انعكاسات الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفي

The repercussions of media integration on the professional identity of journalists

خديم خيرة [1]

جامعة أحمد بن بلة وهران 1
kjkheira@gmail.com

تاريخ الوصول :2018/07/24 القبول: 2019/11/29 /النشر على الخط: 2020/01/15

Received: 24/07/2018 / Accepted: 29/11/2019 / Published online : 15/01/2020

ملخص:

تشهد صناعة الإعلام المحترف في عصر الميديا الجديدة تحولات غير مسبوقة، ترجع هذه التحولات في الأساس إلى الاندماج الإعلامي الذي يعبر عن ذوبان الحدود الفاصلة بين وسائل الإعلام والاتصال، وما يتضمنه ذلك من أبعاد تكنولوجية واقتصادية وثقافية.

إن هذه الخاصية الرئيسية التي تميز تكنلوجيا الإعلام والاتصال، وفرت لممارسي مهنة الإعلام فرص نوعية للارتقاء بمستوى المهنة، ولكن بالمقابل وضعت مهنتهم أمام تحديات بلغت حدود تماهي هويتهم المهنية، فلم يعد الصحفي المحترف المنتمي إلى مؤسسة إعلامية والتي تخضع لقانون الدولة التي تعمل على مستواها، المنتج والمرسل الوحيد للمواد الإعلامية بل ظهر من يشاركه هذه المهمة ويقاسمه تقاليد مهنته وهو المواطن الصحفي، من هنا تأتي هذه الدراسة الوصفية لترصد انعكاسات هذا الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفيين، وتبرز أهم الأثار الايجابية والسلبية لهذا الاندماج على الممارسة الصحفية المحترفة.

الكلمات المفتاحية: الصحفي، الهوية المهنية، الاندماج الإعلامي، الممارسة المهنية، الإعلام الجديد.

Abstract

The professional media industry in the new media era is undergoing unprecedented transformations at all levels, these changes are mainly due to media integration which expresses the melting boundaries dividing between media and communication including technological, economic and cultural dimensions.

This main characteristic of media and communication technology has provided to practitioners of the edia profession quality opportunities to raise the level of the media profession, but in return put their profession in front of challenges that amounted to the limits of the identity of their professional identity, so that a professional journalist belonging to a media institution, which is subject of the law of the country in which the producer operates and is the only sender of media materials intended for public or specialized consumption, this professional journalist is no longer the exclusive executor of the policy of his media establishment, but appears who participates in this task and shares the traditions of his profession it is the citizen journalist،This study is intended to monitor the impact of this media integration on the professional identity of journalists, and highlights most important positive and negative effects of this integration are in professional journalistic practice.

Key words: professional identity, Journalist , media integration ,Professional practice New media.

[1] المؤلف المرسل: خيرة خديم الإيميل: kjkheira@gmail.com

1. مقدمة:

تلعب مهنة الصحافة والإعلام دورا مهما في بناء المجتمع، وتؤدي وظائف عديدة فيه(إخبارية، تربوية، تثقيفية، ترفيهية، تنموية، تعليمية،...إلخ)، وحتى يتسنى القيام بهذه الوظائف يجب على الصحفيين الالتزام بمجموعة من المبادئ والمعايير في ممارستهم لمهنة الصحافة، تكون بمثابة مقاييس لرسم ملامح هويتهم المهنية.

شكل موضوع الهوية المهنية للصحفي محور نقاشات متعددة الزوايا عبر تاريخ تطور مهنة الصحافة، وأفرز وجهات نظر مختلفة في محاولة لوضع معايير وتعيين قيم تساعد الصحفي على تحقيق الأهداف المرجوة من الصحافة والإعلام في المجتمع، خاصة مع التطورات المتلاحقة لتكنلوجيا الإعلام والاتصال ودخول فاعلين جدد للساحة الإعلامية، الذين أصبحوا يقاسمون الصحفي مهنته ويشاركونه مهامه وبالتالي هويته المهنية، فقد

وضعت عملية الاندماج الإعلامي الصحفيون أمام مجموعة من التحديات وفرضت عليهم آليات عمل جديدة لممارسة مهنتهم، ما يستوجب عليهم ضرورة فهمها واستيعابها لضمان عنصر الاحترافية في مهنة الصحافة المعاصرة.

في ظل هذه التحولات جاءت هذه الدراسة التي تحاول رصد أهم انعكاسات الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفيين، وتبرز مستويات التحول التي فرضها هذا الدمج على الصحفيين انطلاقا من الإشكالية التالية: ماهي تأثيرات الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفي؟

أهداف الدراسة:

- ✓ محاولة توصيف ملامح الهوية المهنية للصحفيين.
- ✓ تحديد معايير الممارسة المهنية الصحفية.
- ✓ التعريف بالاندماج الإعلامي.
- ✓ بيان تأثير الاندماج الإعلامي على الهوية المهنية للصحفي المعاصر.
- ✓ الكشف عن مستويات التحول في مهن ومهارات الصحفي في البيئة الإعلامية الجديدة.

