو مشاكل الإضرابات والإحتجاجات ويشكل القوانين المنصوصة عليها في الجريدة الرسمية الحل الأول للإلتزام القرار المناسب إلا أن الذين لا يخضعون أو لا يمثلون إلى هذه الضوابط تشكل عموما الطبقة الإعلامية التي تنتمي إلى نقابات الصحفية التي ترى أن لها الأحقية في سن القوانين .

\*الجدول رقم (24): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والضوابط الأخلاقية:

الجنس		الإناث		الذكور		المجموع	
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%

دائما	4	%57	10	%55	14	%56
أحيانا	3	%43	6	%33	9	%36
نادرا	0	%0	2	%11	2	%8
المجموع	7	%100	18	%100	25	%100

\* يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 56% من المجموع الكلي للمبحوثين يلتزمون بالضوابط الأخلاقية التي تقرها أخلاقيات المهنة تليها نسبة 36% الذين يلتزمون بالضوابط الأخلاقية ونسبة 8% الذين لا يلتزمون بالضوابط الأخلاقية إلا بصفة نادرة وتحتل نسبة 57% من المبحوثين من جنس الإناث يلتزمون بالضوابط الأخلاقية وتليها نسبة 43% من الفئة المتقبية من الإناث يلتزمون بها بصفة أحيانا وعموما فنسبة للمبحوثين وحسب ما طرحه نسبة 0% لا يلتزمون بالضوابط الأخلاقية وهي معدومة، على عكس المبحوثين من الفئة الذكورية فهم يلتزمون بالضوابط الأخلاقية دائما في أداء مهامهم بنسبة 55% وتليها الصفة أحيانا لنفس الفئة بنسبة 33% وأخيرا نادرا بنسبة 11%، وهذا يؤشر أنه لا توجد إختلافات جوهرية في الإلتزام بالضوابط الأخلاقية التي تقرها القوانين بين الإناث والذكور فهي تشكل فرعا من الحتمية القيمة التي من شأنها الإرتقاء بالنشاط الإعلامي وفق للأطر الأخلاقية وهو ما تؤكدته النظرية الواجب الأخلاقي (أنظر إلى الخلفية النظرية في الإطار المنهجي).



\*الجدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالصدق:

النسبة المئوية	التكرار	الصدق
36%	9	بدرجة كبيرة
48%	12	بدرجة متوسطة
16%	4	بدرجة منخفضة
100%	25	المجموع

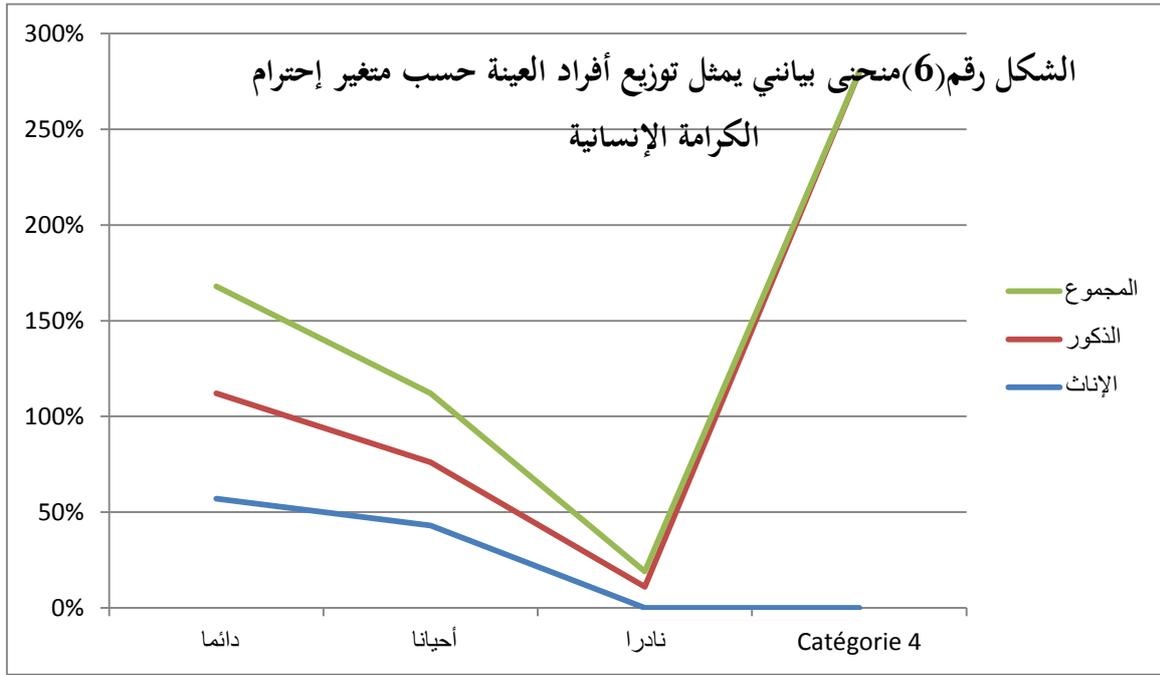
\*يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 48% من المبحوثين الذين يلتزمون بالصدق أخلاقيات المهنة الإعلامية كمدأ كمبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة الإعلامية بنسبة متوسطة في البيئة الرقمية في حين أن نسبة 36% من المبحوثين الذين يلتزمون بالصدق بدرجة كبيرة في البيئة الرقمية أما نسبة 16% أنهم يلتزمون بدرجة منخفضة للصدق في البيئة الرقمية ومن خلال المعطيات يتضح لنا أن

يلجأ المبحوثين إلى الإلتزام بالمصادقية في البيئة الرقمية نظرا لإرهاصات التي تعاني منها الصحفيون، على رغم التغييرات والإصلاحات القانونية التي عرفها مجال الإعلام، إلا أن الوصول إلى الإلتزام بأخلاقيات المهنة في البيئة الرقمية بشكل كامل أصبح عائقا أمام الكثير من الصحفيون وذلك نظرا للضغوطات التي تتعرض لها وسائل الإعلام التي لم تعد حكرا على المؤسسات العمومية التابعة للدولة فقط، مما أصبح الكل ينشر دون مراعاة الخصوصية خصوصا بعد التنوع الإعلام من مستقل جهوي وجهوي ومؤسسي وظهور الصحافة المواطن مما يضعف الإلتزام بالصدق في نشر الأخبار بنسبة متكاملة، الأمر الذي يؤثر على الجمهور ويصبح تحريك الرأي العام ضعيف خصوصا إن كانت تلك الأخبار مغلوبة أو مجهولة المصدر، إذ أصبح الكل يبحث عن "BZZ" والشهرة، مما يؤثر سلبا على المجتمع من خلال ظهور مختلف الجرائم السب والقذف، الأخبار المجهولة المصدر، إختراق الخصوصية... إلخ.

\* الجدول رقم(26): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بإحترام الكرامة الإنسانية:

إحترام الكرامة الإنسانية	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	6	24%
بدرجة متوسطة	15	60%
بدرجة منخفضة	4	16%
المجموع	25	100%

\*يمثل الجدول رقم (27) مدى إلتزام المبحوثين بإحترام الصحفيين بمبدأ إحترام الكرامة الإنسانية من خلال المضامين التي يتم نشرها في البيئة الرقمية حيث تحتل نسبة 60% من المبحوثين الذين يحترمونها بدرجة متوسطة تليها نسبة 24% من المبحوثين الذين يتم إحترام الكرامة الإنسانية بدرجة كبيرة وأخيرا نسبة 16% من المبحوثين الذين يتم إحترام الكرامة الإنسانية، وهو ما يؤشر إلى رغم ماتنص النظرية المسؤولية الإجتماعية من معايير إلا أن الإلتزام بالكرامة الإنسانية أصبح يقاس بدرجة متوسطة رغم جدية القوانين وحرص المؤسسات الإعلامية إلى فرض الإلتزام إلا أن تضارب المصالح والضغوطات الخارجية و المنافسات أصبح تشكل عائقا أمام الإلتزام بالمبدأ الكرامة الإنسانية في.



\* الجدول رقم (27): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالنزاهة والإستقلالية:

النسبة المئوية	التكرار	النزاهة والإستقلالية
24%	6	بدرجة كبيرة

بدرجة متوسطة	15	60%
بدرجة منخفضة	4	16%
المجموع	25	100%

\*يوضح الجدول أن النزاهة والإستقلالية للمضامين الرقمية تشكل درجة الإلتزام بها بنسبة 60% أي مايساوي 15 مفردة من المجموع الكلي للعينة البحث في حين تليها 24 % بدرجة كبيرة وأخيرا 4 مفردات أي مايعادل 16% وهو ما يؤكد أن البيئة الرقمية تفتح مجالاً للنشر فأصبح كل لقطة هي خبر وكل حدث يومي هو مشكلة تقتضي التحقيق، مما يجعل من البيئة الرقمية غير خاضعة للضوابط والمعايير الأخلاقية خصوصا بعد تغير الأدوار بين المرسل والمتلقي والعكس بالعكس، الأمر الذي جعل منه فجوة للظهور الإتجاهات متعددة حسب ماتقضيه المصالح الشخصية والرجية مما يؤدي إلى الإستقلالية والنزاهة مرتبطة ممارستها في الميديا الجديدة بدرجة متوسطة حتى وإن لاتشكل نسبة الكبيرة وهو ما يجعل من المهنة الإعلامية في البيئة الرقمية ساحة للهواة والفئة الغير دائمة المهنة ولاتتخذ من مداخل ممارسة الإعلام مهنة قارة لها وهو ماتشير إليه درجة الإلتزام المنخفضة.

\* الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالمسؤولية:

المسؤولية	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	9	20%
بدرجة متوسطة	11	44%
بدرجة منخفضة	5	20%

المجموع	25	%100
---------	----	------

\*نلاحظ من خلال النسبة المئوية أن درجة الإلتزام بالمسؤولية تشكل 11 مفردة في نشر المضامين في البيئة الرقمية حيث تمركزت نسبتها ب 44% من المبحوثين الذين يلتزمون بها بدرجة متوسطة، في حين تشكل نسبة 20% من الدرجة الإلتزام بنسبة كبيرة لتساوى درجة المنخفضة في نفس النسبة ب 20%، وهو مايشير من خلال النتائج أن الرسالة الإعلامية تبنى على أهداف معينة تسعى المؤسسات الإعلامية إلى تحقيقها في علاقاتها بالجمهور الخارجي والبيئة، والمسؤولية في البيئة التقليدية يتطبق على الصحفيين في البيئة الرقمية من خلال مراعاة القيم والعادات والتقاليد وحماية من نشر الثقافات الميحنة الغير الواضحة التي تتعارض مع قيم المجتمع الجزائري التي قد تؤدي إلى فساد الأخلاق حتى ولو بنسبة متوسطة، في حين ان المبحوثين الذين يلتزمون بالمسؤولية في البيئة الرقمية بدرجة كبيرة حتى وإن كانت المفردات ترمز ب 9 مفردة من إجابات المبحوثين فهم الصحفيون الذين يخضعون إلى تطبيق المبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة المنصوصة عليها في القوانين والجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية خصوصا الذين ينتمون إلى المؤسسات العمومية على عكس الدرجة المنخفضة إل أنه رغم ماتفرزه البيئة الرقمية من تنوع الثقافات والعادات والتقاليد إن المسؤولية أضحت الإهتمام بها في الحضيض خصوصا المجتمعات المحافظة التي ترفض مثل هذه الأمور.

\* الجدول رقم (29): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة الإلتزام بالعدالة والموضوعية:

العدالة والموضوعية	التكرار	النسبة المئوية
بدرجة كبيرة	7	%28

بدرجة متوسطة	12	48%
بدرجة منخفضة	6	24%
المجموع	25	100%

\*يكشف لنا الجدول رقم أن نسبة الإلتزام المبحوثين بمعايير العدالة والموضوعية في البيئة الرقمية حيث نلاحظ أن نسبة 48% من المبحوثين يلتزمون بالعدالة والموضوعية بدرجة متوسطة تليها بنسبة 28% الذين أجابوا أنهم يلتزمون بدرجة كبيرة بالعدالة والموضوعية في حين تشكل نسبة 24% من النسبة التمثيلية للمبحوثين الذين يلتزمون بدرجة منخفضة، وبناء على المعطيات فإن درجة المتوسطة للعدالة والموضوعية هم المبحوثين الذين يأخذون بعين الإعتبار الحدث دون الخوض في التكنهات أو تفسيرات الشخصية التي ليس لها الإثبات أو مبرر وتختلف درجة الإلتزام نظرا لطبيعة الخبر وهدفه وقيمه وهو ما يوضح إلى أن أهمية تحقيق الهدف المؤسسة أكثر من هدف المجتمع، في حين الصحفيون الذين يلتزمون بالموضوعية والعدالة بدرجة كبيرة هم الذين يجعلون من ثقة الجمهور وهدف المؤسسة أسمى ويهتمون بالحصول على المعلومة التي تهمهم وتقوم على هدف، في حين إتجاه الصحفيون نحو الإلتزام بالعدالة و الموضوعية بدرجة منخفضة هم الصحفيون الهواة الذي يسعى إلى تحقيق الربح وإسناد له لقب الصحفي لاغير.

