تحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامى فى المواقع الإخبارية الإلكترونية

"دراسة فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب"

د/ رباب عبد المنعم التلاوي*

مقدمة:

بقدر ما أسهمت التطورات التكنولوجية خصوصا تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في توسيع نطاق حرية الرأي والتعبير في الوطن العربي، بقدر ما فتحت باب الإنترنت مشرعا أمام كل الإنتهاكات الحقوقية منها والأخلاقية. بل تعدتها في كثير من الأحيان لتصنف ضمن جرائم يعاقب عليها القانون، وباتت تُعرف بجرائم الإنترنت والمعلوماتية ... وفى المقابل تظل التشريعات العربية قاصرة ولم تواكب أغلبها التطورات المتلاحقة في المجال التكنولوجي، [1].

وأكد الواقع الملموس أن هناك صعوبة في الفصل بين ما هو أخلاقي وما هو قانوني، بل لازالت هناك أموراً لم يتم الحسم فيها بعد، من حيث المبادئ الأخلاقية والقانونية والتشريعية. ولا شك أن هناك قيوداً قانونية وجب التعامل معها، مقابل وجود ضوابط أخلاقية وجب إحترامها من كلا الجانبين: الصحفي المهني وللمدوّن العادي.

وقد أثبتت العديد من الدراسات أن نمط الخطاب المقدم عبر وسائل الإعلام البديل ككل يختلف فى الكثير من جوانبة عن الخطاب المقدم عبر وسائل الإعلام التقليدى

إذا أمكن لنا أن نتحدث عن شكل جديد ومتميز من أشكال تحليل الخطاب الإلكتروني في ظل هذه البيئة الجديدة وإلي أي مدي يمكن أن نتحدث عن منهجيه لتحليل الخطاب نجد أن مفهوم النص ليس ذلك التحليل الخطي للكلمات والجمل والفقرات وإنما هو أيضاً لمستويات مختلفة من النصوص تحتاج إلي دلالات لغويه ورموز نصيه والتفاعلية التي تعد الميزة الأساسية للخطاب الإلكتروني والتي تدفع المتلقي إلي أن يتعامل مع أكثر من متغير دلالي يدخل في صياغه وصناعه الخطاب الإلكتروني[2].

كما نجد أن بعض الممارسات الإعلامية على شبكة الإنترنت، تحتاج إلى إعادة النظر فى آليات عملها، حيث يرى بعض العاملين فى الإعلام الإلكترونى أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، وإن ما يثير إشكالية ضرورة التوصل إلى ميثاق شرف يحكم هذه الممارسات هو عدد من المظاهر التى يمكن رصدها فى الإعلام الإلكترونى ومنها الشك فى المصداقية، ومجهولية مصدر الأخبار، وإستخدام

* مدرس بقسم الإعلام بكلية الآداب ـ جامعة المنيا

لغة غير مهذبة لا تراعى الذوق العام، الإساءة إلى الشخصيات العامة من دون أسباب محددة[3] ومن هنا أثار موضوع الشبكات الإجتماعية عديدا من المفاهيم والقضايا الخلافية حول أخلاقيات الشبكات الإجتماعية والجهه المنوطه بذلك اذا تم الاتفاق على مفهوم الأخلاقيات وتم وضع أطر ومعايير حاكمة لها .

موضوع الدراسة وأهميته:

بقدر ما أسهمت التطورات التكنولوجية خصوصا تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في توسيع نطاق حرية الرأي والتعبير في الوطن العربي، بقدر ما فتحت باب الإنترنت مشرعا أمام كل الإنتهاكات الحقوقية منها والأخلاقية، بل تعدتها في كثير من الأحيان لتصنف ضمن جرائم يعاقب عليها القانون، وباتت تُعرف بجرائم الإنترنت والمعلوماتية، لكن المشكلة الكبيرة ظهرت مع بدء انتشار المواقع الإخبارية والتي بدأ بعض محرريها اقتباس موضوعات من مواقع أخرى، دون الإشارة إلى مصدرها مع غياب القواعد والقوانين الأخلاقية التى تحكم الخطاب الإعلامى المقدم فى هذه المواقع هنا بدأ الحديث عن ضرورة تحليل لأخلاقيات الخطاب الإعلامي والصحفي الإلكتروني بشكل كبير[4].

ومن هنا يتمثل موضوع هذه الدراسة فى تناوله لأخلاقيات الخطاب الإعلامى المقدم فى المواقع الإلكترونية الإخبارية، واستقصاء سمات هذا الخطاب، والكشف عما تحمله لغة الخطاب المقدم فى هذه المواقع من مضامين، وإشارات، ودلالات تعكس لغته، ومستوى الإلتزام بأخلاقيات الخطاب المقدم فى هذه المواقع.

وفى ضوء ما سبق تبرز عدة مبررات تفسر أهمية بحث ودراسة هذه الإشكالية:

الأهمية المنهجية:

- تعد هذه الدراسة من ضمن بحوث التحليل الكيفى للمضامين الإعلامية من منظور بنائى وذلك بالنظر إلى تعبير النصوص الإعلامية عن معانى مقصودة من جانب منتجى المضامين تحمل فى طياتها تشكيلا للواقع .
- تتسم هذه الدراسة بان التحليل فيها يسير فى مسارين متوازيين
  - **الأول:** مسار تحليل المضمون للخطاب الإعلامى المقدم فى المواقع الإخبارية، للوقوف على سمات الخطاب الإعلامى الإلكترونى وأخلاقياته، ومستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب المقدم فى المواقع الإخبارية، نوع الخطاب المقدم ومضمونه والتزام كل نوع بإخلاقيات التغطية
  - **الثانى:** مسار تحليل الخطاب، بالاعتماد على أداة من أدوات تحليل الخطاب قلما تم إستخدامها فى الدراسات العربية للمضامين الإلكترونية، وهو التحليل الدلالى لذى يعد التطور الأبرز لمناهج التحليل الكيفى فى دراسة المضامين

الإعلامية ومن أكثر الطرق موضوعية ومنهجية لفهم وتوصيف واكتشاف المضمون داخل النص.

حيث سيتم إستخدام حقول الدلالة والقوى الفاعلة وشبكة الأفعال والمصادر والصفات، بهدف استخراج الأطر الدلالية الكاشفة عن أخلاقيات ولغة الخطاب الإعلامى.

الأهمية التطبيقية:

- إن الخطاب الإعلامي اليوم قد تجاوز السلطات الثلاث (التشريعية والتنفيذية والقضائية) وتعدى ذلك للتأثير على الحكومات والمؤسسات والمنظمات المعنية التي باتت تحسب للتأثير الإعلامي الحسابات الكبيرة. ولم يأت تطوير أدوات وسائل الإعلام وتوسيع رقعتها من فراغ بل من إدراك فاعليته والتأثير البالغ لوسائل الإعلام وخطابها.
- علاوة على إن قضية (أخلاقيات الخطاب الإعلامى وخاصة الإلكترونى) باتت اليوم تتصدر اهتمامات الساسة ورجال الأمن والإعلام على حد سواء، وأن الدراسات العلمية تضع المسؤولين عن الأمن الأخلاقي في المجتمع أمام الأرقام والحقائق والبراهين العلمية عن تأثير التعرض لمضامين الإعلام الجديد على سلامة المجتمع وأمنه وتماسك نسيجه الإجتماعي بما يضمن حصانة.
- يكتسب تحليل الخطاب الإعلامى أهميته، من خلال علاقته المتشعبه بالمجتمع، فهو لا يصف الواقع وخاصة السياسى، أو علاقات القوة والهيمنه فى المجتمع فحسب، بل يسهم فى بناء تلك العلاقات عبر عمليات ادراك الواقع، وتحديد الهويات الإجتماعية وتكوين الخطابات، وإختيار المفردات[5]، كما يؤدى الخطاب الإعلامى دورا مؤثرا فى بناء العلاقات الإجتماعية والسياسية فهو فى حقيقته عملية مستمرة تتفاعل فيها وعبرها قوى ومتغيرات محلية ودولية تعكس أوضاع المجتمع وثقافتة.

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسى هو:

- رصد وتحليل مستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب فى المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بأشكال التحيز فى العرض، وأشكال تضليل الرأى العام والإفتقار إلى الدقة، ومدى الإلتزام بآليات الدقة والمصدقية فى العرض، ومدى الإلتزام بالموضوعية.