2.الهوية المهنية الصحفية – التوصيف والمعايير

1.2 في مسألة توصيف الهوية المهنية للصحفي:

يشير مفهوم المهنية إلى:" تلك العملية التي يمكن من خلالها تحديد الوظيفة كمهنة والتي تتضمن تحديد هيكل معرفي أو نظرية تحدد مجال الخبرة، ويضاف إلى ذلك نشوء الروابط المهنية، وزيادة الشعور بالهوية الجماعية وصياغة رموز تلاءم السلوك المهني، وتطور معنى الالتزام اتجاه أفراد المجتمع".[1] أما فيما يخص الهوية المهنية فإن أول من تحدث عنها هو الباحث سانسوليو

[1]– فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية ، مذكرة ماجيستر غير منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011، ص97.

Sainseulieu.R في كتابه الهوية في العمل بقوله أنها:" تمثل كل المعايير والقيم، القواعد والانتماءات المتعددة التي تعتبر المرجعيات التي يتم تعريف أعضاء جماعة العمل من خلالها".[1]

تعد الهوية المهنية امتداد لهوية الشخص الذاتية والاجتماعية فكل هذه الأنواع تؤثر في الفرد وتنعكس على مهنته، أما فيما يتعلق بالهوية المهنية للصحفي، فكما هو معروف أن مهنة الصحافة تتقاطع مع مجموعة كبيرة من المهن الأخرى ما يجعل تحديد المقصود بالصحفي المحترف بدقة مهمة صعبة، وهذا ما أشار إليه نيكولا بيليسي Niolas pelissier فحسبه الهوية المهنية الصحفية:" هوية مشتركة تقع على تقاطع الطرق لأنشطة عدة، فلقد كان يصعب في البدايات الأولى فصلها عن الوظائف الأدبية، والنقدية وحتى العلمية منها"[2]، وهذا يرجع في الأساس لكون مهنة الصحافة مهنة تتقاسمها طائفة واسعة من الجهات الفاعلة، بمن فيها المراسلون والمحللون المحترفون والمتفرغون فضلا عن أصحاب المدونات الإلكترونية وغيرهم ممن يشاركون في أشكال النشر الذاتي المطبوع أو على شبكة الإنترنت أو في مواضع أخرى".[3]

فنظرا لتعدد الفاعلين والقائمين بهذه المهنة، فإن مسألة توصيف الهوية المهنية للصحفي يعتبر من الأمور المعقدة، وهذا يرجع في الأساس إلى بدايات دراسات المرسل أو ما يعرف بدراسات القائم بالاتصال التي أقرت بتعدد مفاهيم القائم بالاتصال باختلاف نشاطاته ومهامه في المؤسسات الإعلامية وباختلاف الاتجاهات البحثية التي تناولته، فهناك من اعتبره منتج أول للرسالة واعتبره أتجاه آخر أن دوره في عملية الاتصال احداث تأثير واضح في المتلقي من خلال الرسائل الإعلامية واعتبره اتجاه أخر حلقة في سلسلة مؤسسية من الأدوار التنظيمية في المؤسسة الإعلامية، فيما اعتبره اتجاه آخر مؤسسة مجتمعية دورها الإعلام والإقناع ، أما المدرسة الفرنسية فاعتبرته وسيط بين المصدر والجمهور.

لذلك نجد أن اثبات صفة الصحفي المحترف الذي يمتهن الصحافة غالبا ما تقرها التشريعات ونصوصها المتعلقة بتنظيم مهنة الإعلام والصحافة في أي دولة من دول العالم فغالبا ما يتم الرجوع إليها لتحديد مفهوم الصحفي المحترف، ففي الجزائر ورد تعريف الصحفي المحترف في المادة 73 من القانون العضوي للإعلام رقم 12-05كالتالي:" يعد صحفيا محترفا في مفهوم هذا القانون العضوي، كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و /أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله".[4]

فهذه المادة تشير بصراحة أن صفة الصحفي تثبت بوجود شرط التفرغ للعمل الصحفي، دون امتهان نشاطات أخرى، وحسب المادة 74 من ذات القانون يعتبر صحفيا محترفا أيضا:" كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز إعلام، طبقا للإجراءات المنصوص عنها في المادة 80 أدناه".[5]

---

[1] - SAINSEULIEU.R، l'identité au travail, Press de la fondation nationale des sciences politiques, Paris, 1988. p14-p15.

[2] - Niolas pelissier, les mutations du journalisme a l'heure des nouveaux réseaux numériques , volume 2, AFRIl 2001.

[3] – بول دودان كلافو، توبي مندل، إيان، لافرونيار، حفظ النظام واحترام حرية التعبير، دليل تعليمي، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، تونس 2014، ص30.

[4] – قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل12 يناير سنة 2012يتعلق بالإعلام.

[5] – المرجع نفسه.