\*الجدول رقم (30): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تزامن الأحداث:

تزامن الأحداث	التكرار	المجموع
---------------	---------	---------

الأعياد الوطنية	12	48%
الأحداث السياسية	4	16%
بالتساوي بينهما	9	36%
المجموع	25	100%

\*يلاحظ من خلال الجدول أن اغلب المبحوثين تكون لهم نسبة المعالجة أكبر في حالة تزامن الأحداث السياسية مع الأحداث الوطنية حيث تقدر نسبة المعالجة المواضيع الوطنية بـ 48% في حين يفضل 36% من المجتمع الكلي معالجة المواضيع في حالة تزامنهما بالتساوي، وتقدر نسبة معالجة الأحداث السياسية بـ 16% وعلى هذا الأساس فإن الأحداث الوطنية المتمثلة أساسا في الأعياد التي ترتبط بالتاريخ الجزائري تشكل محور الإهتمام لدى الصحفيين لأن لها إرتبط وثيق بالمجتمع على مختلف شرائحه وتعتبر من المقومات الدولة الأساسية فهي تعتبر مصدر الجمهور في إستسقاء الأخبار والتعبير عن حبه لوطنه من خلال رصد التظاهرات والإحتفالات... إلخ، وهو ما يجعل من الصحفيون يتفاعلون معه بالتعليقات والإعجاب الذي تجعل من أولوية القائمين على هذا المجال، على العكس الذين يفضلون الأحداث السياسية هم الصحفيون الذين ينتمون إلى مؤسسات وقنوات خاصة وتمتلك الصفحات وحسابات في الفيسبوك أو مواقع الإعلامية التي تفرض عليهم سياسة الممارسة الإعلامية ومعالجة ورصد أحداثهم كشخصيات وكأحزاب في حين المبحوثين الذين يسعون إلى معالجة الأحداث بالتساوي فهم عموما يسطرون هدفين وكسب ولاء المؤسسة وثقة الجمهور في أن واحد.

\*الجدول رقم (31): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير درجة تحقيق المضامين:

تحقيق المضامين	التكرار	النسبة المئوية
----------------	---------	----------------

تحقيق الأهداف العامة في المجتمع	11	44%
الإهتمام بإعلام الجمهور كمسؤولية إجتماعية	7	28%
تحقيق السبق الصحفي	5	20%
أخرى	2	8%
المجموع	25	100%

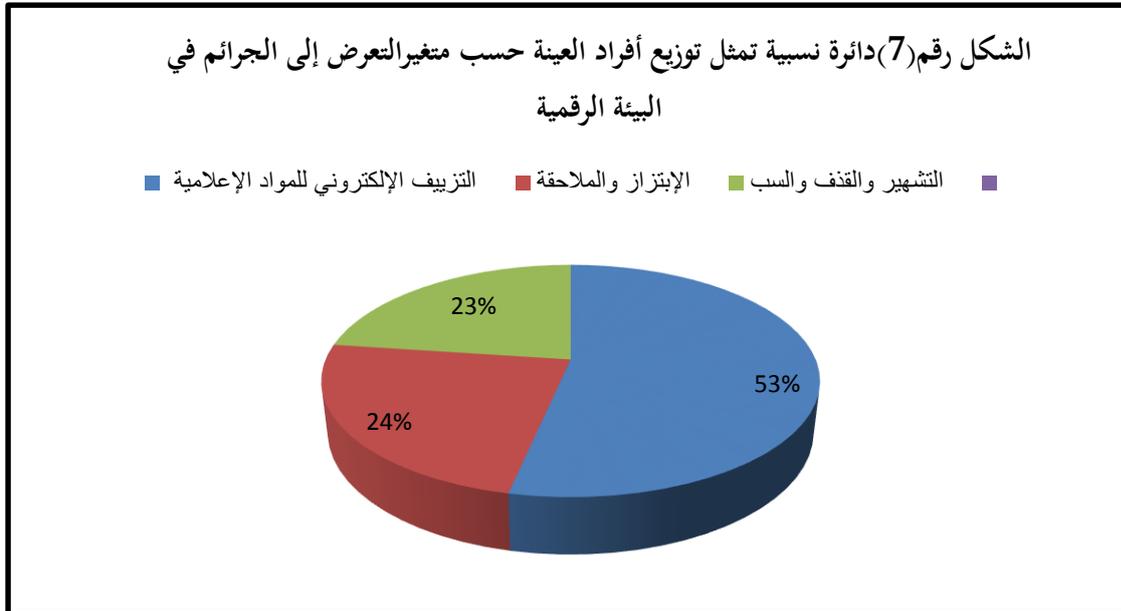
\*يوضح الجدول أن البيئة الرقمية رغم ماتعرض له من إنتهاكات إلى أنها تسعى من خلال مضمينها دوما إلى تحقيق الأهداف العامة ففي المجتمع حسب ماتوضحه النسبة الأعلى ب44% ب11 مفردة في حين تسعى نسبة 20% من المبحوثين إلى الإهتمام بإعلام الجمهور كمسؤولية إجتماعية وتشكل نسبة 20% الذين هدفهم تحقيق السبق الصحفي لتختلف أهداف بالنسبة للمفردات المقدرة بمفردتين والتي تنسب 8%، وإنطلاقا مما تم طرحه من المعطيات فإن المعالجة الإعلامية للمواضيع في البيئة الجديدة التي تشكلها الوسائل الإعلام الشبكية تستمد مكانتها مما يحدث تأثير في المجتمع أما الإهتمام بإعلام كمسؤولية إجتماعية محصور في نسبة المحددة سابقا من التعداد الكلي والتي ينبغي أن تكون بشكل أكبر نظرا إلى إستنادها إلى نظرية المسؤولية الإجتماعية التي تفرض المسؤولية الإعلامية وأن تهدف إلى تحقيق وظائف متعددة في أن واحد على أن يمارس مهامها كوسيلة ترفهية وتنشئة إجتماعية وتحقيق الربحية إلا أن الأغلبية فضلوا الربحية وأصبح تشكل السبق الصحفي ضمن أجندتهم الأولية بحيث تهدف إلى ظهور والبروز على العكس الباقية الذين يختارون الجمع بين هذه الأخبار وأن أهدافهم تكون

على حسب ماتقضيه السياسة الإعلامية للمؤسسة التي ينتمون إليها، وأن يكون الإطلاع الجمهور بالأحداث الأنية فقط.

\*الجدول رقم(32) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التعرض إلى جرائم:

النسبة المئوية	التكرار	تعرض إلى جرائم
56%	14	التزيف الإلكتروني للمواد الإعلامية
25%	6	الإبتزاز والملاحقة
24%	6	التشهير القذف والسب
100%	25	المجموع

\*يبين الجدول أن نسبة 56% من المبحوثين الذين تتعرض حساباتهم إلى التزيف الإلكتروني للمواد الإعلامية كجريمة من جرائم الإلكترونية تليها نسبة 24% من المبحوثين الذين يتعرضون إلى التشهير والقذف والسب حين أن نسبة 20% من المبحوثين الذين يتعرضون إلى الإبتزاز والملاحقة، وهو مايفسر غياب الأمن في البيئة الرقمية ورغم أن التعرض إلى الجرائم الإلكترونية متعددة تختلف درجاتها من صفحة إلى صفحة فإيسبوكية للمؤسسات الإعلامية على ونظرا للغياب الرقابة المعلوماتية في الفضاء السبيرياني التي أصبح يلحق الضرر بإعلاميين والضعف الإستخدام أو عدم وجود قوانين قانونية تسيطر على البيئة الجديدة .



الجدول رقم(33) يمثل توزيع أفراد العينة حسب معاقبة المجننين (مرتبكي الجرائم):

النسبة المئوية	التكرار	معاقبة المجننين (مرتبكي الجرائم)
48%	12	قضايا
36%	9	حظر من الصفحة الفايسبوكية
4%	1	أخرى
100%	25	المجموع

\* يكشف الجدول معاقبة المجننين الذين كانوا سببا في تعرض الحساب المبحوثين إلى معاقبتهم

بحيث 48% من المجننين يتم معاقبتهم قضائيا وتقابلها نسبة الحظر من الصفحة الفايسبوكية ب36% في

حين تبقى النسبة الأدنى بـ 4% معاقبة المجننين بغرامة مالية، وهو ما يؤكد إلى التخاوف من زيادة حدة الجرائم والمساس بمهنة الصحافة وإضمحلالها أدت إلى تبني تشريعات سبقت إليها تمكن من معاقبة المجننين الذين كانوا سبباً في هذه الجرائم قضائياً بإعتماد على القوانين الوسائل التقليدية وإسقاطها على البيئة الرقمية وذلك في إطار حماية الصحفي وصون كرامته وخوفاً من زيادة حدة الجرائم حتى تكون عبرة لمن يعتبر أم الحظر من الصفحة يكون في إطار إجراء قانوني متفقاً عليه بين عينة من الصحفي شكلياً وإن لم تقره موثيق الشرف ويسند هذا النوع من الإجراءات إلى المبحوثين الذين تم ولوجهم بهويات الإفتراضية وخارج الحدود الوطنية ممأن هذا اللامحدودية تكون من مختلف أصقاع العالم وهو مما يؤدي إلى غياب قانون الإعلامى موحد على العكس الفئة التي تعتمد على توجيه الغرامة فهي الفئة التي تستهدف الصفحات الفاييسبوكية تكون أصحاب النفوذ والشخصيات أو إطارات حيث يتم الإكتفاء بالغرامة.

\* الجدول رقم (34) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ارتكاب الصحفي للخطأ:

النسبة المئوية	التكرار	إرتكاب الصحفي للخطأ
68%	17	الإنذار
28%	7	الخصم من الأجر
4%	1	التسريح من العمل
100%	25	المجموع

\* يوضح الجدول أن أغلبية المبحوثين يتعرضون إلى الإنذار في حالة ارتكبتهم خطأ مهني في حين تكون عقوبة الخصم من الأجر بـ 28% وتأتي عقوبة التسريح من العمل بنسبة 4% وتصدر الإشارة إلا إنذار

يعتبر من أبسط العقوبات التي يتعرض حيث من الخطأ يتعلمون الصواب وحتى لا يمارس رئيس القناة أو رئيس التحرير الضغوطات وبعدها الإنذار كخطوة التي تجعل من الصحفي يلتزم بالضوابط القانونية التي تقرها أخلاقيات المهنة في حين الخصم من الأجر يكن عموماً عند الصحفيون الذين يتعمدون إلى الخطأ إلا التسريح من العمل يكون بالنسبة للإعلاميين التابعين للمؤسسة عن طريق عقد محدد المدة والذين ارتكبوا أخطاء الجسيمة.

\* الجدول رقم (35) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تفضيل الوسائل العمل :

النسبة المئوية	التكرار	تفضيل الوسائل العمل
56%	14	الوسائل التقليدية
45%	11	الوسائل الجديدة
100%	25	المجموع

\* يبين أن 56% من المبحوثين العمل بأخلاقيات ومواثيق الشرف على عكس الوسائل التقليدية التي كانت بنسبة 45% وهو ما يفسر على أن رغم البيئة الرقمية التي يمارس فيها الصحفيون مهامهم عبر أشكال الإعلام الجديد إلا أن الكثير يفضل العمل بهذه أخلاقيات بقوانين الوسائل التقليدية باعتبار أن البيئة الرقمية أصبحت حكراً على الهواة والمؤثرون مما قديؤدي إلى تراجع الدور الإعلام الذي فلو وسائل التقليدية لديها قوانين قيمة تحمي ولو شكلياً المهنة الإعلامية على الوجه العموم والصحفي على الوجه الخصوص.