ومن هذا الهدف الرئيسى يتفرع الأهداف التالية:

- رصد وتحليل التجاوزات الإخلاقية للخطاب الإعلامى فى المواقع الإخبارية الإلكترونية عينة الدراسة أثناء تغطيتها للقضايا المختلفة.

- تحليل خطاب الممارسة الإعلامية للمضامين الإخبارية فى المواقع عينة الدراسة من حيث الأهداف والوسائل والأساليب المستخدمة والممارسات ومدى تطابقها مع معايير وأخلاقيات الخطاب التى وضعها هابرماس.
- تحديد القوى الفاعلة والأدوار المنسوبة لهذه القوى فى الخطاب الإعلامى المقدم فى المواقع الإخبارية عينة الدراسة.
- دراسة المفاهيم المركزية الواردة فى الخطاب الإعلامى فى المواقع الإخبارية محل الدراسة.

تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات الآتية:

- ما مدى الإلتزام بأخلاقيات الخطاب فى أشكال العرض عبر المواقع عينة الدراسة.
- ما مدى الإلتزام بآليات الدقة والنزاهة فى العرض فى المواقع عينة الدراسة .
- إلى اى مدى تلتزم المواقع عينة الدراسة بالإبتعاد عن تضليل الرأى العام أثناء التغطية.
- ما المفاهيم المركزية والمفردات ذات الدلالة سواء الإيجابية أو السلبية التى برزت فى خطاب المواقع الإخبارية محل الدراسة .
- ما القوى الفاعلة التى أبرزها خطاب المواقع الإخبارية محل الدراسة فى عرضها للمحتوى.

الإطار النظري للدراسة:

- يعتمد هذا البحث في إطاره النظري على مدخل يمثل الأساس النظري هو [مدخل تحليل الخطاب [Discourse analysis] .
- كما يعتمد علي نظريه أخلاقيات الخطاب لها برماس [Discourse Ethics] .

أولا: تحليل الخطاب الإعلامي:

بدأت الدراسات العربية في تحليل الخطاب منذ عهد قريب خلال الثمانينات حيث نشط عدد من الباحثين متأثرين بالجهود الغربية في هذا المجال وقد قام عدد قليل من الدراسين بتوظيف هذه المنهجية في الدراسات العربية وتحديد سمه الخطاب ومكوناته، وجاءت هذه الإسهامات ضمن الإطار الفكري لتحليل الخطاب الذي يعبر عن الواقع السياسي والإجتماعي للمجتمع.

ولقد كان ظهور تحليل الخطاب فتحاً جديداً في مجال الدراسات الإعلامية الكيفية، لأنه يتيح القيام بتحليل كمي منظم للمادة الإعلامية في إطار كيفي وعليه فتحليل الخطاب يعد مدخلا كمياً وكيفياً تنظمه أدوات منهجيه كثيره.(6)

ومع بداية النصف الثاني من القرن التاسع عشر ظهر اتجاهان لتحليل الخطاب يتجاوزان حدود الجملة في التحليل اللغوي هما.

- **الإتجاه الأول:** ويتمثل في الأعمال التي قام بها بعض الباحثين، حيث وجدوا أن الخطاب أساسي في تطور الأنثربولوجية، وإعتمدوا في تحليلهم اللغوي علي استنتاج طبيعة ومعاني الكلمات والجمل في سياق إستخدامها الإجتماعي ويجمع هذا الإتجاه بين العوامل اللغوية والعوامل الغير لغوية.
- **الإتجاه الثاني:** ويتمثل في منهج تحليل الخطاب المترابط سواء كان منطوقا أو مكتوباً والذي يهتم بالعلاقات التوزيعية بين الجمل والربط بين اللغة والمواقف الإجتماعية(7).

أسباب اللجوء إلي تحليل الخطاب:

يلجأ الكثير من الباحثين الكيفيين إلي تحليل الخطاب عند دراستهم للنصوص والمضامين المختلفة، وذلك من أجل الكشف عن المعاني المخبئة في ثنايا اللغة، حيث يعد تحليل الخطاب إستراتيجية بحثيه تمكن الباحث من اكتشاف المعاني الإجتماعية المتضمنة داخل الانساق اللغوية، وذلك باعتبار أن اللغة تعكس القوه.

ومن هنا انطلقت بحوث التحليل الكيفي للمضامين الإعلامية من منظور بنائي ونقدى وذلك بالنظر إلي تعبير النصوص الإعلامية المختلفة عن معاني مقصودة من جانب منتجي المضامين تحمل في طياتها تشكيلاً للواقع المدرك من قبل المتلقين ولما تعبر عنه هذه المضامين من علاقات غير متكافئة بين القوي الإجتماعية المختلفة.(8)

الخصائص التي يتسم بها منهج تحليل الخطاب:

وهناك مجموعة من الخصائص التي يتسم بها منهج تحليل الخطاب، وتميزه عن غيره من المناهج في تحليل النصوص، المنطوقة والمكتوبة، وهي كما يلي: (9)

1) تحليل الخطاب بالأساس هو تحليل " كيفي"، يقوم علي تأويل وتفسير النص اللغوي اجتماعيا، وإن كانت هناك بعض المحاولات للإستعانة ببعض الأدوات الكمية من أجل تكامل عملية التحليل.
2) تحاول بحوث الخطاب التعرف علي كيفية تشكيل الواقع وليس وصفه أو رصد معالمه فقط، فهي تنتظر للخطاب باعتباره ممارسة اجتماعية وثقافية تنطوي علي معاني وأيديولوجيات محددة مسبقاً من قبل صانع الخطاب.

3) يلتزم تحليل الخطاب دائما بمحاولة الكشف عن العلاقة بين ثلاثة عناصر أساسية وهي: النص والخطابة والسياق، أي العناصر اللغوية والتركيبية للنص، وعملية إنتاج النص والعوامل المؤثرة فيها، والسياق الإجتماعي والثقافي الخارجي.

ولم يمنع عدم الإتفاق علي مفهوم موحد لتحليل الخطاب من إنتشار إستخدامه في البحوث والدراسات التي تجري في إطار التخصصات المختلفة ومن بينها الإعلام والإتصال، فيما يعرف بتحليل الخطاب الإعلامي، والذي يعد امتدادا لبحوث التحليل الكيفي للمضامين الإعلامية وعمليات إنتاجها وتأثيراتها وتداولها بين أفراد الجمهور وتفاعلاتها مع الظروف التاريخية الإجتماعية.

متطلبات تحليل الخطاب الإعلامي[10]:

وهناك عدة متطلبات أخرى ينبغي علي القائم بالتحليل مراعتها والإنتباه لها لإكتشاف العلاقات بين النص ومنتجه وسياقه الخارجي:

1) يجب علي القائم بالتحليل أن يتعامل مع ما قيل وكتب فعلا وإن يعمل علي استكشاف النماذج داخل التصريحات ويطابقها بالنتائج الإجتماعية الممثلة للواقع.
2) أن يتوخى المنهجية التقليدية الوصفية ويسعي إلي وصف الأشكال اللغوية في إطار علاقتها بالسياقات التي ترد ضمنا.
3) كما يتطلب تحليل الخطاب الوعي بأهمية تشكيل الفئات والإطارات التي تنتج واقعا من نمط معين، إذ يهتم محللو الخطاب بالطبيعة المفسرة اجتماعيا لفئات البحث ذاتها.
4) أن يهتم محلل الخطاب بوظيفة القطعة اللغوية وترتيب أطروحاتها وأفكارها.
5) الإنتهاء إلي لجوء بعض منتجي الخطاب إلي تكرار الأطروحات والحجج بصياغة لفظية وتكثيفها في صورة متوالية من السياقات اللفظية دون تطوير حقيقي في البنية الفكرية.
6) مراعاة عملية التطور الزمني لمسارات الأطروحات المقدمة والحجج الدالة علي صحتها وتطورات الفاعلين في الخطاب الإعلامي الكلي كإطار شامل وجامع لخطابات المنتجين المقدمة في الظاهرة الإعلامية المدروسة.