بصفة عامة نقول أن الأمر المشترك في قوانين الإعلام التي تنظم مهنة الإعلام في كثير من الدول هو تعريفها للصحفيين من خلال وظيفتهم وطبيعة خدمتهم، ولإثبات صفة الصحفي المحترف غالبا ما تمنح له بطاقة مهنية وهي التي نصت عليها المادة 76 من القانون العضوي المذكور سابقا كالتالي:" تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلتها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم".[1]

توصف مهنة الصحافة بمهنة البحث عن المتاعب، في إشارة للدور الذي يقوم به الصحفي في الكشف عن الحقيقة، والاستقصاء الأمر الذي يستوجب توفر فيه مجموعة من السمات من أشهرها تلك التي وضعها ديفيد برلو ونذكر منها:

- ✓ توافر مهارات الاتصال وهي مهارة الكتابة والتحدث والقراءة والاتصالات والقدرة على التفكير السليم لتحديد أهداف الاتصال.
- ✓ اتجاهاته نحو نفسه والموضوع ونحو المتلقي، فكلما كانت الاتجاهات إيجابية ازدادت فعاليته.
- ✓ مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.
- ✓ مركز الصحفي المحترف في إطار النظام الاجتماعي والثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس فيها يؤثر على فعالية الاتصال.
- ✓ معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته.[2]

2.2 معايير المهنة الصحفية:

إن أعضاء المهنة الواحدة يشتركون في تبني المعايير الخاصة بالأداء المهني، فإنه قد يكون لكل منهم معايير خاصة مختلفة، وهذه المعايير تسمى بالدور أو التوجه الذي يميل الفرد إلى اعتناقه، ففي حين أن بعض الصحفيين ينظرون إلى دورهم على أنه حلقة الوصل بين الجمهور ونظام الحكم، يرى البعض الآخر أن دوره أكثر إيجابية، وأن عليه أن يعبر عن الآراء المختلفة للجمهور وعن مطالبه واهتماماته وهمومه ويعكس مشكلاته، وقد لا يكون هناك اختلاف أساسي بين الدور الشخصي للصحفي والدور الذي تعتنقه المؤسسة الإعلامية، حيث أنه يتجه في العادة للالتحاق بالمؤسسة التي تتفق مع ميوله.[3] ومن أهم المعايير التي يتقاسمها الصحفيين في أداء مهنتهم ويعملون على مراعاتها أثناء نشاطهم ما يلي:[4]

1.2.2 الخدمة العامة:

يقدم الصحفيون خدمة إعلامية عامة باعتبارهم "عين" المجتمع على الواقع والقائمون على جمع المعلومات ونشرها عبر الوسائط المختلفة، ما يكفل حق جميع المتلقين في خدمات تستجيب لتطلعاتهم وانتماءاتهم وانشغالاتهم، وتساير التطورات الحاصلة في المحيط الداخلي والخارجي.

---

[1]- المرجع نفسه..

[2]- حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة،2007 ، ص285.

[3]- فتيحة بوغازي، مرجع سابق، ص 97.

[4]- الصادق، رابح، "السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي، وأثرها على الممارسة المهنية المعاصرة"، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 29، العدد1، 2015،ص 232، ص 233.

2.2.2 الموضوعية:

على الصحفيين أن يكونوا موضوعيون" "ومحايدون" و"غير متحيزين" و"أمناء" ولذلك فهم يستحقون أن يكونوا مصادر موثوقة. "فمهمة الصحافة مهمة حرجة صعبة دقيقة، تحتاج من الصحفيين قدر أكبر من الحرص على الموضوعية وإصابة جوهر الحقيقة فيما ينشرون من أخبار أو وقائع صحفية".[1]

الموضوعية تمكن الصحفيين من المعالجة المهنية والثقافية والأخلاقية للمادة الإعلامية، بحيث تتوافر فيها أبعاد الموضوع كلها، والاتجاهات المطروحة حياله، بطريقة متوازنة، تستند إلى حجج منطقية، وتتميز بالدقة، والإنصاف في العرض وتفصل في الآراء عن العناصر الخبرية، وتنسبها بوضوح وصراحة وتتجرد من الأهواء والمصالح الخاصة، وذلك في إطار من التعمق والشمولية، يراعي السياق، وعلاقة الخاص بالعام، وربط الجزء بالكل، شرط أن تعكس هذه المادة الإعلامية أولويات الاهتمام عند الجمهور.[2]

3.2.2 الاستقلالية:

لكي يستحق الصحفيون هذه الصفة يجب أن يكونوا مستقلين وأحرار في أداء عملهم، وأهم علاقة يجب على الصحفي تحقيق الاستقلالية فيها هي علاقته بمصادره، فهي من أصعب العلاقات في حياة الصحفي، والسبب في هذا هو مغبة أن يمارس المصدر نفوذا مفرطا على ما يكتبه الصحفي لذا فإن العلاقة مع المصادر يجب أن تقوم على المهنية والاحترام والإنصاف والثقة، كما الاقتراب أكثر من اللازم من مصدر بعينه يمكن أن يؤثر سلبا على رؤيته للقصة الصحفية، ولذا فمن المهم تكوين مصادر في كل جوانب القصة الصحفية أو القضية.[3]

4.2.2 الآنية:

يملك الصحفيون حسا متمايزا في علاقتهم بالآنية، وفورية الأحداث والسرعة التي تعتبر محايثة لمفهوم الخبر، فالخبر الذي يطلبه المتلقي ويلقى اهتمامه هو الخبر الحصري لذلك توصف الأخبار أنها سلعة شديدة التلف.