❖ المحور الثالث: حماية أخلاقيات المهنة للتدوال الحر للمعلومة أثناء ممارسة الصحفيين

للسائل الإعلام الجديدة:

\* الجدول رقم(36) يمثل توزيع أفراد العينة حسب إحترام الخط الإفتتاحي:

إحترام الخط الإفتتاحي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	76%
لا	6	24%
المجموع	25	100%

\* يوضح الجدول أن نسبة الإحترام الخط الإفتتاحي قدرت 72% في حين ثمتلها نسبة 24% من المبحوثين لا يحترمون الخط الإفتتاحي وذلك نظرا لأن أول ما يمضي عليه الصحفي بمجرد توظيفه هو إحترام السياسة الإعلامية والتي تكون إكتشافها عن طريق الممارسة ومن خلال ملاحظة للمضامين التي ينشرها، وعلى الرغم الإنفتاح التكنولوجي فإن كل صحفي ينسب إلى الصفحة بإسم القناة وهو مجبر على إحترام الخط الإفتتاحي لأنها تحدد مسارها الإعلامي وهي محاكاة الشكل التقليدي إلى الإلكتروني التي لا تحترمه إلا فئة المواة أو المؤثرون أو صناع المحتوى أو الذين يستخدمون هوية الإفتراضية ويتخدون من مهنة الإعلام كمهنة بديلة.

\* الجدول رقم(37) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير رقابة المواضيع:

رقابة المواضيع	التكرار	النسبة المئوية
السياسية	9	36%

الإجتماعية	3	24%
الأمنية	13	52%
المجموع	25	100%

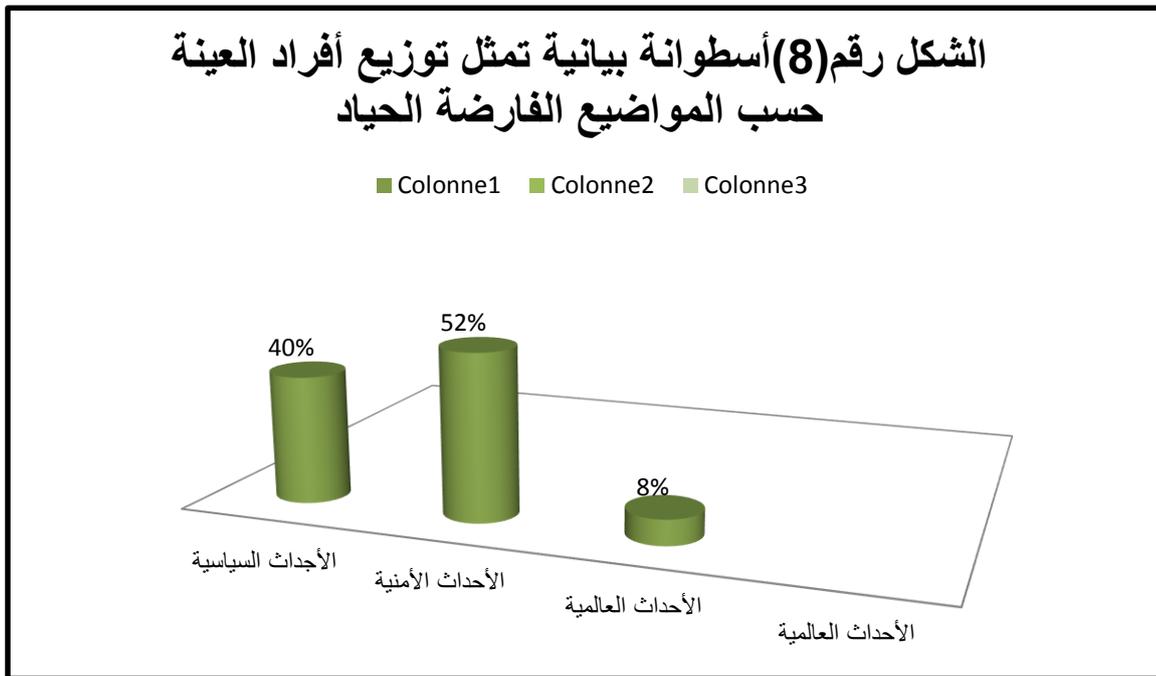
\* يبين الجدول أن أغلب المبحوثين أجابوا بأن المواضيع التي تتعرض إلى رقابة في صفحاتها هي المواضيع الأمنية بنسبة 52% تليها المواضيع السياسية بنسبة 36% وأخيرا الإجتماعية بنسبة 12% وذلك لأن المواضيع الأمنية بشكل خاص هي مواضيع حساسة تخضع للرقابة وخاضعة لأجندة الإعلامية معينة تنشرها إلا من تحول له الصلاحية في ذلك بإعتبارها مواضيع ترتبط بمصلحة العليا للبلاد فأني خبر كاذب قد يؤدي إلى نزاعات وحدوث إضطرابات في المجتمع، وقد يعاقب عليها المسؤول بعقوبات وخيمة في حين أن المواضيع هي قنوات الخاضعة ملكيتها إلى أحزاب سياسية أو تمويلها جهات معينة ولا يكون هناك خلل في المعلومات وتحافظ على نزاهتها وشفافيتها في تقديم الأخبار السياسية خصوصا في فترة الإنتخابات، أما المواضيع الإجتماعية عموما هي مواضيع ترتبط بالمتغيرات الإجتماعية والصحفي إبن بيئته كمواضيع الدخول الإجتماعي فهي لايشكل خطرا .

\* الجدول رقم (38): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغيرالمواضيع الفارضة الحياد:

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع الفارضة الحياد
40%	10	الأحداث السياسية
52%	13	الأحداث الأمنية
8%	2	الأحداث العالمية

المجموع	25	%100
---------	----	------

\*يكشف الجدول أعلاه نسبة الأحداث الأمنية 52% تشكل مواضيع يلتزم فيها الحياد فيها في حين تنحصر 40% في الأحداث السياسية وتبقى نسبة 8% من الحياد في الأحداث العالمية وهو ما يفسر على أن الأحداث الأمنية تشكل هاجسا أما الصحفيون حتى وإن كانت البيئة الرقمية ليست إلى حد الساعة مضبوطة بقوانين إلا أن الإلتزام التطبيق بقوانين خاصة بوسائل الإعلام التقليدية أصبحت تشكل رقابة التي تلزم الحياد خوف من العقوبات (السجن، الغرامة، التسيريح... إلخ)، غير أن الحياد في



الأحداث السياسية هو حياد مؤقت يرتبط بحدث معين أو موقف محدد وقد يكون له نفس توجهات والنظرات فيما يتعلق بأمور السياسة التي أصبحت نقطة قوة لأن ملكها في أغلب الأحيان هم مدراء القنوات أما الأحداث العالمية يمكن الكل يشارك في إبداء الآراء والأفكار في ظل حرية التعبير خصوصا أن ليس هناك قانون دولي يمنع من الإلتزام بالحياد خصوصا المواضيع التي ترتبط بوطنه.

\* الجدول رقم (39) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تدخل الأوامر التحريية:

النسبة المئوية	التكرار	تدخل الأوامر التحريرية
36%	9	نعم
64%	16	لا
100%	25	المجموع

\*يوضح الجدول أن أغلبية المبحوثين لا يتلقون الأوامر التحريرية في معالجة المعلومة حيث قدرت بنسبة 64% في حين أن نسبة 36% من المبحوثين يتلقون الأوامر التحريرية فهو ما يعطي مقارنة أولية لتفسير أسباب ظهور الفجوة الجرائم وغياب القانون يحمي الصحفي في البيئة الرقمية لأن غياب الأوامر التحريرية يجعل من الصحفي يكتب ما يشاء وينشر ما يريد، وفي أي وقت مما يجعل مهنة التأطير الإعلام الرقمي غائبة وتقتصر على الوسائل التقليدية التي تجعل من ممارسي الإعلام يتدمرون لأن ليس هناتسير المهنة الإعلامية في الشبكة العنكبوتية والصحفيون الذين يتلقون الأوامر التحريرية هم الإعلامي المؤسسة العمومية والتي لها مكانة في المجتمع.

\* الجدول رقم (40) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير صعوبة الحصول على المعلومة:

النسبة المئوية	التكرار	صعوبة الحصول على المعلومة
60%	15	نعم
40%	10	لا
100%	25	المجموع

\*يبين الجدول الرقم أن 60% من البحوثيين الذين يتلقون صعوبة في الحصول على المعلومة في تناول القضايا السياسية والحكومية في حين نسبة 40% من المبحوثين لاتشكل لهم المعلومات الصعوبة في الحصول عليها وهذا ما يوضح أن المعلومة السياسية والحكومية لاتزال حكرا على المؤسسات العمومية خصوصا وكالة الأنباء باعتبارها المصدر الوحيد للمثل هذه الأخبار التي يكون نشرها في شكل رسمي وتجنب التعرض للمعلومة الخاصة بالمجال السياسي والحكومي إلى التحريف أو الوقوع في أيادي الخاطئة التي يمكن أن تكون جهة مناقضة لسياسة العامة للبلاد مما تستغلها للفوضى وخلق النزاعات خصوصا الإعلام الجديد الذي لا يملك حدود جغرافية معينة فقد تجاوز المكان وأصبح منبرا للتواصل من مختلف أصقاع العالم والجنسيات المتعددة الإلتفاء إليه في حين الذين لديهم سهولة في الوصول إلى المعلومة السياسية والحكومية فهي عموما مبحوثين لهم علاقة وطيدة مع وكالة الأنباء ويتنمون إلى القطاع العام ولديهم الصفحات رسمية قانونية.

\* الجدول رقم (41): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تقديم التصريح:

النسبة المئوية	التكرار	تقديم التصريح
24%	6	دائما
24%	6	أحيانا
52%	13	نادرا
100%	25	المجموع

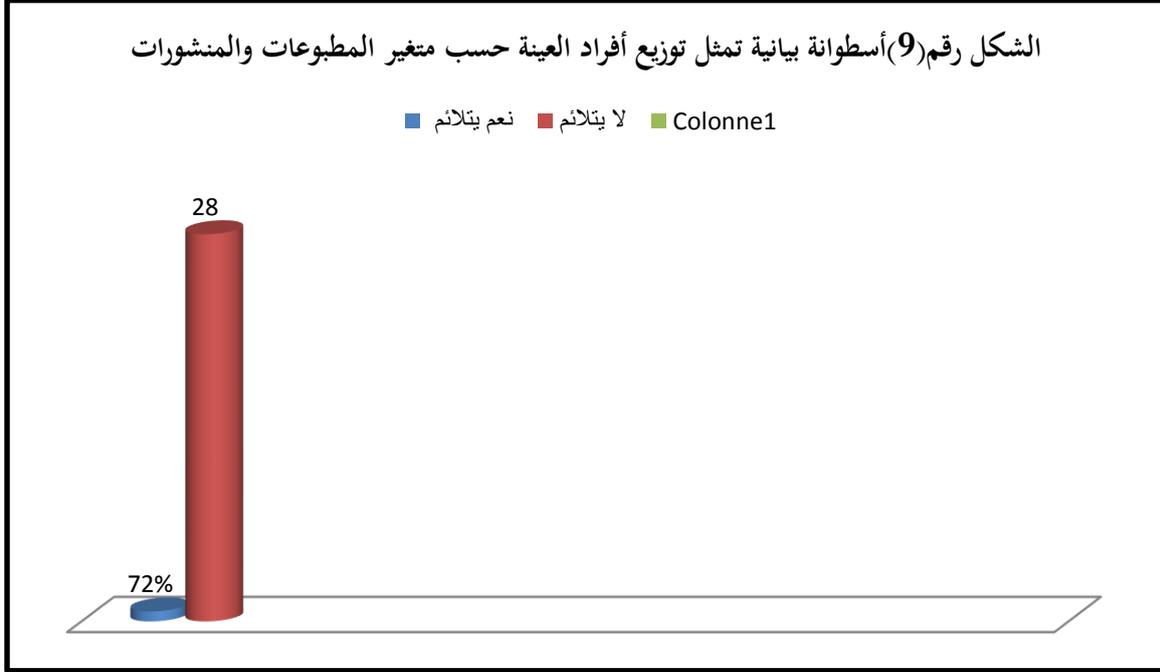
\*يوضح الجدول أن نسبة 52% من المبحوثين الذين يلجأون إلى التصريح من مدير المسؤول بصفة نادرة بغية النشر مضمون في حين تتساوى نسبة 24 من الذين يجأون إلى التقدم التصريح بصفة دائما وأحيانا ويتضح من خلال المعطيات التي قدمتها إجابات المبحوثين التي قدمها المبحوثين ، وهو ما يؤكد أن أنية الأحداث تفترض نشرها في وقتها محدد ، فيحن أن الأخذ بتصريح من المدير المسؤول تأخذ وقتها خصوصا في ظل المنافسات التي تتعرض لها مختلف القنوات العمومية والخاصة في الساحة الإعلامية ، وإلا أصبح الخبر من الماضي حيث يكون التصريح بصفة نادرة في القضايا التي ترتبط بالأحداث الأمنية والسياسية أو الأحداث التي تستغرق مدة من الزمن وتحتاج إلى مصدر رسمي أو تكون لها عدة مصادر فيلجأ إلى التصريح لحماية الصحفي نفسه والنشر بإسم المؤسسة التي ينتمي إليها.