آليات تحليل الخطاب الإعلامي[11]:

إن الدراسات التي تناولت تحليل الخطاب الإعلامي هدفت إلي تحليل هدف تناول الصحف لقضايا وأحداث معينة وقياس درجة تأثيرها علي إدراك الجمهور،

ومن ثم يتطرف إلي تحليل العديد من العوامل التي لديها تأثير علي هدف الخطاب، فحددت دراسات الخطاب ثلاث أنواع مختلفة من الأهداف، وهي مشتقة من الوظائف الثلاثة للغة في هذا النموذج :

شكل (1) يوضح الأهداف الثلاثة الرئيسية للخطاب

رمز ..... معلومة ..... خطاب معلوماتى

علامة ..... تعبير ..... خطاب قصصى

إشارة ..... إقناع ..... خطاب جدلى أو خلافى

إذا كانت سمة الرمز البارزة في اللغة إذن الهدف هو توصيل المعلومات، أما إذا كانت سمة العلامة إذن الهدف هو التعبير، علي سبيل المثال في القصة والشعور، وعندما تكون سمة الإشارة البارزة فالهدف هو الإقناع مثل النص الخلافي أو الجدلي، ومن المحتمل ألا تتوافر هذه الأهداف في بناء الخطاب ، فالكاتب يمكن أن يكتب قصة لإقناع الجمهور بقضية خطيرة، فهذه التقسيمات الثلاثة تخبرنا بشيء حول سمات اللغة التي يمكن أن تلعب دورا في تفسير و تحليل الخطاب.

كما أن دراسات الخطاب تركز علي دراسة التأثيرات: التي تعتبر نتيجة لمحاولة تحويل المعلومات إلي إقناع، والخطاب القصصي هو في الأساس له علاقة بأبحاث قياس مدي تذكر القراء للقصص، وهي أبحاث تقيس مدي النجاح في توصيل المعلومات للقراء فالأسئلة الأكثر أهمية في الأبحاث هي ما هي المتطلبات التي يجب أن تتوافر في الخطاب الموجه معين لتحقيق التأثيرات المطلوبة؟ كيف يحدث توصيل المعلومات خلال الخطاب إلي الجمهور المستهدف؟ كيف تتأثر إتجاهات القراء بقضايا الخطاب الموجه لهم.

وأيضاً تمكن أهمية دراسة خطاب الوسيلة الصحفية ذلك أنها إلي جانب إثارة النقاش العام حول القضايا ذات الأولية ، فإنها تختزله وتؤطره في مسارات محددة يدور حولها الجدل، أي أنها تضفي علي الأفكار والرؤي غير المنتظمة في سياق محدد إطارا تنظيميا، كما تضع لها أجندة تحدد مجالاتها الفرعية المطروحة للنقاش، ومن ثم فهي تعمل كألية دمج وإزاحة في الوقت ذاته موجهة حرة النقاش العام

أدوات تحليل الخطاب[12]**:**

1) **مسار البرهنة:** تستخدم هذه الأداة لرصد الأدلة والبراهين التي يثبت بها الخطاب مقولاته المختلفة بهدف التأثير في الرأي العام واقناعه بها وتستخدم أيضاً لتحليل المسائل الخلافية أو المواقف الجدلية التي تعبر فيها القوي المتصارعة عن آرائها ومواقفها وتوجهاتها في سبيل جذب المتلقي وإقناعه

بصحة خياراته ويحدث الجدل عندما يرفض شخص ما أو يقدم نقدا ضد مقولة معينة[13].

2) **تحليل القوي الفاعلة:** تقوم هذه الأداة البحثية علي أساس تصور لمجموعة من الفاعلين الأساسيين المتضمن داخل معالجتها للأحداث وذلك برصد الصفات والأدوار (الأفعال) المنسوبة لهم وتقويمها سلبا أو إيجابا كما تطرحها المضامين الإعلامية، وتصنف القوي الفاعلة إلي فئات إيجابية أو سلبية علي أن تكون متجانسة من حيث الأعمال التي تقوم بها.

3) **تحليل الأطر المرجعية:** مبادئ يستند إليها المتحدث أو الكاتب في الخطاب الذي يصطبغ في كل وسيلة إعلامية بحسب القوي السياسية والتيارات التي تعبر عنها الوسيلة، والهدف من ذلك رصد المنطلقات الفكرية المختلفة للمقولات المترددة داخل الخطاب والأسس التي يستند إليها الخطاب في وسائل الإعلام المختلفة.

4) **التحليل الدلالي:** وتمثل أكثر الطرق موضوعيه ومنهجيه لفهم وتوصيف وإكتشاف المضمون داخل النص الصحفي، ويكتشف التحليل الدلالي للنصوص الإعلامية عن درجة الأمة والإلتزام في التعبير عن الأحداث والوقائع بصوره موضوعيه بحيث تستخدم الألفاظ بدلالتها الحقيقية دون تزيف للوقائع، لا يعتمد التحليل الدلالي علي التعميم كثيراً، ولكن المعني في الأداة يستشف من العلاقات والتعارضات والسياق[14].

ثانياً: تحليل الخطاب الإلكتروني:

تحليل خطاب الوسائط المتعددة[15]:

تحليل الخطاب الإلكترونى هو نوع من الخطاب أصبحت تطالعنا به نظم الإتصال الإلكتروني مؤخرا، واعتبر مجالا خصبا للبحث والدراسة، ولاسيما وأن المسألة تحمل نظرة جديدة إلى قضايا اللغة، والكتابة، والقراءة ومكانة المؤلّف والقارئ باعتبارها جميعا تحمل دلالات خاصة لدى جيل المجتمع الجديد (الإلكتروني/ الرقمي)، مغايرة لما كانت عليه لدى الأجيال ما قبل الثمانينيات من القرن الماضي

نتيجة لتركيز دراسات تحليل الخطاب النقدي الكلاسيكية علي الجانب اللغوي للمضامين الإعلامية سواء كان مكتوباً أم منطوقاً، قام مجموعة من الباحثين بتطوير نموذج لتحليل خطاب وسائل الإتصال التي تقدم مضامين معقدة من الناحية الدلالية نتيجة اعتمادها علي العديد من الأساليب التعبيرية كنشرات الأخبار والمواقع الإلكترونية قام بعض الباحثين في هذا المجال بدراسة المضامين التليفزيونية بشكل شامل لا يهتم فقط بتحليل الجوانب اللغوية ودلالتها، ولكن يمتد إلي دلالات لغة جسد المذيعين وطريقة جلوس الضيوف وتوزيع الإضاءة وزوايا التصوير وأحجام اللقطات

وحركات الكاميرا وملابس المذيعين واهتم جانب كبير من الأبحاث في هذا الإتجاه بالمضامين علي شبكة الإنترنت، وخاصة مواقع القنوات التليفزيونية والصحف والمواقع الإخبارية بما تتجه من وسائط مختلفة كالصوت والصورة والجرافيك والنصوص والروابط والإمكانات التفاعلية والتي تحمل كل منها دلالات تسهم في توصيل المعاني للمستخدمين.

حيث يشكل تحليل الخطاب الإلكتروني مجالاً خصباً للبحث والدراسة ولاسيما أنها تحمل اتجاه جديد في قضايا الكتابة واللغة والتحليل، ويعد رؤية تنطلق من الواقع وتعرض لمجموعة من القضايا والمعطيات التي تمس مسألة تحليل الخطاب سواء في حقل الإبداع أو التوصيل متأثرة بما أحدثته تكنولوجيا المعلومات من خلخلة في المفاهيم وتغير في الأدوات الإجرائية لمقارنة النصوص(16).

أشكال التميز في الخطاب الالكتروني:

إنّ هذا الموضوع عبارة عن رؤية تنطلق من الواقع وتعرض لمجموعة من القضايا والمعطيات التي تمس مسألة تحليل الخطاب، سواء في حقل الإبداع أو التواصل، متأثّرة بما أحدثته تكنولوجيا المعلومات من خلخلة في المفاهيم وتغيّر في الأدوات الإجرائية لمقاربة النصوص، وهو ما طال معجم الاستعمال المصطلحي، حتى أصبحنا نتعامل بعبارات اصطلاحية مثل القراءة الإلكترونية التفاعلية والذكاء الاصطناعي.

إذا أمكن لنا أن نتحدث عن شكل جديد ومتميز من أشكال تحليل الخطاب الإلكتروني في ظل هذه البيئة الجديدة وإلي أي مدي يمكن أن نتحدث عن منهجيه لتحليل الخطاب نجد أن مفهوم النص ليس ذلك التحليل الخطي للكلمات والجمل والفقرات وإنما هو أيضاً لمستويات مختلفة من النصوص تحتاج إلي دلالات لغويه ورموز نصيه والتفاعلية التي تعد الميزة الاساسية للخطاب الإلكتروني والتي تدفع المتلقي إلي أن يتعامل مع أكثر من متغير دلالي يدخل في صياغه وصناعه الخطاب الإلكتروني(17) .