5.2.2 الأخلاقيات:

يستحضر الصحفيون في أداء مهامهم أخلاقيات المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي، التي هي عبارة عن القواعد والأسس التي تقوم وتدافع عن مهنة الإعلام والصحافة إلى وتدفع بها الأمام ، وهي تتناول المبادئ التي يجب على القائمين بالعمل الإعلامي الالتزام بها ومراعاتها عند ممارسة العملية الإعلامية والصحفية.[4] ولهذه الأخلاق أهمية كبيرة في الممارسة الصحفية فهي حسب الصحفي ديفد رندال:" أكثر الطرق أدبا ولياقة لأداء العمل الصحفي حيث تزودنا بالمواقف تجاه القراء والمصادر التي تعتمد على شيء من الحساسية ومراعاة مشاعر الأخرين الإنسانية، بدلا من مجرد الحسابات التجارية الماكرة[5].

---

[1]- ماجد راغب الحلو، حرية الإعلام والقانون، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2006، ص 35.

[2]- ياسر عبد العزيز، دليل المعايير المهنية في الكتابة الخبرية، مركز دعم لتقنية المعلومات، القاهرة، 2013، ص6.

[3]- دليل المراسل الصحفي، مؤسسة رويترز الخيرية، لندن، 2006، ص 27.

[4]- بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ص70.

[5]- عبد العالي رزاقي، المهنة صحفي محترف، قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في الممارسة المهنية)، دار هومة، الجزائر، 2014، ص26.

إن بروز موضوع أخلاق مهنة الصحافة يعود بالدرجة الأولى إلى بروز اتجاهات خاطئة وممارسات شاذة في التعاطي المهني لدى عدد كبير من الصحفيين باتت تهدد دور وسائل الإعلام الأساسية وتدفع بالصحفيين إلى تقديم اهتماماتهم الشخصية على المصلحة العامة، الأمر الذي يتنافى مع مفهوم الخدمة العامة التي تقوم عليها أسس الصحافة وقد رافق الاهتمام بموضوع الأخلاق الصحفية، منذ نشأة مهنة الصحافة وتطور معها عبر المراحل التي قطعتها في تجارب مختلفة من بلد إلى آخر لكن قفز إلى الواجهة في أوروبا في منتصف السبعينات بعد" إعلان ميونيخ "حيث تحول إلى" موضة جدلية "في أوساط الإعلاميين.[1] وتملي أخلاقيات المهنة الصحفية على القائم بها مجموعة من المبادئ منها:[2]

- ✓ نقل الخبر الصحيح كما هو وليس كما يعتقد الصحافي أو كما يتمنى.
- ✓ عرض الوقائع بتجرد وتوازن وليس من منطلق فئوي معين.
- ✓ اعتماد مبادئ واضحة ومحددة في اختيار الوقائع، تبعا لأهميتها ووقعها وما يترتب عليها من نتائج وما تشكله وما يحيط بها من حيثيات.
- ✓ عدم التركيز على وقائع ثانوية والتعمية على وقائع أخرى مهمة.
- ✓ عدم الدمج بين المصلحة الشخصية والمصلحة العامة.
- ✓ تحاشي المنطق الترويجي والدعائي.
- ✓ عدم الإساءة للأشخاص أو تشويه سمعتهم أو توجيه اتهامات خارج قرارات السلطات القضائية.
- ✓ الفصل بين الوقائع والتعليق.

3.الاندماج الإعلامي ومستويات التحول في مهنة الصحفي:

1.3 الاندماج الإعلامي:

إن التغير والتحول الذي مس الممارسة المهنية للإعلام يرجع في الأساس إلى تغير بيئة الإعلام والاتصال منذ بداية هذا القرن حيث بدأت تتشكل خارطة اتصالية جديدة مؤذنة بدخول المجتمع الإنساني في بيئة إعلامية جديدة يمتزج فيها الإعلام بالاتصال والصحفي بالمواطن وهو ما يعرف تقنيا وفكريا بالاندماج.[3] الذي يشير إلى" الجمع بين أشكال متعددة من الاتصال في صيغة إلكترونية ورقمية تقوم فيها الحواسيب بالدور الرئيس".[4]

هذا الاتجاه الاندماجي الذي سهلت تطورات التكنولوجيا حدوثه، مثل: رقمنة المحتوى، والتكامل بين المكونات، والجمع بين أكثر من أداة في جهاز واحد متعدد المهام أدى إلى تحولات جذرية في طرق التخطيط والعمل داخل المؤسسات الإعلامية والصحفية. لدرجة أن هناك من يتنبأ بموت الصحافة ما دام قراؤها ومشاهدوها بات بإمكانهم الوصول إلى مصدر المعلومة دون الحاجة إلى وسيط، لا سيما مع عصر مواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت لكل المؤسسات وكل الشخصيات تقديم المعلومات

---

[1]- جورج صدقة، مرجع سابق، ص8 - ص9.

[2]- المرجع نفسه، ص16.

[3]- جمال الزرن، "الإعلام الجديد والربيع العربي، مراجعات بحثية شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي"، أشغال الملتقى الدولي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار وحدة البحث في الاتصال والجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام، مطبعة ردمك، تونس، 2015،ص 11-12.

[4]- صادق رابح، مرجع سابق، ص 229.