\* الجدول رقم (42): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير تلائم المطبوعات والمنشورات:

النسبة المئوية	التكرار	تلائم المطبوعات والمنشورات
72%	18	نعم
28%	7	لا
100%	25	المجموع

\*يكشف لنا الجدول أن مضمون المطبوعات والمنشورات في الصفحات يتلائم مع الأحداث الوطنية والعالمية بكل مصداقية دون إنحياز بنسبة 72% و 28% من المجموع الكلي لاتتلائم مضمون المطبوعات مع الأحداث الوطنية والعالمية وهو ما يشير إلى أن رغم ماتفرضه الممارسة الإعلامية في الميديا الجديدة من عوائق وماتواجه من مخاطر قد تؤدي إلى فشل المؤسسات الإعلامية في تحقيق أهدافها والتلائم مع الأحداث الوطنية والعالمية يخلق مجالاً للحوار العالمي الذي يعزز الإتجاهات الحرة

الرأي والتعبير على عكس الفئة التي تتلائم هي فئة التي بلورتها المجتمع وإكتسبت صفة الصحفي الهاوي الذي ينشر كل ما يتم تداوله بعيدا عن الرسميات أو مصادر أخبار موثوقة.



\* الجدول رقم(43): يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير التأكد من مصادر الخبر وقيمه:

النسبة المئوية	التكرار	التأكد من مصادر الخبر وقيمه
68%	17	نعم
32%	8	لا
100%	25	المجموع

\* يوضح الجدول رقم (42) أن نسبة 68% يتأكدون من قيمة الأخبار بعد حصولها من مصادره الخاصة وتقابلها نسبة 32% لا يتأكدون قيمة مصادر الأخبار وهو ما يؤكد على أن التأكد من الخبر يعد من أهم المؤشرات للإلتزام بأخلاقيات المهنة مما يقلل من تأثير الأخبار المزيفة على المجتمع وسلوكيات الفرد في مختلف المجالات التي قد تسبب أزمات تصل حدتها إلى خلق توتر عالمي على العكس الذين

لا يتأكدون من قيمة الأخبار وذلك بحكم أن وسائل الإعلام الجديد أصبحت وسيلة سريعة النقل تنقل مئات الأحداث في دقيقة واحدة وفي كل المجالات مما يجعلها بؤرة الإشاعات التي قد تؤدي ناشيرها إلى المتابعة القضائية.

\*الجدول رقم(44) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير توافق المواضيع:

توافق المواضيع مع أنية الحدث	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	52%
لا	12	48%
المجموع	25	100%

\*نلاحظ من خلال الجدول أن ليس هناك تباين كبير في توافق المواضيع التي ينشره المبحوثين مع الأحداث الأنية حيث سجلت نسبة 52% من المجموع الكلي "بنعم" ونسبة 48% من المبحوثين الذين أجابوا ب"لا"، وهو ما يوضح أن من أهم خصائص الإعلام الجديد التحديث الذي يعطي أهمية على المستويات الفنية والمادية وهو ما يساعد على تحيين الأطر المرتبطة في المنافسة الشديدة وتأثير على الجماهير التي تعتمد على الإعلام الشبكي كمصدر من مصادر الأخبار والمعلومات.

\*الجدول رقم(45) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير ذكر المصدر وإسم الصحفي:

ذكر المصدر وإسم الصحفي	التكرار	النسبة المئوية
دائما	20	80%
أحيانا	10	40%

20%	5	نادرا
100%	25	المجموع

\* يتضح من خلال الجدول أن 80% من المجموع الكلي للمبحوثين يذكرون المصدر وإسم الصحفي أثناء نشر الأخبار والمعلومات بصفة دائما فحين تشكل نسبة 40% من المبحوثين الذين يذكرونها بصفة أحيانا أما النسبة 20% هم المبحوثين الذين يذكرونها بصفة نادرة، وتفسر هذه المعطيات على أن وهم الصحفيون الذين يسعون إلى نقل الموضوع بشفافية ونزاهة ويتحملون المسؤولية الكاملة في نشرها على عكس الفئة التي تنشرها أحيانا وهي بحيث يذكرونها إلا في الأخبار الحصرية كتنغطية إخبارية أو مقابلة مع أحد إطارات الدولة... إلخ، في حين المبحوثين الذين يشيرون إلى مصدر الخبر ويذكرونه بصفة نادرة هم الفئة التي تجنب نفسها الوقوع في خطر خصوصا إذا كان يحتوي على معلومات مهمة وصريجة.

\* الجدول رقم (46) يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير حرية تدوال المعلومة:

النسبة المئوية	التكرار	حرية تدوال المعلومة في القانون الإعلام الجديد
20%	5	نعم
60%	15	لا
100%	25	المجموع

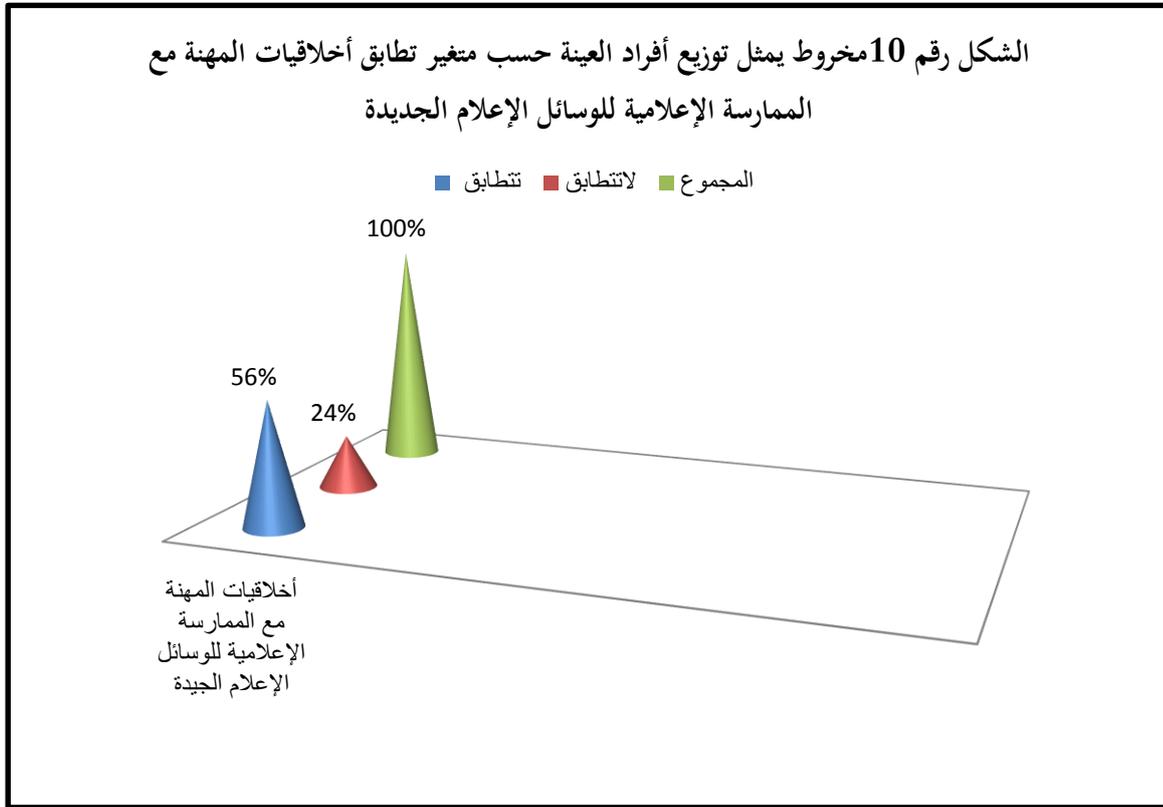
\* يكشف الجدول أن نسبة 60% الذين يرون أن قانون الإعلام الجديد لا يكفل حرية التدوال المعلومة وتليها النسبة 20% التي لها إتجاه معكس وتري أن قانون الإعلام الجديد يكفل حرية المعلومة، ومن

خلال البيانات نرى أن قانون الإعلام الجديد حتى وإن تطرق إلى سن حرية المعلومة وحماية الصحفي إلى أنه لا زال مبتور فيما يخص تداول المعلومة التي تنتج عنها عوائق على غرار الإشتراط نسخة من التصريح والإحتراافية وأن ماجاء في القانون يبقى شكليا ويحتاج إلى تحفيزات لتسهيل التدفق الحر للمعلومة دون الحاجة إلى ممارسة الضغوطات.

الجدول رقم(47):يمثل توزيع أفراد العينة حسب تطابق مع أخلاقيات المهنة الإعلام الجديد:

النسبة المئوية	التكرار	تطابق الممارسة مع أخلاقيات المهنة
24%	6	نعم
56%	14	لا
100%	25	المجموع

\*يلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 51% من البحوث لديهم إتجاه معارض في تطابق أخلاقيات الممارسة مع أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في حين تقابلها نسبة 24% من نفس عينة الميحثين الذين يرون أن هناك تطابق بين الممارسة وأخلاقيات المهنة المنصوصة عليها في القوانين والمتفق عليها أو التي تم طرحها من طرف نقابة الصحفيين الجزائريين، وهو ما يفسر أن رغم ماتقره أخلاقيات المهنة من إصلاحات وومنح هامش الحرية ولو نسبية إلا أنه لازال هناك عوائق ومعوقات خصوصا فيما يتعلق



بالمجال السياسي والإعلامي، ضف إلى ذلك تغيرات المتجددة و للبيئة الرقمية وخصائصها اللامنتاهية تفرض سلوكيات و معاملات تختلف باختلاف المكان والزمان بحيث أنسن القوانين تحتاج وقت للدراسة وهوالسبب الذي يجعل من الجرائم الإلكترونية والمساس بالحرية وحماية الصحفيين ومهنتهم يزداد يوما بعد يوم.

### ➤ الإستنتاجات العامة:

\*لقد توصلت دراستنا المعنونة "باتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف في ظل ممارسة الإعلام الجديد"، بأن هناك إتجاه سلبي رغم درايتهم الكاملة وإطلاعهم على قانون الإعلام القديم والجديد خصوصا قانون 2012 وقانون السمععي البصري 2014، إلا أنه رغم ذلك فإن الإلتزام به يكون إلا في حالات، كما وسبق الذكر أن البيئة الإعلام الجديدة بيئة متجددة ومتغيرة تؤثر فيها عوامل داخلية وخارجية التي يكون لها تأثير على الممارسة الصحفية، فهذه العقبات تجعل من الإعلام كممارسة يجذب خطوة إلى الإهتمام به ومعالجة جوانبها الإلكترونية خصوصا فيما يرتبط بالمجتمع ومكافحة الجماعات المرجعية وإعادة بلورة قوانين تخدم البيئة الرقمية وهو ما تفسره أغلب النتائج المتوصل إليها :

### ➤ فيما يتعلق بالمحور الأول: المحور الاول: إنعكاس إستخدام وسائل الإعلام الجديدة لحقوق

#### الصحفيين في البيئة العمل الرقمية للعمل:

-توصلت الدراسة إلى أغلب المبحوثين يفضلون الفايسبوك كوسيلة إعلام جديدة بنسبة 48%، تليها المواقع الإلكترونية بنسبة 24% في حين بشكل البريد الإلكتروني بنسبة 20% وأخيرا المدونات 8%.