لقد بات تحليل الخطاب لإلكترونى نصا متفرّعا غير محدود الشكل والمساحة، فهو افتراضي في كل معانيه، ومن هنا فإنّ تحليله ينبغي أن يتخّذ هذه الخاصية الإفتراضية اللامتناهية، لأنّ النص التقليدي إذا كان مؤلّفه واحدا مبدئيا فإنّ هذا النوع الجديد من النصوص (الخطابات) متعدد المصدر (التأليف) ومتعدد المنتهى (القارئ/ المتلقّي)، كما أنّه متعدد الأشكال (الأنماط).

وهكذا، فأنّ النص الجديد (الخطاب الفائق) عندما يتعدّد مؤلّفوه من حيث الإنشاء والتكوين والارتباط، كما يتعدد قرّاؤه من حيث تنوّع المقاربة والمشاركة والفهم، فإنّه يصبح من تأليف الجميع بالتشارك، وتتلاشى سلطة مؤلّفه الأصل شيئا فشيئا كلّما ازداد تكوينا وتفريعا وتعدد قرّائة، فعالم الإنترنت بحر مترامي الأطراف

ولا يمكن التنبؤ عدد الأشخاص والآلات التي تشارك في نفس اللحظة مقاربة نص أو وثيقة على الشبكة أو التحكّم فيهم، وبالتالي يصبح الحديث عن المؤلّف حديثا عن متغيّر لا حقيقة ثابتة له، فكل من يتدخّل في النص وبأي نوع من أنواع المقاربة يمكن أن يكون قد أسهم في تأليفه وتحليله في آن واحد.

توظيف مدخل تحليل الخطاب في الدراسة محل البحث:

- إعتمدت أغلب الدراسات السابقة علي تحليل الخطاب الإعلامي للصحف والمجلات الورقية، بينما إختلفت هذه الدراسة بالتركيز علي تحليل خطاب الشبكات الإجتماعية.
- وفي ضوء مشكلة الدراسة وأهدافها، سيتم توظيف مدخل تحليل الخطاب في رصد خصائص ولغة خطاب الشبكات الإجتماعية تجاه التغطية الإخبارية للمواقع الإلكترونية، بإستخدام أدوات وأسس منهجيه من خلال تحليل مفرداتي للفاعلين وأدوارهم والصفات والأفعال وترتيبها واستخلاص الحقل السياقى لكل منها والتعرف علي دلالة المفردات المستخدمة في خطاب الشبكات تجاه القضية محل الدراسة ومدي تطابق دلاله النصوص مع الوقائع والأحداث والسلوك .

ثانياً: نظريه ها برماس المتعلقة بأخلاقيات الخطاب: Discourse Ethics.

نظرية أخلاقيات الخطاب لهابرماس تؤكد علي فكرتين أساسيتين تفسر كيفية التعامل مع وسائل الإعلام الإلكترونية من الناحية الأخلاقية تتمثلان في:

1) أن البنود الأخلاقية التي تحدد توجهات الخطاب تعبر عن مفاهيم نسبية ولا تخضع للمفاهيم الثابتة أو المطلقة القائمة علي النظريات الراسخة.
2) الجانب الأخلاقي للخطاب يتبلور من خلال رؤية جماعية اتصالية خاصه تضم منتجي الخطاب من ناحية وجمهوره المستهدف من ناحية أخري[18].

وحدد هابر ماس ثلاثة توصيفات لأخلاقيات الخطاب تتمثل في[19]

أولا: الإدراك:

تنطلق أخلاقيات الخطاب من الإفتراض بأنه حتي المشاكل الأخلاقية يمكن حلها بطريقة عقلانية وإدراكيه وهذا ضد التشكك الأخلاقي الذي يؤكد أن المسائل ذات الإبعاد الأخلاقية لا يمكن البث فيها علي أسس منطقية، أن المفاهيم النسبية المدركة تقلل من الحث الأخلاقي القائم في الحياة اليومية، واخلاقيات الخطاب هي أخلاقيات معياريه للمجتمعات لتعددية التي لم تعد لها سلطة أخلاقية واحده وشاملة.

ثانيا: العدالة:

المجال العام لنظرية أخلاقيات الخطاب كما يعرضها هابرماس، ويصفها كمفهوم الديمقراطية، نحن نرتكز علي أخلاقيات الحوار عندما ندخل في شقاق وصراع في الحوار، ولذا النظرية الأخلاقية كما أشار هابرماس تعتمد علي المناقشات التي تجري من قبل المواطنين لابد أن تعتمد علي الرؤية النقدية والعقل الرشيد وأن نتجنب الجوانب العاطفية، حيث تتشكل معتقداتنا وقراراتنا بالقيم والعادات وذلك لضمانات النزاهة والعدالة.

ثالثاً: العولمة:

أن المحور الأساسي لأخلاقيات الخطاب التي يصدرها هابرماس تصاغ من مبدأ العالمية كإستراتيجية لحل الصراعات الأخلاقية، وهذا الإفتراض الأساسي يرسم بالفعل خطأ بين الأخلاقيات العالمية والتدخل في القيم الأصلية والثابتة للثقافات المحلية وإعادة هيكلتها، ويذهب أيضاً إلي أن النقطة الأساسية التي يجب الإلتفات إليها في مواثيق الشرف الإعلامية الجديدة تتمثل في منح أو تخويل السلطة التي يمكن أن تعكس التحويلات المرتبطة بالعولمة من ناحية وفي الوقت نفسه تحترم الأنساق القيمية المحلية [20].

تنطلق هذه النظرية من مجموعه الفرضيات الآتية: [21]

1) تؤدي اللغة دوراً هاماً في بلوره الخطاب الصادر عن المؤسسات الإجتماعية والإعلامية والثقافية المختلفة وتحديد سماته.
2) تتأسس أخلاقيات الخطاب في إطار مجموعه من المستهدفين بخطاب مؤسسة إعلامية معينة، إذ تتحدد هذه الأخلاقيات في ضوء خصائص وسمات الشأن العام، الذي يضم المجموعة المستهدفة ويؤدي إلي وجود نوع من التفكير المشترك فيما بينهم.
3) تقر هذه النظرية برفض العديد من الصيغ والمواثيق الأخلاقية ذات الصبغة الرسمية، بحيث يحل محلها النموذج الأخلاقي الذي ينطلق من مفهوم الجماعة الإتصالية ذات الإهتمامات والتوجيهات المشتركة.
4) رفض نماذج الديمقراطية الليبرالية التي شكلت منطقاً للعديد من نظريات أخلاقيات الإتصال والتأكيد علي فكرة أن الوعي الأخلاقي لابد أن يكون محايداً.[22]

أخلاقيات الخطاب وفقاً لهابرماس[23]:

حدد هابرماس أخلاقيات الخطاب كأسس للديمقراطية من خلال مجموعة من القواعد تتمثل في:

1) لكل شخص القدرة علي الحديث والتصرف علي نحو يسمح له بالمشاركة في الخطاب.
2) يسمح لكل شخص بمناقشة أي فكرة واختبارها.
   - يسمح لكل شخص بتقديم أي فكرة داخل الخطاب.
   - يسمح لكل شخص بالتعبير عن إتجاهاته ورغباته واحتياجاته.
3) لايجوز منع اي مشارك أو متحدث من طرح آرائه من خلال مانع داخلي أو خارجي في حيث أشار إلي هذه الضوابط يمكن أن تتمثل: [24]

فى حين أشار "LIincoln Dahlberg" إلى هذه الضوابط يمكن أن تتمثل فى:

- الاستقلالية عن الدولة والسلطة السياسية والقائم علي اهتمامات الجمهور.
- تبادل النقد بين المشاركين في الخطاب علي أسس منطقية، يجب أن يتضمن نقداً متبادلاً للحجج المختلفة المقدمة في الخطاب.
- ضبط الشكل النموذجي للخطاب من خلال إحترام إختلاف الآراء وأن يستمعوا بإحترام بعضهم البعض، إحتواء الجميع داخل الخطاب والمساواة بينهم فمن حق كل مشترك طرح اي فكره للنقاش.
- الإخلاص والصدق من خلال المعلومات بمصداقية والحجج للأخرين.