والتعبير عن الآراء دون الحاجة إلى الاتصال بالصحفي، إذ يتساءل مناصرو هذه الفكرة :إذا بات القارئ/ المشاهد قادرا على الوصول إلى المعلومة من مصدرها، بل إذا صار بدوره قادرا على كتابة المعلومة وإيصالها عبر المواقع الاجتماعية، فما الداعي لوجود الصحفي؟ سؤال يحمل بعض جوانب سؤال مرير–لكنه واقعي– طرحه رجل الأعمال الفرنسي برنار تابي: لماذا تشتري جريدة إذا كان بمقدورك شراء صحفي؟.[1]

2.3 مستويات التحول في مهنة الصحفي:

1.2.3 التحول على مستوى المهارات:

المرونة والسرعة التي أتاحتها عملية دمج الوسائط الجديد فرضت على المشتغلين في مهنة الصحافة والإعلام مجموعة من المهارات التي أصبحت ضرورة وواجب وليس إضافة لضمان الاستمرارية في هذه المهنة، خاصة في ظل الضخ المتزايد والمتنامي لمنتجات الصحفي المواطن، فالصحفي أصبحت تحكمه شروط للعمل في البيئة الإعلامية الجديدة فقد تطور دوره من جمع الأخبار من الشارع، ومن تصريحات المسؤولين إلى الوصول إليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي وخلق وابتكار الموضوعات وقوالبها بالأدوات المختلفة من الوسائط المتعددة.

وهذا لا يكون إلا بتوفر المهارات التالية لدى الصحفي:[2]

- ✓ الخبرة في العمل الصحفي مع معرفة قوية للأنترنت.
- ✓ القدرة على جمع الأخبار.
- ✓ القدرة على تغطية الأخبار العاجلة.
- ✓ السرعة والمرونة والقدرة على التعاون.
- ✓ التحكم في لغة النص الفائق وإدارة خادم الشبكة والفوتوشوب وإدارة الوسائط المتعددة.
- ✓ القدرة على معرفة مصداقية موقع الأخبار والمستجدات المتعلقة ببرمجيات للتحرير الإلكتروني.

فرض الاندماج الإعلامي على الصحفيين مهمة رفع مستوى المهنية في العمل الإعلامي لوسائل الإعلام كافة، لأن هذه المهنية هي الأداة الوحيدة القادرة على مساعدة الإعلاميين في استقطاب المتلقين وزيادة تفاعلهم مع الأداء الإعلامي لهذه الوسائل، إن كان ذلك في التلفزيون أو الإذاعة وذلك لا يكون إلا من خلال التدريب الإعلامي.[3] الذي يدفع الصحافي إلى التحكم في الأداة التكنلوجية الناقلة للمادة الإعلامية والعارضة أو الناشرة لها أصبح من المسلمات، ولا يوجد أي شخص، سواء من الممارسين أو من

[1]– إسماعيل عزمي، "التأكد من الخبر أهم من الخبر"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام ،الدوحة، العدد السابع، 2017، ص41.

[2]– المرجع نفسه، ص 41 .

[3]– رياض رعد التدريب الإذاعي والتلفزيوني ، سبيلا إلى تنمية المهارات ، مجلة الإذاعات العربية العدد 3، 2015 ، ص 98.

المدرسين أو من الباحثين، يعترض على هذا الأمر فالكثير من المعاهد والجامعات تدرس اليوم الكثير من المواد التطبيقية التي تستخدم الأداة التكنلوجية المتطورة.[1]

2.2.3 التحول على مستوى المهن:

أدى الاندماج الإعلامي إلى اختفاء بعض المهن الإعلامية والبعض الآخر أصبح عرضة لإعادة النظر سواء على مستوى الوظائف أو الصلاحيات، فبحسب دراسة جديدة لمكتب الولايات المتحدة لإحصاءات العمل اختفت أكثر من نصف وظائف الصحافة منذ 15 عاما، وتأثر بالدرجة الأولى في هذا الانخفاض، ناشري الصحف الورقية ففي يناير2001 عمل 411.800 شخص في المهنة، وانخفض الرقم 173.709 موظفين في سبتمبر 2016، وتتضمن اللائحة جميع المهن ضمن قطاع المعلومات من ناشري الصحف إلى ناشري الكتب وصانعي بطاقات المعايدة، وصولا إلى معدي الأخبار إلكترونيا. كما تظهر الإحصائيات ارتفاع عدد الوظائف في قطاع الإعلام الإلكتروني، فارتفعت الوظائف من 67.000 فقط في يناير 2007 إلى 206.000 في سبتمبر 2016.

في المقابل برزت مهن جديدة في مجال الإعلام تتوافق وخصائص الوسائل الإعلامية الجديدة ومن أهم هذه المهن نجد:[2]

- ✓ مصمم موقع الانترنت.
- ✓ متخصص في التصميم الجرافيكي.
- ✓ محرر للأنترنت.
- ✓ مهندس شبكة.
- ✓ متخصص لغة.
- ✓ متخصص في التصميم للأنترنت.
- ✓ مدير شؤن التجارة الإلكترونية.
- ✓ مسؤول التطوير التجاري للمواقع.
- ✓ رئيس تحرير موقع.
- ✓ مصمم ملتيميديا.
- ✓ مصمم الإعلان على الانترنت.
- ✓ منتج برامج التلفزيون على الانترنت.
- ✓ منتج برامج الإذاعة على الواب.
- ✓ تحرير ومونتاج الفيديو.