-ومن النتائج المتوصل إليها أن أعلى نسبة من المبحوثين يمتلكون حساب شخصي بنسبة 68% من المبحوثين تليه نسبة 32% من المبحوثين الذين يستخدمون الفايسبوك كحساب المهني.

-كما أن نسبة 72% من المجموعة الكلي المبحوثين لا يتلقون تكوين في إعلام الجديد على عكس نسبة 28% يتلقون التكوين في الإعلام الجديد. وأن نسبة 72% لا تتمتع بالاستقلالية في النشر في الصفحات

الفايسبوكية و تشكل نسبة 28% من المبحوثين الذين يتمتعون بإستقلالية في النشر عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

- كما أكدت 60% لا يتلقون مكافأة مادية أثناء نشر مادة الإعلامية في البيئة القمية وتحاز على نسبة من الإعجاب أي حين تتساوى النسبتين 20% من الإجابات يتلقون مكافأة على ما يطرحونه في البيئة الرقمية.

➤ فيما يتعلق بالمحور الثاني: يلتزم الصحفيين بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف كمسؤولية إجتماعية بدرجة متوسطة في حماية المسؤولية الاجتماعية:

- وقد توصلت هذه الدراسة في هذا المحور إلى أن نسبة 80% من المبحوثين الذين أقروا بوجود ميثاق شرف خاص بالممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية، في حين تقابلها نسبة 20% الذين لا يرون أن المؤسسة لا تمتلك ميثاق الشرف خاص بالممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية.

- كما كشفت الدراسة أن نسبة الإلتزام المبحوثين بالضوابط الأخلاقية التي يقرها الميثاق الشرف سجلت بنسبة 14% تشكل نسبة 36% إجابات المبحوثين الذين يلتزمون بالضوابط الأخلاقية المنصوصة عليها في ميثاق الشرف إلا أحيانا في حين نسبة 8% من المبحوثين الذين أجابوا أنهم يلتزمون بالضوابط الأخلاقية بصفة نادرة.

- كما توصلت نتائج الدراسة في هذا المحور إلى نسبة 48% من المبحوثين الذين يلتزمون بالصدق أخلاقيات المهنة الإعلامية كبدأ كمبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة الإعلامية بنسبة متوسطة في البيئة الرقمية، في حين أن نسبة 36% من المبحوثين الذين يلتزمون بالصدق بدرجة كبيرة في البيئة الرقمية، أما نسبة 16% منهم يلتزمون بدرجة منخفضة للصدق في البيئة الرقمية، ويلتزم المبحوثين بإحترام الصحفيين مبدأ إحترام الكرامة الإنسانية من خلال المضامين التي يتم نشرها في البيئة الرقمية حيث تحتل نسبة 60% من المبحوثين الذين يحترمونها بدرجة متوسطة تليها نسبة 24% من المبحوثين الذين يتم إحترام الكرامة الإنسانية بدرجة كبيرة وأخيرا نسبة 16% من المبحوثين الذين يتم إحترام الكرامة الإنسانية، أما الإلتزام بالنزاهة والإستقلالية للمضامين الرقمية تشكل درجة الإلتزام بها بنسبة 60% في حين تليها 24% بدرجة كبيرة وأخيرا 16% ل احظ من خلال النسبة المثوية أن

درجة الإلتزام بالمسؤولية نسبتها بـ 44% من المبحوثين الذين يلتزمون بها بدرجة متوسطة، في حين تشكل نسبة 20% من الدرجة الإلتزام بنسبة كبيرة لتساوى درجة المنخفضة في نفس النسبة بـ 20%، أما أن نسبة الإلتزام المبحوثين بمعايير العدالة والموضوعية في البيئة الرقمية فقد أشيرت نسبة 48% من المبحوثين يلتزمون بالعدالة والموضوعية بدرجة متوسطة تليها بنسبة 28% الذين أجابوا أنهم يلتزمون بدرجة كبيرة بالعدالة والموضوعية في حين تشكل نسبة 24% من النسبة التمثلية للمبحوثين الذين يلتزمون بها بدرجة منخفضة.

- كما تكشف الدراسة إلى أن يوضح الجدول أن البيئة الرقمية رغم ماتتعرض له من إنتهاكات إلى أنها تسعى من خلال مضامينها دوما إلى تحقيق الأهداف العامة ففي المجتمع حسب ماتوضحه النسبة الأعلى بـ 44% في حين تسعى نسبة 20% من المبحوثين إلى الإهتمام بإعلام الجمهور كمسؤولية إجتماعية وتشكل نسبة 20% الذين هدفهم تحقيق سبق الصحفي لتختلف أهداف بالنسبة للمفردات والتي تنسب 8%.

➤ فيما يتعلق بنتائج المحور الثالث: حماية أخلاقيات المهنة للتداول الحر للمعلومة أثناء الممارسة وسائل الإعلام الجديد:

-توصلت نتائج الدراسة في هذا المحور إلى أن نسبة الإحترام الخط الإفتتاحي قدرت 72% في حين ثمتلها نسبة 24% من المبحوثين لايحترمون الخط الإفتتاحي، كما أفرزت نتائج الدراسة أن أغلب المبحوثين أجابوا بأن المواضيع التي تتعرض إلى رقابة في صفحاتها هي المواضيع الأمنية بنسبة 52% تليها المواضيع السياسية بنسبة 36% وأخيرا الإجتماعية بنسبة 12% وتكشف الدراسة في هذا المحور أيضا على أن الأحداث الأمنية 52% تشكل مواضيع يلتزم فيها الحياد فيها في حين تنحصر 40% في الأحداث السياسية وتبقى نسبة 8% من الحياد في الأحداث العالمية، كما أن نسبة من المبحوثين لايتلقون الأوامر التحريرية في معالجة المعلومة حيث قدرت بنسبة 64% في حين أن نسبة 36%

يتلقون الأوامر التحريرية، وأن نسبة 60% الذين يرون أن قانون الإعلام الجديد لا يكفل حرية التداول المعلومة وتليها النسبة 20% الذين يرون أن قانون الإعلام الجديد يكفل حرية المعلومات.

### ➤ مناقشة الفرضيات:

\*الفرضية (01): للصحفيين إتجاه سلبي نحو أن وسائل الإعلام الجديد تعكس حقوقهم في ممارسة ممارستهم للعمل الإعلامية في البيئة الرقمية:

-من خلال قراءتنا للجدول توصلنا إلى أن الصحفيين لديهم إتجاه سلبي في أن وسائل الإعلام الجديد تعكس حقوقهم في ممارستهم للعمل الإعلامية في البيئة الرقمية، رغم الإعلام يمثل عنصر أساسي في إزدهار الثقافة والتطور التكنولوجي وغيره، وتشكل الصحفي أو الإعلامي إلا أن هدف المجتمع، يرتبط بتحقيق حقوق الصحفيين التي لازالت إلى حد الساعة مهضومة وأصبحت يمارس حقوقهم في ظروف مزريّة من جميع النواحي، ورغم التطور المهني الذي يرتبط بالشبكة الأنترنت إلا أن حقوق الصحفي كحق التكوين، التحفيز، والإستقلالية النشر في البيئة الإلكترونية، لا تشكل إلا نسبة معتبرة ولفئة محدودة وهو ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

\*الفرضية (02): إلزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة وموائق الشرف كمسؤولية إجتماعية في البيئة الرقمية:

-تشكل أخلاقيات المهنة ركنا أساسيا في العمل الإعلامي، وبالتالي فهي تمثل الضمير المهني من خلال الإلتزام بها وبقوانين وموائق التي تحدد مايجوز وما لايجوز نشره، إلا أن التطور الرقمي والتكنولوجي للمهنة الإعلامية غيرت مجريات الممارسة، من خلال وجود موائق ترتبط بالإلزامية تطبيقها قبل وصل إلى الرأي العام، وهو ما يجعل منه مسؤولية إجتماعية قبل أن تكون مهنية بحكم أن تحسن أعمالها يكون

له أثر على المجتمع، من خلال أن تتضمن المضامين مبادئ الصدق والكرامة والنزاهة والتي أكدته نتائج المحور الثاني أن يكون بدرجة متوسطة وبناءا عليها فإن الفرضية الثانية المتعلقة ب إلتزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف كمسؤولية إجتماعية في البيئة الرقمية صحيحة.

\*الفرضية الثالثة: تحمي أخلاقيات المهنة التداول الحر للمعلومة بشكل نسبي.

-تكتسي المعلومة أهمية كبيرة في المجتمعات الجزائرية فهي النواة الأولى لصناعة الأخبار والحصول عليها دون قيد أو شرط بحكم أن الجمهور على مختلف له الأحقية التامة في معرفة كل الأخبار والتفاصيل التي ترتبطه بالمجتمع، إلا أن الحصول على المعلومات الأمنية والسياسية وتجاهل تصريحها من قبيل الصحفيين خصوصا في ظل خضوعها إلى رقابة جعل منها حكرا في أيادي السلطة ، رغم ماتقره العديد من القوانين وأن الأصح أن يكون النشر الأخبار في مجالي السالف بجرية إلا أن يقابلها سن قوانين تحمي الملكية في ظل التطورالإعلامي للوسائل الإعلام الجديد، إلا أنه من خلال النتائج المتعلقة بهذا المحور نرى أن السياسية التحريرية في البيئة الرقمية تخضع للضغوط بحكم التجاوزات الكبيرة التي تتعرض إليها المؤسسات الإعلامية في الكثير من الأحيان من تزييف والسب والقذف والمعلومة في البيئة الرقمية لاتستطيع أخلاقيات المهنة حمايتها إلا بشكل نسبي من خلال فرض الحياد والرقابة إلا أن الميزة اللامحدودية تقف عائقا للحماية المعلومة بشكل مطلق بحكم أن الإلتناء لا يقتصر على جنسية واحدة أو بلد واحد وهوما وُكد صحة الفرضية الثالثة.

### ➤ التوصيات:

❖ العمل على إنشاء ورشات قانونية تضم صحفيون وإعلاميون ذوي خبرات وذو كفاءة عالية

في المجال القانوني لشرح وتأطير أخلاقيات المهنة في البيئة الإلكترونية.

- ❖ ضرورة ضبط الجرائم الإلكترونية والممارسات الغير الأخلاقية البيئة الرقمية بقوانين أكثر صارمة وشدة .
- ❖ الإهتمام الحماية الفكرية الإلكترونية كألية مستحدثة للحد من ظاهرة السرقات الإعلامية وتسهيل الصحفي طرق الوصول إلى المعلومة وكذا المرافقة الفعلية للتكوين.
- ❖ الإهتمام عن الجانب الأمن الإلكتروني ومواكبة التطور التكنولوجي خاصة إستعمالات الذكاء الإصطناعي.
- ❖ العمل على إنشاء دليل موحد مايجب ومالايجب على مستخدمي الفيسوك كوسيلة للنشر المضامين الإخبارية وتحديد المصطلحات القانونية والتفريق بينهما.
- ❖ رسم خطة واقعية لسن قوانين تتلائم مع البيئة الرقمية وليس إسقاط قوانين البيئة التقليدية.

## الخاتمة

يشكل الإعلام أهم أساسيات المجتمع الجزائري وذلك نظرا لوظائفه المتعدده وبالالأخص من حيث اعتبارها متنافسا للتعبير بحرية الحرية عن الأفكار والآراء ( في البلدان الديمقراطية) في مختلف القضايا الأحداث التي تهم الرأي العام نسيم في البلدان الديمقراطية ولهذا تعد أخلاقيات المهنة من أهم وأبرز الأسس لتحريك النجاح وتحقيق التأثير المطلوب التي تساهم في رفع من قيمة ومكانة الصحفي الصحفي في مختلف القوانين التي تعتبر أول ما يتم الإطلاع إليها بمجرد الولوج إلى مؤسسة سواء كان الأمر عن طريق التعاقد او كان دائم إلا أن رغم ما جاء به قانون الإعلام الجديد من حريات وتحرير بعض الأفكار والممارسات التي كانت رهان السلطة وحكرا على المؤسسات الإعلامية إلا أن الصحفي الجزائري لا يزال ينظر إلى قانون الإعلام نظره سيئة، بحكم أن البيئة الصحفية متجددة ومتغيرة وغياب أخلاقيات المهنة والمواثيق تؤدي إلى ظهور مشكلات داخلية تمثل أساسا في ضعف الأداء المهني وخارجيا في بروز الإختراقات والتجاوزات الأخلاقية.