الدراسات السابقة:

قامت الباحثة بمراجعة الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة الحالية، والتي تتعلق

- أولا: بتحليل الخطاب الإلكترونى
- ثانيا: بأخلاقيات الخطاب الإلكترونى

المحور الأول: الدراسات الخاصة بتحليل الخطاب الإلكتروني

لاحظت الباحثة قلة الدراسات المرتبطة بتحليل الخطاب الإلكتروني، وكان من أهم هذه الدراسات ما يلي :

- **وفى دراسة ميرال مصطفى 2017[25] ركزت على الخطاب الإعلامى للمواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الدولية فى تغطية الإنتخابات البرلمانية المصرية لعام 2015**، كما تناولت الأطروحات التى قدمتها تلك

المواقع فى تغطيتها للانتخابات البرلمانية ورصد مسارات البرهنة التى استندت عليها للتدليل على صحة هذه الأطروحات وكذلك الوقوف على الفاعلين المركزيين الذين ينسب لهم الخطاب أدوارا وصفات مختلفة ودلالة ذلك والمفاهيم المركزية التى طرحتها هذه المواقع وقد توصلت الدراسة إلى أن خطاب المواقع الإخبارية محل الدراسة اتسمت بالتباين فى الأطروحات والمقولات الرئيسية التى يهدف منتج الخطاب لترويجها وإقناع المتلقين بها، فعلى الرغم من وجود توافق بين المواقع محل الدراسة فى رصد الإقبال على الإنتخابات ولكن كان هناك اختلافات نوعية فى إتجاهات تقديم هذا الطرح .

- **قدمت دراسة شيماء الأمير 2016[26] الخطاب الصحفي الإلكتروني في الصحافة الدولية نحو أحداث ثورة 25 يناير 2011"**، حيث اتسمت هذه الدراسة علي التعرف علي الخطاب الصحفي للصحف الدولية حول ثورة 25 يناير 2011 والتعرف علي مسارات البرهنة المختلفة ونوع الخطاب وأطروحات الدراسة وأهم الحجج والبراهين الدالة عليها ورؤية الصحف الدولية تجاه الأحداث، كما إعتمدت الدراسة علي تحليل الخطاب الصحفي لثورة 25 يناير محل الدراسة في صحيفتي الجارديان البريطانية والنيويورك تايمز الأمريكية في نسختها الإلكترونية .

- **وحاولت دراسة مي جمال2014[27]،أن تركز علي إتجاهات الخطاب الإعلامي للمواقع الإلكترونية الأجنبية علي شبكة الإنترنت نحو الإسلام،** وذلك من خلال رصد وتحليل إتجاهات المواقع في معالجة تلك القضايا ومرتكزات الخطاب الإعلامي لتلك المواقع فيما يرخص قضايا الإسلام والعالم الإسلامي، بالتركيز علي الأطر المرجعية التي يستشهد بها الكاتب والحجج ومسارات البرهنة المستخدمة في الخطاب والأفكار المحورية التي يدور حولها الخطاب والقوي الفاعلة وطبيعة الأدوار والصفات المنسوبة إليها سواء أكانت سلبية أم إيجابية والأساليب التي وظفتها شبكة الإنترنت كوسيط اتصالي لتدعيم خطاب تلك المواقع حول الإسلام.

وركزت دراسة (Andrea Gouzeman) 2015 [28] على تحليل الخطاب الإعلامي الأمريكي المتعلق بتغطية أحداث ثورة 25 يناير في مصر من خلال مقارنة الخطاب الإعلامي لموقعي قناتي (Fox News) و(CNN)، حيث تم تحليل الأخبار الواردة عن أحداث الثورة المصرية بواقع 83 خبرا في موقع CVV و 30 خبرا في موقع Fox News، وخلصت الدراسة إلى أن هناك درجة اتفاق كبيرة بين القناتين في معالجتها لأحداث 25 من يناير، حيث استخدمت القناتان مجموعة من الأطروحات والمفاهيم المركزية التي تتفق مع السياسة الخارجية الأمريكية، حيث تبني موقع CNN طرحا يؤكد تجاوز نظام الرئيس الأسبق حسني مبارك لحقوق

الإنسان وأنه نظام سلطوي ويحكم البلاد بقبضة حديدية مما أدى لإندلاع الثورة وفيما يتعلق بالمتظاهرين فتم تصويرهم على أنهم مسالمون وعلى درجة عالية من الوعي ويهدفون لإرساء الديموقراطية، أما موقع Fox News فأكد أن النظام القمعي في مصر وضعف الإقتصاد هما الدافعان الرئيسيان لثورة 25 من يناير.

- **وقدمت Naswan Mustafa 2014" [29] "دراسة حوال تحليل علامات الخطابة في محادثات الإنترنت،** بحثت فيها أنواع ووظائف ونسبة الإستخدام وكذلك أهمية علامات الخطاب في ثلاثين نصاً من نصوص الإنترنت الآنية الخاصة علي موقع ياهو، وجمع البيانات عن طريق الإتصالات الثنائية المتماثلة والمختلفة من حيث الجنس، وافترضت الباحثة أن علامات الخطاب تستخدم بكثرة في الإنترنت وأن الإختلاف في الإتصالات الثنائية المتماثلة والمختلفة من حيث النوع، كما أشارت إلي أن الربط هو أكثر علامات الخطاب إستخداماً في كل أنواع الإتصال وبعض علامات الخطاب قبل رسمية والبعض الآخر رسمي تماماً .
- **وركزت دراسة" أمال كمال 2014"[30]: علي صورة التيار السلفي في خطاب المواقع الإلكترونية للصحف المصرية،** وركز الخطاب الصحفي علي السلبيات وعدم صحة مقولات وأفكار التيارات الإسلامية وإثارة الخطابات الصحفية للشكوك حول رغبة وعدم قدرة التيار الإسلامي في تطوير عملية الديمقراطية في الحياة السياسية، ووصف التيار السلفي بالعديد من الصفات المتشددة والمتطرفة والمتاجرة بالدين .
- **سعت دراسة Christopherm, Mascaro , 2014 [31] حول تحليل الخطاب وتبادل المعلومات حول الإنتخابات الرئاسية علي تويتر،** من خلال التحليل الشبكي للمفردات المستخدمة حول الإنتخابات الرئاسية لعام 2012م، وفهم الكيفية التي توظف بها هذه التغريدات داخل الخطاب السياسي، واستندت إلي النظرية الديمقراطية والبحوث الإجتماعية والتقنية، وتقدم هذه الدراسة ثلاثة إسهامات في الأدبيات الحالية: السمات التكتيكية للخطاب، المعلومات المشتركة من خلال عناوين المواقع كانت في الغالب معتمدة علي التغريدات الإعلامية الجماهيرية، مما يوحي بوجود بيئة لتبادل المعلومات، التغريدات تضخيم البيئة السياسية القائمة للخطاب والإتصالات المتماسكة محدودة في اتجاه واحد.
- **وفي دراسة "محمود حمدي2013"[32] عن رؤية الخطابات السلفية المتداولة عبر موقع YouTube لشرعية ثورة 25 يناير 2011** ، وما هي الإستراتيجيات وآليات الحجاج والمرواغة التي وظفتها هذه الخطابات في الدفاع عن وجهة نظرها وتفنيد وجهة النظر المعارضة لها، وتصدت هذه

الدراسة لرصد رؤية الخطابات السلفية لشرعية ثورة 25 يناير 2011 م، وبعد استعراض حجج كل من خطاب "السلفية السرورية" وخطاب السلفية المدخلية، بشأن شرعية الثورة، توصلت إلي أن أهداف هذه الخطابات تراوحت بين التأثير والاستمالة والتوضيح، وقد استخدمت تلك الخطابات الكثير من الأدوات الإقناعية مثل الآيات والأحاديث الشريفة وكتب السنة والأدلة التاريخية وبعض المرجعيات الفكرية المعاصرة لكل تيار من هذه التيارات.

- **وعن إستراتيجيات الخطاب في مقالات قراءة المواقع الإلكترونية نحو الإنتخابات الرئاسية، توصلت دراسة "أسامة عبدالرحيم علي 2013"** [33]، "إلي أن اهتمام مواقع الصحف العربية بالتفاعل مع القراء وإفراد أبواب مستقلة لإبداء آرائهم وتأثر كتابات مقالات القراء بمشاهدات الكاتب وملاحظاته علي الواقع المصري بعد الثورة، ولوحظ افتقاد خطاب مقالات القراء أثناء الإنتخابات إلي العنف وشيوع إستخدام الإستشهادات الدينية في المقام الأول.