---

[1]- نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام و المجتمع ظلال وأضواء، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004، ص118.

[2]- حاتم الصريدي، "الإعلام الجديد النظام والفوضوى، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنلوجيا جديدة.. لعالم جديد"، منشورات جامعة البحرين، البحرين، 2009، ص 131.

- ✓ تصميم الفيديو الرقمي.
- ✓ الخدع البصرية و المؤثرات الخاصة.
- ✓ تصميم الفيديو الرقمي.
- ✓ تصميم الخطوط و الرسوم الإلكترونية.
- ✓ معالجة الصورة الرقمية.
- ✓ الأرشفة الإلكترونية.
- ✓ متخصص في متابعة البث المباشر.

ومن هنا نستنتج أن مرحلة دمج الوسائط أربكت قواعد الفعل الإعلامي والاتصالي وكذلك المهن الإعلامية والاتصالية، وجعلتها مهيأة للتبديل في كل حين على أن هذه المهن لم تشهد الاستقرار على امتداد تاريخها التقني والاجتماعي ولكن السرعة التي يتقرر بها تطور النظام الرقمي الوسائطي هي المطروحة اليوم كعامل محدد بالتفكير في السيطرة على المرتكزات الرقمية المندمجة ومحيطها المهني.[1]

3.2.3 التحول على مستوى العلاقة بالجمهور:

في ظل الاندماج الإعلامي لم تعد الصحافة مهنة نخبوية، فقد أصبحت فئات الجمهور بمختلف أطيافه شريكة في صناعة المحتوى الإعلامي تحت مسمى صحافة المواطن التي تحيل في مفهومها الواسع إلى: "كوكبة متعددة من الأنشطة المختلفة ذات الصلة بمساهمة المواطنين في عملية إنتاج المعلومات ويمكن أن تأخذ هذه المساهمة أشكالا متعددة كالتعليقات على الأخبار تقاسم الصور والفيديو وإعادة نشر الأخبار وتقييمها، فيمكن أن تشمل صحافة المواطن كل ما يصدر عن المستخدم من مضامين في مختلف فضاءات المجال الإلكتروني". [2]

تطورت صحافة المواطن من خلال عدة أشكال سابقة بداية بمفهوم الإعلام التشاركي، الذي يتيح للمواطن أن يجمع ويحلل ويقدم المعلومات، ثم أطلق عليها صحافة الشارع، التي ارتبطت بالناشطين في حملات الضغط والمناصرة العاملين خارج محطات الإعلام التقليدي والرسمي، حتى انتهى المطاف باستخدام مصطلح صحافة المواطن لتمييزه عن عدة أنواع أخرى ينخرط فيها الصحفي الممتهن للصحافة في منتج إعلامي مجتمعي.[3]

الرواج الأكبر لصحافة المواطن كان مع تفجيرات لندن في عام 2005 التي فرضت واقع جديدا في الممارسة الصحافية والإعلامية، حيث لم يستطع الصحفيون الوصول إلى صورة الأحداث في المترو تحت الأرض وفوقها، لكن المواطنين كانوا أسرع إذ رصدت كاميرات الجوال مئات الصور ومقاطع الفيديو التي التقطت من أناس ليسوا محترفي تصوير أو صحفيين، وأمام شح الصورة

[1]- المرجع نفسه، ص130.

[2]- نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي: 2015.، ص 37

[3]- تالا حلاوة، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، مركز تطوير الإعلام، سلسلة بحوث وسياسات الاعلام، رام الله، 2015، ص5.

الاحترافية اضطرت وسائل الإعلام والصحف بشتى أنواعها أن تتعامل مع صورة المواطن ومعلوماته الأولية لننتقل إلى عصر صحافة المواطن.[1] ومنها أصبح للمواطن الصحفي، أثرا لا يمكن إنكاره على مسار ممارسة العمل الصحفي المهني، ورغم تواتر الدراسات وعدم اتفاقها جميعا على هذه النقطة، ومحدودية القدرة على قياس هذا التأثير، إلا أن العاملين في الصحافة قادرون على لمسه.[2] من خلال استعانتهم بالجمهور لمساعدتهم في تغطية الأحداث في المناطق الخطرة والصعب الوصول إليها.