وعلى الرغم ما توفره وسائل الإعلام الجديد من خصائص ومميزات إلا أن حقوق الصحفي في البيئة لا زالت تحتاج إلى دراسة قانونية حقيقية وتطبيق واقعي مما يجعل الصحفي أقل إنصافا وعدم تامين جهده في متجه التغييرات المادية والمعنوية وطرح قضية التكوين هذه التغييرات من المؤثرات الداخلية التي تجعل منها الخطوط العريضة التي تؤكد اتجاهات الصحفيين في بلورت حقوقهم في البيئة الرقمية للعمل تدخلات السلطة وأهلها للتمويل للقنوات الخاصة تجعل من الصحفي يلتزم بالمسؤوليات الإجتماعية بنسبه متوسطة او تصنيفها إلا في حالات معينة.

فأخلاقيا ت المهنة في قوانين الجزائرية شملت مرحلتين مرحلة التعددية التي تميزت هذه الأخيرة بقانونين وقانون1968 و1982 والمرحلة التعددية الحزبية إرتبطت بسن قانون1990ألا أن قانون 2012 هو القانون العضوي الذي شهد إختلاف جوهري وتحرر نوعا ما من السلطة وقد إرتبط بتنظيم المجال الإعلام الرقمي في عدد

محدود من البنود إلا أن إشكالات المتعلقة باستخدام الإعلام الجديد خصوصا المرتبطة بالمسؤولية الجنائية لنشر الجرائم الإلكترونية التي ترتكب في مواقع التواصل الاجتماعي خصوصا المحتوى والصور والبيانات هو أهم ما جعل من التداول الحر للمعلومة نسبي في القوانين الجزائرية وهم أكدته العديد من الدراسات الخاصة بهذه الجوانب لاسيما القانونية. عموما ومن خلال ما يطرحه أخلاقيات المهنة في القوانين الجزائرية والمتعلقة بالميدان الإعلام الإلكتروني إلا أن كل القوانين ترتبطها وحدات مشتركة ومبادئ أساسية وتكرارها في التشريعات والقوانين وهو الحياد والعدالة والنزاهة والإستقلالية إلا | أن تمكين الهيئات القانونية لعوامل أهمها وصعوبة تنفيذ اليات قانونية في العالم الافتراضي وقواعد العالم المختلفة الإتجاهات في سن القوانين ضف إلى ذلك سيادة الدول المفروضة وحدود الجرائم المفتعلة ، جعلت من البيئة الرقمية مجالا مفتوحة لتطور الجرائم الغير الأخلاقية والتجاوزات لاسما في ظل التطور الذكاء الاصطناعي الذي يحتاج إلى تقنين أكثر بغية حماية الجرائم المعلوماتية وتوحيد قانون الأمن الإلكتروني.

## I. المصادر

1-القران الكريم:سورة البقرة الآية 105.

## II. قائمة المراجع باللغة العربية :

### 1-المعاجم والقواميس:

1-الفار محمد جمال ،المعجم الإعلامي ،ط1، دار الأسامة للنشر والتوزيع ،عمان،2006.

2- معجم اللغة العربية المعاصرة ،متاح على موقع HYPERLINK

"<https://www.arabdict.com/ar/%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A%D8%B9%D8%B1%D8%A8%D9%8A/%D8%A7%D8%AA%D8%AC%D8%A7%D9%87>

3- غيث محمد عاطف غيث،قاموس علم الاجتماع،دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية،د.س.

4- العبد الله مي ،المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والإتصال المشروع العربي الموحد لتوحيد المصطلحات ،دار النهضة ،بيروت.

5- معجم اللغة ،معجم مصطلحات الإعلام ،القاهرة ،. 2008.

6-شبلي كرم ،معجم المصطلحات الإعلامية،(عربي-إنجليزي)،ط1،القاهرة،1989.

7- عصام نورالدين،معجم الوسيط عربي-عربي،دار الكتب العلمية،بيروت،2005.

### 2-قائمة الكتب باللغة العربية :

- 9- بن مرسللي أحمد، **مناهج البحث في علوم الإعلام والإتصال**، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 10- خلدون شمعة، **الماكلوهانية**، مجلة الفكر العربي الصارة عن معهد الإنماء العربي، العدد1، بيروت، 1978.
- 11- محجوب جابر محجوب علي، **قواعد أخلاقيات المهنة، مفهومها، أساس إلزامها ونطاقها**، ط2، دار النهضة العربية، مصر، 2001.
- 12- شمولي روبرت، **ترالفرد عصفور، مسؤوليات الصحافة**، ط1، مركز المكتب الأردني، عمان، 1990.
- 13- غرابة هالة حمدي، **التغطية الإستقصائية لقضايا الواقع المعاصر**، ط1، العربي، القاهرة، 2019.
- 14- قديجلي عامر، **البحث العلمي إستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية: أساسه وأساليبه، مفاهيمه، أدواته**، دار كسيرة، عمان، 2010.
- 15- سليمان عبد الله، **المنهج وكتابة تقرير البحث العلمي السلوكية**، المكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1973.
- 16- ذوقان عبيدات وأخرون، **البحث العلمي: مفهومه وأدواته وأساليبه**، ط1، دار الفكر، الأردن، 4، 2009.
- 17- بوحوش عمار، **ومحمد محمود الذبيات، مناهج البحث علمي وطرق إعدادها بالبحوث**، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2011، ص67.

- 18- الجرجاوي زياد علي، القواعد المنهجية التربوية لبناء الإستان، ط2، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين، 2010.
- 19- بن مرسللي أحمد، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 166، 2005.
- 20- عطوي جودت عزت، أساليب البحث العلمي، مفاهيمه، أدواته، طرق الإحصائية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الرदन، 2007..
- 21- ربحي مصطفى عليان، مناهج وأساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار الصفاء النشر والتوزيع، عمان، 2009.
- شفيق محمد، الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الإجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 1998.
- 22- عززي عبد الرحمن، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، ط1، الدار المتوسطة، تونس، 2016، ص60.
- العززي خالد، التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2020.
- 23- رشتي جيهان، نظم الإتصال والإعلام في الدول النامية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
- 24- شفيق حسين، علم النفس الإعلام الجديد، ط1، دار الفكر والفن، القاهرة، 2013، ص-
- ص 103-131 -

- 25- بيلي جوديس أولجا جوديس تر: علا أحمد صلاح، فهم الإعلام البديل ، ط1، مجموعة النيل العربية ، القاهرة، 2009.
- 26- شقرة علي جليل ، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة، عمان، 2013،
- 27- بلخيري رضوان ، مدخل إلى الإعلام الجديد: المفاهيم والوسائل والتطبيقات ، ط1، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.
- 28- كنعان علي الفتاح ، الإعلام الإلكتروني، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، 2015. -
- 29- الشمايلة ماهر عودة وآخرون ، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإنجاز العلمي للنشر والتوزيع، .. 2015
- 30- عواض علي عبد الرحمان : صحافة الأترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، كلية الإتصال والدراسات والبحث العلمي، الشارقة، 2006.
- 31- العززي وديع ، الإعلام الجديد: مفاهيم وتطبيقات ، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2015.
- 32- سليمان زيد منير ، الصحافة الإلكترونية ، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- شفيق حسين شفيق ، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام ، ط2، دار النهضة للنشر والتوزيع، بيروت، 2006.
- 33- نعيم عبد المالك إبراهيم، نظم الإعلام معاصر دراسة تحليلية ، ط1، مكتبة الوفاء القانونية للنشر، إسكندرية، 2011.

34-مكي ثروت، الإعلام والسياسة، وسائل الإتصال والمشاركة السياسية، ط1 دار علم الكتاب القاهرة، 2005.

35-ساري حلمي خضر، التواصل الإجتماعي الأبعاد والمبادئ والمهارات، ط1، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر، الأردن، 2014 .

36- عامر فتحي حسين، وسائل الإتصال الحديثة من الجريدة إلى الفيسبوك، دار العربي بشير القاهرة، 2010.

37-حمدي حمد الفاتح وآخرون،تكنولوجيا والإعلام الحديثة "الإستخدام والتأثير"، ط1، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع،الجزائر 2010.

38-حلاوة السيد محمد،رجاء عبد العاطي الحشماوي،العلاقات الإجتماعية للشباب عبر الأنترنت والفيس بوك،دار المعرفة الجامعية،مصر،2011.

39-يعقوب عبد الحلیم موسى،الإعلام الجديد، ط1،دار المعرفة العالمية 2011 .

40-سيد ريان محمد،الإعلام الجديد، ط1،مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع،القاهرة، 2012 .

41-سامية أبو النصر،الصحافة الإلكترونية وثورة الفيسبوك، ط1،المكتبة المصرية،القاهرة، 2014،

42-شمعون هدية أخرون،أخلاقيات المهنة الصحافة في سياق الصراع الفلسطيني الإسرائيلي، ط(1)،مركز تطوير الإعلام،جامعة بيرزيت، فلسطين،2016.

43- السكارنة بلال خلف، أخلاقيات العمل، (ط1)، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

44- الغالي الطاهر محسن، المسؤولية الاجتماعية وأخلاقيات الأعمال، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.

45- المشاقبة بسام عبد الرحمان، أخلاقيات العمل الإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

46- سليمان صالح، حقوق الصحفيين في الوطن العربي، ط1، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2004.

47- لعلاوي خالد، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري: دراسة قانونية بنظرة إعلامية، ط(1)، دار بلقيس، الجزائر، 2011.

48- سعيد الحديد يمني وآخرون، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر، ط1، الدار البانينية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص .

49-- المشاقبة بسام عبد الرحمن، الإعلام المقاوم بين الواقع والطموح، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 7، 2011.

50- عبد التواب غادة، المدخل الوظيفي والجماهيري للإعلام الصحفي: أليات الممارسة وصناعة الكلمة المقروءة، ط1، مؤسسة حوراس الدولية، الإسكندرية.

51- عبد المجيد ليلي، التشريعات الإعلامية العربية، دار النهضة، القاهرة، 2000.

52- الصادق رابح، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2004.

53- أبو أصعب صالح خليل الإتصال والإعلام في المجتمعات المعاصرة، دار أرام للدراسات والتوزيع، عمان، 1995.

54- الدين محمد حسام، المسؤولية الاجتماعية للصحافة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2003.

55- أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، القاهرة، 2017.

56- دواود عبد الرحمن، ميثاق الشرف الإعلامي، منشورات الإتحاد صنعاء، صنعاء، 2016، ص8.

57-- نصر حسني، قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة للجمهورية اللبنانية، 2018.

58- بن مسعود معز، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، قطر، 2019.

59- عمر سلمان فوزي، المسؤولية المدنية للصحفي، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

60- عماد مكايي، أخلاقيات العمل الإعلامي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1994.

61- لعقاب محمد، مجتمع المعلومات: ماهيته وخصائصه، دار هومة، 2007.

62- برون بلقاسم، وسائل الإعلام والمجتمع، دار الخلدونية، 2007.

63- سلامي سعيداني، 1000 سؤال في الاعلام والاتصال، ط 1، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.

64- شروخ صالح الدين، منهجية البحث العلمي، جامعة باجي مختار، عنابة، 2003.

65- صدقة جورج، الأخلاق بين المبادئ والواقع، ط1، مؤسسة مهارات، بيروت، 2008.

66- أبو عرجة تيسير، وسائل الإعلام أدوات وتغيير، ط 1، دار أسامه للنشر، الأردن، 2013.

67- خضر فضل الله وائل مبارك، اثر الفيسبوك على المجتمع ط 1، مدونة شمس الدين النهضة، السودان 2010.

68- شارقة صالح وآخرون، مساق أخلاقيات الإعلام، 1، مركز التطوير الإعلام، جامعة بيزيت، فلسطين، 2017.

69- الشريف عبد العزيز، أخلاقيات الإعلام، ط(1)، دار يافا العلمية، الأردن، 2014.

70- تواتي نورالدين، الصحافة المكتوبة السمعية البصرية في الجزائر، ط(1)، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

71- محمد سيد محمد، الإتصال الدولي، ط 1، دار الفكر العربي القاهرة، 2011.

72- صالح سليمان، أخلاقيات الإعلام، ط، 1، مكتبة الفلاح، الكويت، 2002.