- **وركزت دراسة عادل فهمى محمد 2013 " إستخدامات جماعات العنف لشبكة الإنترنت دراسة في تحليل خطاب تنظيم القاعدة**[34]، علي مواقع الجماعات التي ترفع شعار الجهاد والمواقع التي أنشئت لنقل خطاب وفكر هذه الجماعات وتعد هذه الدراسة من الدراسات المهمة لفهم وتفسير ما فيه استثمار شبكة الإنترنت في دعم خطاب جماعات العنف والوصول إلي توصيات تعيين جهود مكافحة الإرهاب علي التمهيدي لهذه الظاهرة ومن ناحية أخري تقدم الدراسة مشرات تطبيقية من واقع دراسة تحليلية معمقة لخطاب جماعات العنف، مما يساعد علي محاصرة ظاهرة الإرهاب وقائياً ودعم إستراتيجية محاربة عنف وإحباط مخططاته عبر شبكة الانرنت وفي الواقع .

- **وقدمت دراسة محمود أحمد محمد 2012**[35] **إتجاهات الخطاب الإسلامية في المواقع الإلكترونية الإخبارية تحليل مضمون موقع البوصلة الإخباري،** إتجاهات الخطاب الإسلامي في هذا الموقع وأهم الموضوعات التي يركز عليها وأساليب الإقناع المستخدمة فيه وسعت إلي تشخيص المشهد العام للخطاب الإعلامي الإسلامي في المواقع الإلكترونية، وفي موقع البوصلة كنموذج للوصول إلي النتائج التي تسعي إليها الدراسة لخدمة هذا الخطاب والمساهمة في تطويره .

- **في حين ألقت دراسة Dumitrica Delia 2012** [36] **الضوء على خطاب الشبكات الإجتماعية حول القومية والعولمة في كندا،** وركزت على البناء

الإجتماعي للشبكات الإجتماعية بوصفها مجالاً خصباً لتحليل الخطاب بالإنترنت في مجالات السياسة والإعلام وركزت هذه الدراسة حول لغة الخطاب المستخدم في الإنترنت فيما يتعلق بالنزعة القومية خطاب العولمة في كندا، وتشير نتائج التحليل أن لغة الخطاب تعكس العلاقات المتبادلة بين الليبرالية الجديدة والنزعة القومية في إضفاء الشرعية عبر الساحة الإجتماعية.

- **وسعت دراسة, Kma, Chun Nam [37] لتحليل الخطاب الإلكترونى من منظور اجتماعي إنشائي،** والتي تركز علي التفاعل في بيئات العمل وتحقيق سياقات الإتصال الشخصي والعام بالتطبيق علي المؤسسات صغيرة الحجم في البيئات الصينية، وكيفية إستخدام المهنيين في هونج كونج لوسائل التواصل من الماسنجر والفيسبوك والاستفادة من لغة التحاور والخطاب عبر هذه الوسائل بتطبيق نموذج "جيمس جي" لتحيل الخطاب، وخلصت إلي تداول المعاني بين النصوص والوسائط المتعددة والانحدار في لغة التخاطب الإجتماعي، وظهور الهوية المتغايرة، وتضخم المعلومات وقدرات الوصول إليها، وظهور نمط الفردية العقلانية وتفعيل مهارات تكنولوجيا المعلومات وربطها بلغة الخطاب.

المحور الثانى: الدراسات التي تناولت أخلاقيات الخطاب المقدم عبر وسائل الإعلام الإلكتروني:

وإختلفت دراسة "سلطانه جدعان نايف 2016"[38] عن الدراسة الحالية موضوع البحث في تناولها لأخلاقيات إستخدام شبكات التواصل الإجتماعي من وجه نظر أساتذة الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية للوصول إلي ميثاق أخلاقي لإستخدام هذه الشبكات من قبل الجمهور، بحيث يتضمن هذا لميثاق مبادئ وأسس ومعايير مقترحة للإستخدام وموضوعه من قبل أساتذة الإعلام والإتصال والقانون من خلال وضع محددات لعدم إنتهاك خصوصيات المواطن عبر هذه الشبكات، وتشخيص القيم الأخلاقية التي أفرزتها تجربة شبكات التواصل الإجتماعي.

وسعت "دراسة إيمان الشرقاوى 2016"[39], إلى الوقوف على أهم التحديات الأخلاقية والقانونية التى فرضتها وسائل التواصل الإجتماعي فى دول مجلس التعاون الخليجى, بما لها من خصوصية تاريخية ومجتمعية مستعينة فى ذلك بآراء الخبراء من الأكاديميين والإعلاميين فى هذه الدول، مع التركيز على المحاور الآتية (الخصوصية المجتمعية لدول مجلس التعاون الخليجى – الملامح القانونية المنظمة للمؤسسات الإعلامية فى دول مجلس التعاون – واقع وسائل التواصل الإجتماعي فى دول مجلس التعاون الخليجى – التحديات القانونية والأخلاقية التى فرضتها وسائل التواصل الإجتماعي فى دول مجلس التعاون الخليجى)

فى حين القت دراسة "رحيمة عيسانى 2016 [40]" الضوء حول أخلاقيات إدارة الحساب على شبكات التواصل الإجتماعي، وأن هذه الشبكات وبحكم تجميعها لملايين المستخدمين قد أحدثت تغيرا كبيرا فى كيفية الإتصال والمشاركة بين الاشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات وتلزم هذه الشبكات مستخدميها بالتقيد بقوانين وأخلاقيات وشروط تقديم خدماتها ولذا ترتكز هذه الدراسة على أخلاقيات إدارة الحساب فى كل من الفيس والتويتر ومدى وضوحها بالنسبة للمستخدم من خلال صياغاتها وعناصرها

حيث ركزت دراسة "شيرين محمد كدواني" 2015 [41] علي أخلاقيات النقاش السياسي عبر مواقع الشبكات الإجتماعية، من خلال رصد وتحليل النقاش الدلائل عبر مواقع الشبكات الإجتماعية حول الدعوة لثورة 25 يناير 2011، قبل اندلاعها لإستكشاف مدي نجاح تلك المواقع مدي نجاح تلك المواقع في تشكيل مجال عام افتراضي علي الإنترنت يتوافق مع المعايير والأخلاقيات فإن التي وضعها هابر ماس وآخرون وذلك من خلال رصد وتحليل المعايير والضوابط الأخلاقية للنقاش علي صفحه [كلنا خالد سعيد] إلي جانب تحليل التعليقات الواردة علي خطاب الصفحة للكشف عن مدي الإلتزام الأخلاقي في النقاش السياسي عبر مواقع الشبكات الإجتماعية.

وفي دراسة Clare shelley 2015[42] وحول أخلاقيات التقييم الأخلاقي والقواعد الأخلاقية لبحوث الإنترنت والتحليل المقارن للتطبيقات والنظم المتبعة في الاتحاد الأوروبي وبعض الدول الأخرى المختارة، وعند الحديث عن القواعد الأخلاقية في لغة الخطاب المستخدم داخل شبكات التواصل الإجتماعي ومنها الفيس بوك، أشار الباحثون في مجال العلوم الإجتماعية لضرورة إعادة النظر في القواعد الأخلاقية عند إستخدام مواقع الشبكات الإجتماعية لأن هذه الشبكات تطرح العديد من التساؤلات حول خصوصية المستخدم وتعرض مستوي معين من الخصوصية غير المتاح عبر هذه الشبكة وهو الذي يؤدي إلي إستمرار الجدل حول هذه القواعد والتوقيعات حول موضوع الخصوصية من جانب الباحثين إلي جانب العديد من القواعد القانونية والرسمية الصادرة في التشريعات المختلفة.