ومثال ذلك تغطية تفجيرات لندن عام 2005، والانتخابات الإيرانية 2009 حيث قال نيومان في إشارته للدور الكبير الذي لعبه المواطن الصحفي في تغطية الانتخابات الإيرانية عام 2009 والتظاهرات التي صاحبتها في عديد المدن الإيرانية:" لولا ما أنتجه المواطن الصحفي آنذاك لما استطاعت محطات التلفزة تغطية الأحداث، بل وكانت المادة الأساسية حتى في الحوارات الصحفية مأخوذة عن تويتر وفيس بوك، ورغم محاولات الدولة الإيرانية حجب تويتر وغيره، إلا أن الناشطين استطاعوا إيجاد البدائل الفورية لإيصال صوتهم إلى العالم"[3]

لكن بالرغم من النظرة الإحتفائية المبرزة لدور وأهمية المواطن الصحفي، وجهوده في إغناء الساحة الإعلامية إلا أن هذه النظرة كثيرا ما تواجهها عديد الانتقادات التي تضع المواطن الصحفي محل المهدد لمهنة الإعلام التي كرستها تقاليد وممارسات أبقت الصحفي المحترف لسنوات طوال هو المنفذ الحصري لها، فتصاعد عملية نشر وبث المعلومات على الانترنت، وما ارتبط بذاك من مسائل تتعلق بتسمية هؤلاء الوافدين الجدد ووضعيتهم، وممارستهم، وهل يمكن استيعابهم من قبل المجموعات الصحفية ورد فعل الهيئات الممثلة لهاته المجموعات الصحفية تحيل كلها على مسألة قديمة ومتجددة وهي الهوية الصحفية، وشكل هاته الهوية المهنية الخاصة.[4]

فقد خلصت الباحثة فلورانس لوكام Florence le Cam من خلال تحليلها لمجموعة من الدراسات والتي اهتمت بإدماج الانترنت في الفضاء الإعلامي لسنة 2000، إلى نتيجة مفادها أن جل هذه الدراسات تتقاطع مع الفرضية التي تؤكد أن الصحافة المباشرة تجعل أزمة الهوية المعاشة أكثر وضوحا للعين، وتعيد إلى الواجهة مسألة مكانة الصحفي في مجال إعلامي تحكمه نماذج تواصلية أقل نخبوية.[5]

4.2.3 التحول على مستوى أخلاقيات مهنة الصحافة:

دخول الصحفي المواطن كشريك للكاتب في عملية التحرير من خلال سلوكه الانفعالي مع المقال تعليقات على الصفحة ذاتها، مشاركته المقال على إحدى صفحاته أو حساباته على مواقع التواصل الاجتماعي، استخدامه أم عدم استخدامه لزر الاعجاب، يؤدي في الكثير من الأحيان إلى نوع من الغوغائية، بحيث يبني الصحفي موضوعه على أساس دغدغة مشاعر قرائه بهدف جذب

---

[1]- معا العامودي، "صحافة الفيديو، جمهور رقمي بعيون ماسحة"، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، العدد السابع، 2017.ص 4

[2]- تالا حلاوة، مرجع سابق، ص 6

[3]- المرجع نفسه، ص7.

[4]- رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الافتراضي ، دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران 1، ص245.

[5]- المرجع نفسه، ص245، ص 246.

أكبر عدد ممكن من المتصفحين أو من الاعجابات، والتي تعد في مؤسسات إعلامية أو إحصائية كثيرة، المعيار الأساسي لا بل الأول لنجاح مقال أو كاتب ما، هذا المنطق أنتج" صحافة سوق" مبنية على الطلب أكثر من العرض.[1]

هذا الأمر من شأنه إشاعة ثقافة المعلومات السطحية البعيدة عن التحليل والعمق المطلوبان في الصحافة الهادفة، فكثرة المعلومات هنا تقتل المعلومة، لا بل وتخلق التشويش، ثم التجزِيء، ثم النسيان بمحصلة المطاف، بالنسبة للمتلقي، الصحفي بدوره لا يستطيع المجاراة إذ تحت ضغط السرعة والآنية، لذا يضطر إلى تجاهل مبدأ التحقق والتثبت من المعلومة، ولا يعير كبير اعتبار لمبدأ تقديم المعلومات وفق أولويتها أو أهميتها أو قيمتها عند المتلقي.

فكل هذه المعطيات دعت إلى التفكير في مسألة وضع إطار أخلاقي للممارسة الإعلامية حيث يقول جيل ليبوفتسكي" :في المجتمعات ما بعد الديمقراطية، فإن الأخلاق تنبعث من جديد كمثال لا مشروط، ولكن كرد المجتمعات الليبرالية على التخوفات المتأتية من السلط الجديدة، التقنو/علمية منها والإعلامية "على حد سواء بالتالي، فإن الحفاظ على المبادئ الديمقراطية إنما يستوجب استنبات سلط مضادة، تتكفل بها إما القوانين والتشريعات، أو تكون من اختصاصات الأخلاقيات المهنية المؤطرة للمجال الإعلامي في أبعاده المختلفة.[2]

فالتشكيل الأخلاقي للصحفي دورا حاسما في كيفية تغطيته لقصة اخبارية، فمع تقنية الاتصالات الجديدة والسريعة لم يعد أمام رجل الأخبار متسع من الوقت للاستزادة بتعليق الخبراء، أو استشارة مبادئ الأخلاق، وانما يجد نفسه مضطرا للتصرف وفقا للمعايير الأخلاقية الداخلية التي استقرت في نفسه كأثر من أثار التوجيهات التربوية التي تلقاها في مرحلة التنشئة والتكوين النفسي أي أنه سيعود إلى ضميره الذاتي وتفكيره الأخلاقي، ليحكمه في كيفية التصرف السريع في الموقف الذي يواجهها.[3]

ومن أجل هذا لا بد من إعادة التفكير في أخلاقيات مهنية تلائم عصر الاندماج الإعلامي من شأنها احتواء الهواة والمحترفين، وعليها أن تناسب التعامل اللحظي مع الأخبار، كما تناسب التعامل مع قنوات إعلامية مختلفة.