3-المجلات والدوريات

- 73- المشوخي عابد ، أخلاقيات المهنة الوراقة في الحضارة الإسلامية، مجلة ملك السعود، العدد2، السعودية، 2003.
- 74- بن دالي فلة، تقنين الصحافة الإلكترونية في الجزائر بين قانون الإعلام العضوي12-05 والأفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد03، جامعة خميس مليانة الجزائر، 2021.
- 75- دحماني سمير ، أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية: قراءة لعينة من قوانين الإعلام الجزائري، مجلة صوت القانون، العدد2، جامعة بالجيلالي بونعامة ، خميس مليانة الجزائر، 2019.
- 76- الرفاعي محمد خليل الرفاعي، دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم الأسرة العربية: دراسة تحليلية ، مجلة جامعة دمشق، العدد2011، 1.
- 77- الشيمري إسماعيل بن مزهر وآخرون ، إتجاهات الصحفيين وإنعكاساتها الصحافة الورقية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد19، جامعة السودان، السودان، 2018.
- 78- الوردي زكي حسين ، صحافة المدونات الإلكترونية على الأنترنت، مجلة البحث الإعلامي، العدد3، كلية الإعلام، مصر، 2010.
- 79- بن يطوأسامة ، التذوال الحر للمعلومات في مواجهة حقوق الملكية الفكرية ، مجلة الإجتهاد القضائي ، العدد15، جامعة الحاج لخضر ، بسكرة، 2017.
- 80- بوعمامة العربي ،رقاد حليلة ، نظرية الواجب الأخلاقي :إفتراضات النظرية إلى الممارسة المهنية ، المجلد5، العدد4، المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، مستغانم ، ورقلة ،
- 81- ثابت مصطفى ، أخلاقيات المهنة في التشريعات الإعلام الجزائرية، مجلة الإعلام والمجتمع، العدد2، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2011.

- 82- جدال سعيد ونبيل وتوغي ،مساهمة المدونات الإلكترونية في تنمية الموارد البشرية أثناء أزمة تفشي جائحة كورونا(كوفيد-19)،مجلة التمويل والإستثمار والتنمية المستدامة ،العدد1،كلية مولاي الطاهر،الجزائر.
- 83- حامد سعيد الجير آخرون ،واقع ودور شبكات التواصل في تنمية الوعي الثقافي لدى طالبات كلية التربية الأساسية في دولة الكويت،مجلة كلية التربية،العدد،176 ،جامعة الأزهر،مصر،2015.
- 84- حكيم قفاصي ،مفهوم المعلومة بين المقاربة الدلالية والمقاربة المعرفية ،مجلة الأفق العلوم ،العدد01،الجزائر،2022.
- 85- خليفة محمد بن سعود صفية،المدونات :النشأة والتطور،مجلة الأستاذ،العدد13،كلية التربية،بغداد،2017.
- 86- ركروك حولة،أخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد:الأسس،الضوابط،والأبجديات،مجلة مدرات للعلوم الإجتماعية والإنسانية،العدد03،جامعة محمد لمن دباغين،سطيف،2023.
- 87- سلامي أسعيداني ،الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الإجتماعي لدى الشباب المسلم:رؤية إستشرافية من منظور الحتمية الإجتماعية والتكنولوجية،مجلة الواحات للبحوث والدراسات ،العدد2،غرداية،الجزائر.
- 88- سميشي وداد، وسائل لإعلام الجديدأي أثير؟ إلى أي مدى؟ مقارنة تحليليةمتعددة الأبعاد، مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية العدد 21 ، أم البواقي الجزائر،2015.
- 89- شهيناز العبدلي،إتجاهات الجمهور الجزائري نحو الصحافة الإلكترونية الجزائرية،مجلة الباحث الإجتماعي،العدد13،جامعة تيزي وزو،الجزائر،2012.

90- شيخاني سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني، جامعة دمشق، 2010.

91- فلاق محمد، دور الشبكات التواصل الاجتماعي في التسويق المعاصر المتطور التحليلي الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 18، جامعة حسنية بن بوعللي شلف، جوان 2007.

92- لامية طالة وآخرون، المعايير الأخلاقية والمهنية الإعلامية في الصحافة الجزائرية: الصحافة الخاصة أنموذجاً، مجلة القانون والمجتمع، المجلد 10، العدد 1، جامعة أحمد درارية، الأدرار، 2022.

93- مكرتار خيرة، دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017.

94- وطقة علي أسعد، في مفهوم الأخلاق: قراءة فلسفية معاصرة، مجلة شؤون إجتماعية، العدد 119، جامعة التربية، الكويت، 2013.

95- الدهشان جمال علي خليل، نحو ميثاق أخلاقي لإستخدام شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء آراء بعض خبراء التربية، مجلة كلية التربية، العدد 01، جامعة المنوقية، مصر

96- إبراهيم حياة، التنظيم السمعي البصري في الجزائر: دراسة تحليلية للقانون السمعي البصري، مجلة الإتصال والصحافة، العدد 01، جامعة الجزائر، 2020.

97- آل بيت حمزة وآخرون، الإعلام والكمبيوتر، الواقع والاستخدامات، مجلة الدراسات الإعلامية، القاهرة، 2009

- 98- الشمري ويس صاحب ،تأثيرات وسائل الإعلام الجديد على الشباب الجامعي،مجلة الجامع في الدراسات التقنية والعلوم التربوية،العدد05،العراق،جوان،2017.
- 99-الطيب رحيمة ،الصراع والتكامل بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي،مجلة الباحث المصري،العدد20،جامعة قاصدي مرباح ورقلة،2013.
- 100- بلمولاي-بدر الدين ،دور الإعلام الجديد في التنشئة السياسية ،مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية ،العدد29،جوان2017.
- 101- بن عبو وليد ،الإعلام الجديد المداخل النظرية:نظرة في الخصائص والعوامل،مجلة الراصد العلمي،العدد1،جامعة أحمد بن بلة1،وهران ،2020.
- 102- تنيوفاطمة الزهراء ،المسؤولية الأخلاقية بالممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد بين التضييل وتنوير الرأي العام ،المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، العدد2،جامعة عمار ثليجي الأغواط،2019.
- 103- صالحى دليلة،الواقع السوسيو المهني للمراسل الصحفي في الجزائر،مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية،العدد10،جامعة الشهيد حمة لخضر،الجزائر ،السنة،2015.
- 104- علاوة-محمد ،الإعلام الجديد:المفهوم والخصائص والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما،مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية،العدد الأو والثاني،جامعة خنشلة،الجزائر،2017.
- 105- قبيل مراد وأخرون،حوكمة أخلاقيات الأرشيفية ،قراءة تحليلية في ميثاق أخلاقيات المهنة الصادر عن مجلس الدولي للأرشيف،مجلة علم المكتبات،العدد01،المجلد14،الجزائر،2022.

106-قسايسيةعلي،التشريعات الإعلامية الحديثةفي ظل السوق الحرة،المجلة الجزائرية للإتصال،العدد14،جويلية 1996 .

107-مراري نصر الدين،الوضعية القانونية للإعلام الإلكتروني في ظل التشريع الإعلامي،مجلة الباحث للعلوم الإنسانية والإجتماعية،العدد9،جامعة قاصدي مرباح ورقلة

108-مهدي عبود محمد،أخلاقيات العمل الصحفي :المفهوم والممارسة،مجلة أهل البيت،العدد3،الكريلاء،2012.

109- مهيرة بشينة،أخلاقيات الإعلام الجديد بين الحرية والإلتزام في البيئة الإلكترونية،مجلة المعيار،جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية،قسطينة،2018،.

110-نجاة ساسي هادف،الإدارة وتسيير الموارد البشرية في البيئة الرقمية :التحديات وأفاق،مجلة علوم الإنسان،العدد02،كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية،جامعة بسكرة،2014.

#### 4-المؤتمرات:

111- عبد الرحمن رولا،الجيل الإعلام الجديد:تكنولوجيا الجديدة لعالم جديد،أبحاث المؤتمر الدولي،جامعة البحرين،البحرين،2009.

112- الغامدي فينان عبد الله،التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني،ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام و الأمن الإلكتروني،جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمني،2012 .

- 113- العامري محمد العامري، عبد الأمير فيصل، تأثيرات الإجتماعية لإستخدام الشباب العراقي للفيس بوك: دراسة ميدانية بحوث المؤتمر العلمي السادس للإعلام العراقي ومتغيرات العصر، كلية الإعلام ،بغداد، 2012.
- 114- أجمد عزت جمعة، دوافع إستخدام الشباب الفلسطيني لشبكات التواصل الإجتماعي من وجهة الطالبة بمحافظات غزة ، ورقة مقدمة في المؤتمر الدولي الأول، الجامعة الإسامية، غزة، 12-13/02/2015.
- 115- بوجنان خالدية ومبطوش العلجة، دور الوسائل الإعلام والإتصال الجديدة في التحول الديمقراطي السلمي، بحث مقدم ملتقى الدولي وسائل الإعلام والإتصال وتأثيرها على هوية وقيم الشباب في الوطن العربي ،أوت ،إسطنبول، تركيا، 2016.
- 116- بوعجيمي جمال بوعجيمي وبلقاسم بن روان، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: الواقع والأفاق، مؤتمر الصحافة الأنترنت، جامعة الشارقة، 2005
- 117- بومعيزة السعيد ،أخلاقيات وأداب المهنة في التلفزيون الخدمة العمومية :حالة التلفزيون الجزائري، الملتقى الدولي ،معهد علوم الأخبار تونس، أفريل، 2009
- 118- شيقر شيقر، موانيق الشرف المهني، مؤتمر الإعلاميات السادس، جامعة عمان، الأردن، 25-29/6/2007، ص12، متاح على
- الرابط-<http://www.womengateway.com/NR/exeres/E5890275-0F15-47EB-9093-B49702D9938C.htm..>
- 119- القصيمي عبد العزيز دنيا ، المسؤولية الجنائية الناتجة عن إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الرابط لكلية الحقوق: قانون والإعلام القاهرة 23- 24 أبريل 2017.

120- بن خالد جمال ، أخلاقيات المهنة الإعلامية: رؤية نظرية حول أخلاقيات المهنة لدى الصحفيين ،الملتقى الدولي الأول، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014.

121- جابر جاسم محمد الشيخ ، الصحافة الإلكترونية العربية: المعايير الفنية والمهنية ،أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديدتكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين 7-9أفريل.

122- صالح سعود ،الإعلام الجديد والقضايا المجتمعية ،المؤتمر العالمي الثاني لإعلام الإسلامي، جامعة الملك عبد العزيز ،جدة، 2011.

5- الرسائل والأطروحات:

123- الزيناتي أسامة محمد الخليل ، دور أخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحوكمة الفلسطينية، مذكرة لنيل الماجستير، تخصص القيادة والإدارة، جامعة الأقصى، فلسطين، 2014.

124- تسعديت قدور، الإعلام الجديد والفضاء العمومي: دراسة تحليلية لإستخدامات الشباب لليوتيوب، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتور، تخصص علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر 2017، 3-2018.

125- كريكت عائشة ، أخلاقيات ممارسة في وسائط الإعلام الجديد دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك وتويتر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة لدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل 2020-2021.

126- أبو الهيجاء محمد إبراهيم ،المسؤولية المدنية للصحفي ،أطروحة لنيل شهادة الماجستير، قسم القانون الخاص ،جامعة الشرق الأوسط 2018-2019

127-أبوعقوب محمد حسين، إتجاهات الصحفيين الاردنيين إزاء ميثاق الشرف الصحفي، مذكرة

مقدمة لشهادة الماجستير بالإعلام كلية الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن 2012.

128-بلعباس عبد الحميد، إتاحة إستخدام مصادر المعلومات الإلكترونية، دراسة لإستخدام مصادر

المعلومات من قبل طلبة الدراسات العليا بالمكتبة الجامعية محمد بوضياف، أطروحة لنيل شهادة الماجستير، قسم

علم المكتبات والتوثيق، جامعة المسيلة، 2005.

130-بوزواق روادنيا، أخلاقيات الممارسة الصحافية المكتوبة في الجزائر: دراسة ميدانية بجريدة أخرى

ساعة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2009-

2008.

131-حورة نبيل، إتجاهات الأساتذة الجامعيين الجزائريين نحو دور الإعلام الجديد في تشكيل الوعي

المعلوماتي: دراسة مسحية على عينة من الأساتذة جامعة باتنة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص

وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2014-2015.