فى حين القت دراسة (Stanford Encyclopedia of Philosophy) 2015 الضوء حول أخلاقيات العمل داخل الشبكات الإجتماعية[43]، والتعرف على تأثير شبكات التواصل الإجتماعي وخدماتها علي الدلائل والمحددات النفسية والإجتماعية، وتعد هذه الدراسه من الدراسات النظريه النقديه التى تركز فى الجزء الأول على تاريخ ومفهوم الخدمات الشبكية الإجتماعية والجزء الثاني علي الأسس الفلسفية للأخلاقيات الخاصة بالشبكات الإجتماعية علي الإنترنت وإستخدام بعض المعايير، أما الجزء الثالث يقدم مراجعة علي أطر الموضوع الأخلاقي الأولي حول الآثار المترتبة من الرؤي والأفكار الفلسفية وكذلك الخصوصية والمجتمع والهوية

والصداقة والفضيلة والحياة الجيدة والديمقراطية والمناخ العام وأخيراً يقدم لنا الجزء الرابع القضايا الأخلاقية وما ورائها وتأثرها بتطور شبكات التواصل الإجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى إن تكنولوجيا التواصل الإجتماعي تفتح نوع جديد وتطور فضاء وحيز أخلاقي حيث يتم فيه بناء الكيانات الشخصية والهويات والمجتمعات والواقع والاقتراض ويتم فيه التقديم والإدارة والتفاوض والأدلة، ووفقاً لذلك فلقد قام الفلاسفة بتحليل خدمات الشبكات والتواصل الإجتماعي وإستخدام التكنولوجيا وهذا يسهل من التركيب والأداء الخاص بالهوية الشخصية وذلك من أجل الأنواع المختلفة من الأسس والقواعد الإتصالية.

وتناولت دراسة (شريهان توفيق) 2015، الواقع الإخلاقى للصحافة الإلكترونية فى العالم العربى[44] من خلال تحليل أبعاد التنظيم الأخلاقى للإعلام الإلكترونى، وبالتحديد الصحافة اللإلكترونية بأنماطها كافة التقليدية والمستحدثة ودراسة على مجموعة من الصحف والمواقع الإخبارية المصرية والعربية تمر بثلاث مراحل، أولها تحليل المواثيق الأخلاقية المنظمة للعمل الصحفى اللإلكترونى والضوابط المهنية والأخلاقية التى تضعها الصحف والمواقع الإخبارية، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك حالة واضحة من التشتت والتضارب بين مواثيق الشرف الصحفية الورقية والإلكترونية، والضوابط والمعايير الأخلاقية التى تضعها المواقع الصحفية والإخبارية، وكأن كل منها يسير فى اتجاه عكس الآخر، فالأولى تسعى لإقرار حقوق وواجبات الصحفى سواء فى البيئة الورقية أو الإلكترونية، بينما تركز الثانية فى بعض مواقع العينة على المستخدم بشكل أساسى فى محاولة للحفاظ على حقوق الموقع وفى البعض الآخر يظهر اهتمام محدود بالأداء المهنى والأخلاقى عموما

فى حين تناولت دراسة (Mohammad OfiuHasnat) 2014, الأخلاقيات المهنية للأخبار المقدمة فى وسائل التواصل الإجتماعي، وبنية تقديم الأخبار المقدمة بها ومعالجة المخاوف بشأن المصداقية علاوة على القاء الضوء على أهم عوامل الدقة والثقه التى يمكن من خلالها قياس مدى صلاحية تلك الأخبار للنشر فى وسائل التواصل الإجتماعي، وأشارة هذه الدراسة إلى أن وسائل التواصل الإجتماعي بدأت فى تلبية حاجة الجمهور للمعرفة والأخبار ولكى تصبح هذه الوسائل قادرة على اداء وظائفها، لابد لها من ضمان صحة ومصداقية وشفافية الأخبار المقدمة بها [45].

وكان هناك موطن اختلاف اخر بين الدراسة الحالية، حيث أشارت دراسة (2013 wasike)[46] علي أثر مواقع التواصل الإجتماعي، وأبرز القضايا الاخلاقية المرتبطة بذلك، وخلصت أن ابرز هذه القضايا الأخلاقية المرتبطة بوسائل التواصل الإجتماعية هي إنتهاك الخصوصية دون اي اعتبارات لأي مسائل شخصية وأن معايير التسجيل في هذه الواقع فيها إنتهاك لبعض المعايير الأساسية للسلوك الأخلاقي.

وركز "liuyu 2010 "[47] علي دراسة الممارسات الأخلاقية من خلال إستخدام الصحفيين الصينين لوسائل الإعلام الجديدة، عن طريق جمع المعلومات وكتابة الأخبار بشكل يومي، ووضعت الدراسة مجموعه من المعايير الأخلاقية للممارسة الإعلامية تتمثل في التركيز علي المصدر – عدم تشوية الحقائق – تجنب صراع المصالح عدم ابتكار أحداث مخالفة للقواعد وفي حيث طبقت هذه المعايير علي الصحف اليمنية لتعكس مدي التزامها باللوائح الأخلاقية وجد عدم توفر إرشاد وتوجيه محدد يومي لجميع المعلومات والأخبار، اضافه إلي لوائح الصحافة الصينية مازالت موجودة بشكل جزئي غير مكتمل.

وحاولت دراسة "مجدى محمد 2013" تقصى مدى التزام مواقع التواصل الإجتماعي بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث الأمنية فى مصر، والأزمات التى أعقبت سقوط حكم جماعة الإخوان فى مصر – بأسس العمل الصحفى المهنى ومبادئة الأخلاقية، وذلك بالتطبيق على عينة من النخبة المصرية السياسية والإعلامية والأكاديمية، وأشارت النتائج إلى تعدد الأدوار التى من الممكن أن تقوم بها مواقع التواصل الإجتماعي عند معالجة الأزمات الأمنية فى مصر وذلك من خلال الإلتزام بالمصداقية فى نشر الأخبار وتناولها للأحداث، توجية الرأى العام للقضايا القومية، وتعزيز روابط الوحدة الوطنية، والمساهمة فى توعية المواطنين بحقوقهم وواجباتهم[48] .

وسعت دراسة (جمال عبد العظيم) 2009[49]، إلى تحديد أطر إنتاج الخطاب الإخباري في موقعي قناة (BBC) وقناة العالم الإيرانية، بالتطبيق على أزمة احتجاز إيران لخمسة عشر جنديا من البحرية البريطانية المتواجدة في مياه الخليج العربي، وتوصلت الدراسة إلى أن كل موقع إلكتروني نظر للأزمة من مدخل مصالح الدولة التي ينتمي إليها وسياستها في إدارة الأزمة، بصرف النظر عن الحرص على المعايير المعنية بشكل كامل، حيث إعتمد خطاب موقع قناة (BBC) على نزع الشرعية لما أقدمت عليه السلطات الايرانية باحتجاز الجنود البريطانيين، والتأكيد على أن هذا الفعل غير أخلاقي بينما ركز خطاب موقع قناة العالم على إلقاء اللوم على الحكومة البريطانية وسياساتها التي أوجدت الجنود البريطانيين في الخليج ، وبشكل خاص في المياه الإقليمية الإيرانية .

وقدمت دراسة ماهيناز رمزي 2008، تحليلاً لعلاقة الأطروحات الناقدة المتضمنة في الخطاب الإذاعي علي شبكة الإنترنت من ناحية، وأشكال الخروج علي أخلاقيات النقد التي نصت عليه مواثيق الشرف الإذاعي من ناحية أخرى وذلك لاستخلاص البنود التي يستحق نوعاً من المعالجة هذه المواثيق التقليدية حتي تصبح أكثر تواؤماً مع طبيعة الخطابات المفتوحة اجتماعياً وإقتصادياً وسياسياً علي المحطات الإذاعية علي شبكة الإنترنت [50].

هدفت دراسة عبد الجواد ربيع 2008[51]، لتحليل العناصر الخاصة بمضمون أطروحات خطاب التعديلات الدستورية في مصر على المدونات، وتحليل مسارات البرهنة التي إعتمدت عليها أطروحات الخطاب، وقد تم دراسة موقف مدونات بهية والوعي المصري وإخوان أون لاين وكفاية تجاه قضية التعديلات الدستورية لمدة أربعة أشهر، وخلصت الدراسة إلى اعتماد أطروحات الخطاب الخاص بالتعديلات الدستورية داخل المدونات محل الدراسة على الشواهد والأمثلة من الواقع والبيانات والأرقام كأدلة إقناعية لتدعيم وجهات النظر الخاصة بالأطروحات التي تناولها أصحاب المدونات محل الدراسة.