4.الخاتمة:

فرض الاندماج الإعلامي على الصحفي تحولات على مهنة الصحافة والقائمين بها، ما أدى إلى تغيرات في بعض مهام الصحفيين، وفي كيفية تعاطيهم مع الجمهور، ما يستوجب على الصحفيين ضرورة رفع مستوى المهنية فهي الرهان الأساسي الذي عليهم تحقيقه في عصر الاندماج الإعلامي والميديا الجديدة وهذا لا يتسنى لهم إلى من خلال تبني ممارسات صحفية مهنية جديدة والاستفادة من تجارب الصحفيين الآخرين، والتحلي بأخلاقيات المهنة الصحفية وضرورة تفعيلها في وسائل الإعلام الجديد فهي سبيل الحماية من الانحرافات والتجاوزات التي تهدد المهنة الصحفية.

[1]- روي الجريجيري، "العمل الإعلامي بين القواعد المستقرة والحديثة، الإعلام والتحول الديمقراطي في المنطقة العربية إشكاليات ورؤى"، منتدى البدائل العربي للدراسات والمعهد السويدي بالإسكندرية، روافد للنشر والتوزيع، بيروت، 2016، ص21.

[2]- يحي اليحياوي، "الأخلاق في مجتمع الإعلام، مركز الجزيرة للدراسات"، دراسات إعلامية، الدوحة، 2014، ص 6- ص7.

[3]- ماجد راغب الحلو، مرجع سابق، ص 132.

5. قائمة المراجع:

1. بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان.
2. حسن مكاوي، عاطف عدلي العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، القاهرة،2007 .
3. عبد العالي رزاقي، المهنة صحفي محترف، قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (التجاوزات في الممارسة المهنية)، دار هومة، الجزائر، 2014
4. ماجد راغب الحلو، حرية الإعلام والقانون، منشأة المعارف، الاسكندرية، 2006.
5. نصر الدين لعياضي، وسائل الإعلام و المجتمع ظلال وأضواء، دار الكتاب الجامعي، العين، 2004.
6. نها السيد عبد المعطي، صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد، دار الكتاب الجامعي: 2015.
7. ياسر عبد العزيز، دليل المعايير المهنية في الكتابة الخبرية، مركز دعم لتقنية المعلومات: القاهرة، 2013.
8. SAINSEULIEU.R، l'identité au travail, Press de la fondation nationale des sciences politiques, Paris, 1988.
9. Niolas pelissier, les mutations du journalisme a l'heure des nouveaux réseaux numériques , volume 2, AFRIl 2001.

- **المذكرات:**

1. رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الافتراضي ، دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة وهران 1.
2. فتيحة بوغازي، صحافة المواطن والهوية المهنية للصحفي دراسة ميدانية لتمثل الصحفيين الجزائريين لهويتهم المهنية ، مذكرة ماجيستر غير منشورة، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011.

- **المقالات والدراسات:**

1. الصادق، رابح، السياقات الشبكية والاندماج الإعلامي، وأثرهما على الممارسة المهنية المعاصرة، مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 29، العدد1، 2015.
2. إسماعيل عزمي، التأكد من الخبر أهم من الخبر مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام ،الدوحة، العدد السابع، 2017.
3. تالا حلاوة، صحافة المواطن وتأثيرها على مصادر وسائل الإعلام المحلية، مركز تطوير الإعلام، سلسلة بحوث وسياسات الاعلام، رام الله، 2015، ص5.

4. دليل المراسل الصحفي، مؤسسة رويترز الخيرية، لندن، 2006.
5. رياض رعد التدريب الإذاعي والتلفزيوني ، سبيلا إلى تنمية المهارات ، مجلة الإذاعات العربية العدد 3، 2015
6. معا العامودي، صحافة الفيديو، جمهور رقمي بعيون ماسحة مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، الدوحة، العدد السابع، 2017.
7. يحي اليحياوي، الأخلاق في مجتمع الإعلام، مركز الجزيرة للدراسات، دراسات إعلامية، الدوحة، 2014.

- **الملتقيات والمؤتمرات:**

1. . حاتم الصريدي، الإعلام الجديد النظام والفوضوى، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديد: تكنلوجيا جديدة.. لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، البحرين، 2009
2. روي الجريجيري، العمل الإعلامي بين القواعد المستقرة والحديثة، الإعلام والتحول الديمقراطي في المنطقة العربية"إشكاليات ورؤى"، منتدى البدائل العربي للدراسات والمعهد السويدي بالإسكندرية، روافد للنشر والتوزيع، بيروت، 2016.
3. جمال الزرن، الإعلام الجديد والربيع العربي، مراجعات بحثية شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي، أشغال الملتقى الدولي، معهد الصحافة وعلوم الأخبار وحدة البحث في الاتصال والجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام، مطبعة ردمك، تونس، 2015.

- **القوانين:**

1. قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق ل12 يناير سنة 2012يتعلق بالإعلام.