132-دحماني سمير، الضوابط المسؤولية الاجتماعية في الممارسة الإعلامية بين النصوص القانونية

والتشريعية: وسائل الإعلام المرئي في الجزائر نموذجاً لدراسة ميدانية على القائم بالاتصال وجمهور

وسائل الإعلام، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراة، تخصص إعلام واتصال، جامعة الجليلي

بونعامة، الجزائر، 2018.

133-ساق الله مهفالح، "تقرير عن: ماهية الإعلام الجديد ماجستير الصحافة"، الجامعة

الإسلامية- غزة، كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، 2013.

- 134- عز الدين بقدوري، أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية، دراسة ميدانية على الصحف بمدينة وهران، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اللغة، الاتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016-2017
- 135- عساسي -أمال، أنتشوغرافيا مستخدمي الفيسبوك في المجتمع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، 2015.
- 136- لمرعباس، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأثرها على المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص علوم اقتصادية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2006.
- 137- لونانسة سوسن، بحوث الإعلام الجديد في الجزائر: دراسة تحليلية نقدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، تخصص إعلام واتصال، جامعة قسطينة، الجزائر، 2018-2019.
- 138- مهني سامي علي، الممارسة الصحفية الجزائرية في ظل التشريعات الإعلامية: دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين، مذكرة مكملة لنيل الأطروحة الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، تخصص إعلام واتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2019-2020.

6-مقالات :

139- مهند سليمان التعديقي، ألف تاء تاء... صحافة مقال متاح على موقع:

http:// h almeria- net// pS: HE reading.pbp? IDM=192809.

- إبراهيم أبو غزالة، تعريف المهنة، متاح على

[https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%8D9%85%D9%87%D9%86%D8%A9%.1\\_%D8%A7%D9%8](https://mawdoo3.com/%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D9%8A%D9%8D9%85%D9%87%D9%86%D8%A9%.1_%D8%A7%D9%8)

140- مهدي لبني، أخلاقيات المهنة الإعلامية أخلاقيات المهنة الإعلامية؟، متاح ما-هي-أشكال- أخلاقيات-المهنة-الإعلام متاح على: تصفح تصفح يوم 15/03/17: سا 2023 15: [.https://e3arabi.com/media/%E2%80%8F15:00](https://e3arabi.com/media/%E2%80%8F15:00). سا 2023

#### 7- القوانين والأوامر:

141- قانون 182 رقم مؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق ل 06 فبراير 1982 يتعلق بقانون الإعلام، الجريدة الرسمية الجمهورية الجزائرية، العدد 6 الصادرة في 09 فبراير 1952.

142- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، القانون المتعلق بالإعلام 1990، العدد 14 د، تاريخ 3 أبريل 1982.

143- الجريدة الرسمية للجمهورية الديمقراطية الشعبية، القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري رقم 04-14، العدد 16، الصادر بتاريخ 24-فيفري 2014.

#### 8- المواقع الأترنت:

144- القدوري يمان هشام، ماهي السلطة الرابعة

[https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7\\_%D9%87%D9%8A\\_%D8](https://mawdoo3.com/%D9%85%D8%A7_%D9%87%D9%8A_%D8)

%A7%D9%84%D8%B3%D9%84%D8%B7%D8%A9\_%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A7%D8%A8%D8%B9%D8%A

9-المراجع بالأجنبية:

145-Definition for **New Media** , **High-Tech Dictionary**

<[http://www.computeruser.com/resources/dictionary/d](http://www.computeruser.com/resources/dictionary/dictionary.html)

ictionary.html> Accessed:mar2023 .

146-

F.FidlerRoger**Médiamorphoss:Understanding.newsmedia.sagepublications.incredition.1997**

147-wilkim lee setalthehann .book of mass media ethiesreatldgeK،New-York،2009p144.

10-الصحف:

**148-**عليوي إيمان ،أخلاقيات المهنة في الإعلام الجديد،جريدة المدن اللسانية،متاح على

تصفحها8/12/2015/opinion/www.almodan.com/http:

**11-المحاضرات :**

149--عبو فوزية ،محاضرات في الصحافة الإلكترونية ،تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية ،جامعة  
مولاي طاهر، سعيدة،2020-2021.

150-عبد الستار ربا ،محاضرات في أخلاقيات المهنة ،الجامعة المستنصرية كلية القانون  
العراق،2019-2020.

**12- المقابلات الشخصية:**

151-الأستاذة حفصة كوبيبي،أساتذة بجامعة عبد الحميد بن باديس،شعبة علوم الإعلام والاتصال ،  
مستغانم.14-05-2023.

152-الأستاذة مجاهد حنان، أساتذة بجامعة عبد الحميد بن باديس،شعبة علوم الإعلام والاتصال  
،مستغانم،14-05-.

الملاحق

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية العلوم الإجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال - جامعة مستغانم -

إستبيان في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص إتصال تنظيمي

إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة في ظل ممارسة الإعلام الجديد

دراسة ميدانية لعينة من صحفيين ومراسلين ولاية مستغانم

أخي الصحفي /أختي الصحفية تحية طيبة أما بعد:

بهدف إنجاز مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص إتصال تنظيمي بعنوان: «- إتجاهات الصحفيين نحو أخلاقيات المهنة في ظل ممارسة الإعلام الجديد لذا نرجوا منكم الإجابة على تساؤلات هذه الإستمارة بكل وضوح ومصداقية، نتعهد بأن نوظف إجاباتكم في إطار علمي وفي سرية تامة، علما أن الإجابة تكون بوضع علامة X في الخانة المناسبة.

تحت إشراف:

\*د/- العربي بوعمامة

من إعداد الطالبتان:

\*مكي هجيرة.

\*غزالي منال حسنية.

الموسم الجامعي 2022/2023

\* السمات العامة:

1-الجنس:

-ذكر  -أنثى

2-السن :

30-20  40-31  50-41  50 فما ل فوق

3-نوع الإنتساب إلى المؤسسة:

-صحفي دائم  صحفي متعاقد

4-الوظيفة :

صحفي  مراسل  منشط

أخرى أذكرها.....

5-الخبرة المهنية:

أقل من خمس سنوات  من خمس سنوات إلى عشرة  أكثر من عشرة سنوات

6- هل تملك بطاقة الصحفي المحترف:

نعم  لا

-المحور الاول: إنعكاس استخدام وسائل الإعلام الجديدة لحقوق الصحفيين في البيئة العمل الرقمية للعمل:

7- ماهي الوسائل الإعلام الجديد الأكثر استخداما للممارسة العمل الإعلامي(يتم ترتيب الوسائل من(1-إلى5)؟

المدونات  مواقع الإلكترونية  البريد الإلكتروني   
الفايسبوك

8-ما طبيعة الحساب الذي تمتلكه؟

شخصي  مهني

9-هل تم إنشاء الحساب بطريقة :

إعتباطية (إتفاق جماعي)  طريقة قانونية

10- هل تلقيت تكوين في ممارسة وسائل الإعلام الجديد؟

نعم  لا

11- هل تتمتع بالإستقلالية المهنية أثناء النشر عبر وسائل مواقع التواصل الإجتماعي:

نعم  لا

12- مانوع الأخبار التي تشرها في الصفحات التابعة للمؤسساتكم؟

الإجتماعية  السياسية  الأمنية

أخرى أذكرها.....

13- هل تتحكم المؤسسة في الأخبار التي تنشرها عبر حسابك ؟

دائما  أحيانا  نادرا

14- خلال إعادة نشر مادة اعلامية أنجرتها على مواقع التواصل الاجتماعي و تحصل على نسبة اعجاب كبير هل

تكافئ ماديا ؟

دائما  أحيانا  نادرا

15- ماهي المجموعات التي تنتمي إليها من غير الإعلامية(يتم ترتيب من 1- 5)؟

الإجتماعية  السياسية  الثقافية  الرياضية   
الإقتصادية  كل ما سبق ذكره

16- ماهي أسباب إستخدامك للفيسبوك أثناء الممارسة الإعلامية؟

تحقيق السبق الصحفي  الحصول على الأخبار  مصداقية المعلومات

16- هل تشكل هذه المجموعات مصدرا للمعلومات؟

دائما  أحيانا  نادرا

المحور الثاني: إلتزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف كمسؤولية إجتماعية في البيئة الرقمية:

17- هل تملك مؤسساتكم ميثاق شرف خاص بالممارسة إعلامية في البيئة الرقمية ؟

نعم  لا

لماذا.....

19- كصحفي ماذا يعني لك الميثاق الشرف؟

مجموعة من القوانين تكفل حقوق وواجبات الصحفيين  معايير أخلاقية تنظم مهنة الإعلام  أخرى أذكرها.....

20- هل يتم الالتزام بالضوابط الأخلاقية التي يقرها الميثاق الشرف؟

دائماً  أحياناً  نادراً

21- هل المضامين التي يتم نشرها في البيئة الرقمية تحترم؟

الرقم	درجة الالتزام مؤشرات الالتزام	كبيرة	متوسطة	منخفض
01	الصدق			
02	إحترام الكرامة الإنسانية			
03	النزاهة والإستقلالية			
03	المسؤولية			
04	العدالة والموضوعية			

22- حالة تزامن الأعياد الوطنية مع الأحداث السياسية من تكون لهم نسبة معالجة أكبر؟

الأعياد الوطنية.  الأحداث السياسية  بالتساوي بينهما

23- هل يتم النشر المضامين في البيئة الرقمية لتحقيق؟

لتحقيق الأهداف العامة في  المجتمع  الإهتمام بإعلام الجمهور كمسؤولية   
الإجتماعية  تحقيق السبق الصحفي

أخرى أذكرها.....

24- هل تعرضتم جسايتكم في الميديا الجديدة إلى جرائم؟

التزيف الإلكتروني للمواد الإعلامية  الإبتزاز والملاحقة  التشهير والقذف والسب

25- هل تم معاقبة المجننين :

قضايا  حظر الصفحة

أخرى. أذكرها .....

25- في حال إرتكبك لخطأ ما نوع العقوبة التي تتعرض لها ؟

الإندار.  الخصم من الأجر.  التسريح من العمل

26- هل فكرت يوماً بسبب بنود أخلاقيات الإعلامية في :

ترك المهنة  تقاعد نسبي  تغيير المهنة

27- هل تفضل العمل بأخلاقيات ومواثيق الشرف ؟

للسائل التقليدية  للسائل الجديدة

المحور الثالث: حماية أخلاقيات المهنة للتداول الحر للمعلومة في ظل ممارسة الصحفيين وسائل الإعلام الجديدة:

27- هل يتم إحترام الخط الإفتتاحي للنشر في الوسائل الإعلام الجديد(مواقع التواصل الإجتماعي)؟

نعم  لا

28- ماهية أكثر المواضيع التي تتعرض ألى رقابة في صفحاتكم الإعلامية؟

السياسية  اجتماعية.  الأمنية

29- ماهي المواضيع التي تفرض عليك الحياد أكثر؟

الأحداث السياسية  الأحداث الأمنية  الأحداث الوطنية والعالمية

30- هناك أوامر تحريرية تتدخل في معالجتك للمعلومة :

نعم.  لا

31- في تناول القضايا السياسية والحكومية هل يصعب الحصول على المعلومة ؟

نعم  لا

-لماذا.....

32- هل يتم النشر المعلومات في الصفحات الفايسبوكية بتقديم تصريحها لمديرالمسؤول ؟

دائماً.  أحيانا.  نادراً

33\_ هل تتلائم مضمون المطبوعات او المنشورات في الصفحات مع احداث الوطنية و العالمية بكل مصداقية دون إنحياز؟

نعم.  لا

34- هل تنشر اخبار تم الحصول عليها من مصادر خاصة بعد التأكد من قيمتها؟

نعم.  لا

35- هل تتوافق مواضيعك مع أنية احداث؟

نعم.  لا

36- هل يتم ذكر المصدر وإسم الصحفي أثناء نشر اخبار و المعلومات ؟

نعم.  لا

37- هل ترى أن الممارسة الإعلامية ذات تطابق تام مع بنود أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية ؟

نعم تتطابق.  لا بد من تغيير

38- في رأيك هل يكفل قانون الاعلام الجديد حرية تدوال المعلومة ؟

نعم.  لا

39- هل ترى أن الممارسة الإعلامية ذات تطابق تام مع بنود أخلاقيات المهنة ومواثيق الشرف المهنية ؟

نعم تتطابق.  لا بد من تغيير