فى حين تبنت دراسة "Ward Stephen 2005" منظورا مختلفا لتشكيل أساسا لفهم أخلاقيات الخطاب الإعلامى فى عصر العولمة، وفى ظل توظيف الإنترنت كبديل إعلامى لوسائل الإعلام التقليدى، وافترضت الدراسة ضرورة إعادة النظر فى المعايير التى تحكم أخلاقيات الصحافة من خلال تبنى اتجاه عولمى يسقط العديد من الاعتبارات المحلية، وركزت الدراسة على ثلاثة مبادئ أساسية تتمثل فى (مبدأ المصداقية – مبدأ التسلسل – مبدأ الإنسانية) [52]

التعليق على الدراسات السابقة:

تكشف مراجعه الدراسات السابقة عن الملاحظات الآتية:

- أشارت معظم الدراسات السابقة التى تناولت أخلاقيات الخطاب المقدم عبر وسائل الإعلام البديل، إلى أن هناك مجموعه من القواعد التقليدية الأساسية التى يمكن أن تشكل منطلقا جيدا للبحث فى أخلاقيات الممارسة الإعلامية على الإنترنت منها (الصدق – الدقة – الموضوعية)، فى حين أشار البعض الأخر إلى افتقار هذا المجال إلى عدد من الخصائص التى اشترطها هابرماس فى نظريته ولاسيما إحترام الرأى الأخر، وهو ما يتطلب دراسة أخلاقيات الخطاب الإعلامى الإلكترونى فى ضوء ما اوضحه هابرماس فى نظريته أخلاقيات الخطاب.
- كانت أغلب الدراسات السابقة دراسات نظرية أو ميدانية كمية، فى حين سعت هذه الدراسة للاعتماد على الإتجاه الكيفى بشكل أكبر لتقديم نتائج أشمل وأعمق من خلال إستخدام التحليل الدلالى ويمثل أكثر الطرق موضوعية ومنهجية لفهم وتوصيف واكتشاف المضمون داخل النص الصحفى .
- أما فيما يتعلق بالجانب المنهجى فقد استعانت معظم الدراسات التحليلية بالمنهج المسحى وبعضها قد إعتمد على المنهج المقارن من خلال المقارنة بين العينات المختارة لمعرفة أوجة الإختلاف.

- وفيما يتعلق بالأدوات فنجد أن معظم الدراسات إعتمدت على منهج تحليل المضمون التقليدية التى بدأت بتحليل المحتوى الظاهر للمواد الإعلامية المختلفة دون التطرق للمعانى الضمنية التى يحملها النص، ولم تهتم بتفسير مدلولات المعانى فقد استخدمت على نطاق واسع فى الدراسات السابقة.
- إلى جانب أن أغلب الدراسات السابقة ركزت على تحليل الخطاب الصحفى فى حين نلاحظ قلة الدراسات التى استخدمت أدوات تحليل الخطاب مع وسائل الإعلام الجديد
- أما العينات جاءت ما بين عينات عشوائية وعمدية وهى العينات التى استخدمت فى مختلف البحوث .
- أما بالنسبة للنظريات فكانت أغلبها هى النظريات المتعلقة بالمسئولية الإجتماعية والإطر الإعلامية فى حين تناولت هذه الدراسة نظرية أخلاقيات الخطاب .
- تذهب الدراسات السابقة إلى أن الخطاب الإعلامي هو محصلة الظروف السياسية والإقتصادية والثقافية التي تنعكس على منتج الخطاب، وتؤثر على الكيفية التي يعرض بها وجهات نظرة حيال القضايا والموضوعات المختلفة.

مشكلة الدراسة:

يتضح من خلال مسح الدراسات السابقه التى تناولت أخلاقيات الخطاب المقدم عبر وسائل الإعلام الإلكتروني، أنها ركزت فى المقام الأول على أبعاد المسئولية المهنية والأخلاقية لشبكات التواصل الإجتماعي، وركزت على أخلاقيات التغطية بشكل عام، إضافة إلى الوقوف على أهم التحديات الاخلاقية والقانونية التى فرضتها وسائل التواصل الإجتماعي، والإشارة إلى أبرز القضايا الأخلاقية المرتبطة بوسائل التواصل الإجتماعى، كما أكدت نتائج الدراسات السابقه أن الإعلام الرقمى بوصفة أحد أبرز إفرازات العولمة الإعلامية قد طرح بدورة إشكالية الإستخدامات الغير مقننة للتقنيات الرقمية من القرصنه والسطو على المواد الإعلامية، مما انعكس على نمط الخطاب المقدم عبر وسائل الإعلام الإلكترونى ومن هنا بدأ الحديث عن ضرورة وجود آليات لتحليل أخلاقيات الخطاب الإلكترونى ولغة المستخدمة فى معالجة الموضوعات المختلفة.

فى هذا الإطار تمثلت مشكلة هذه الدراسة فى ضرورة رصد و تحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامى فى المواقع الإلكترونية الإخبارية، بما يتوافق مع المعايير والأخلاقيات التى وضعها هابرماس فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب، وذلك من خلال رصد وتحليل مستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب التى تعكسها فئات التحليل،وتحليل المعايير والضوابط الأخلاقية للتغطية الإخبارية بهذه المواقع ، وكذلك

الوقوف على الفاعلين المركزيين الذين ينسب لهم الخطاب أدوارا وصفات مختلفة ودلالة ذلك والمفاهيم المركزية التى طرحتها هذه المواقع.

الإجراءات المنهجية للدراسة:

نوع الدراسة:

تنتمى الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التحليلية التى تهتم بدراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بدراسة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الأحداث، حيث تسعى هذه الدراسة إلى رصد وتحليل وتفسير أخلاقيات الخطاب الإعلامى فى المواقع الإلكترونية الإخبارية فى ضوء التحليل الدلالى للمضمون.

مجتمع الدراسة:

تمثل مجتمع الدراسة فى البوابات والمواقع الإلكترونية، وخاصة الإخبارية منها لتنوع المضامين بها وتناولها الأخبار والأحداث المحلية والدولية بهدف المقارنة بينهما على مستوى متغيرات الدراسة.

عينة الدراسة:

قامت الباحثة بإجراء دراسة استطلاعية على المواقع والبوابات الإخبارية لإختيار العينة المناسبة للدراسة، ارتباطا بأهداف الدراسة وذلك وفقا لبعض المعايير:

- تنوع المضمون والمحتوى الأخبارى فى معالجة الموضوعات والقضايا المختلفه.
- الانتظام فى الصدور والتواجد على الشبكة .
- ترتيب هذه المواقع وفقا لاستطلاعات الرأى ودليل المواقع العربية(*) التى تؤكد أن هذه المواقع تحتل مراكز الصدارة فى قائمة المواقع والبوابات الإخبارية
- التنوع فى التوجهات السياسية ما بين مؤيد ومعارض.

ووفقا لهذه المعايير تمثلت عينة الدراسة، فى (الموقع الرسمى لصدى البلد – بوابة فيتو- شبكة رصد الإخبارية – بوابة الوطن)

مناهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بشقية الوصفى والتحليلي، باعتباره منهجا أساسيا فى البحوث الوصفية، بهدف جمع البيانات وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى دلالات عامة بشأنها.

وتستعين الدراسة بالأسلوب الكمى والكيفى فى تحليل:

- أولا: المضمون المقدم فى شبكات التواصل الإجتماعي عينة الدراسة للتعرف على المضامين غير الملتزمة بأخلاقيات التغطية.
- ثانيا: تحليل عناصر ولغة الخطاب المقدم للمواقع محل الدراسة.

وقد تم الاعتماد على الأسلوب الكيفى فى جمع وتحليل وتفسير بعض بيانات الدراسة نظرا لملائمتة لمدخل تحليل الخطاب، بما يسهم فى تقديم رؤى تفسيرية أعمق وتحليل للمعانى والدلالات المتضمنة فى ثنايا الخطاب الإعلامى المقدم.

أساليب التحليل وأدواتها:

تحليل المضمون:

توظف الدراسة أداة تحليل المضمون كأداة تهدف إلى الوصف الكمى الدقيق لأخلاقيات الخطاب الإعلامى داخل المواقع الإخبارية الإلكترونية والتى يمكن أن تقدم مؤشرات أكثر موضوعية لتحليل وتفسير الظواهر الكيفية البارزه.

أسس بناء استمارة تحليل المضمون:

تم توظيف تحليل المضمون كأداة قياس كمى لخصائص المضمون الذى يحملة الخطاب المقدم من خلال المواقع عينة الدراسة، وقد تم بناء استمارة التحليل فى ضوء أهداف البحث، بحيث اشتملت على مجموعة من المحاور الآتية:

1) أشكال التحيز فى العرض وتشمل الفئات الآتية (التحيز بإختيار قصص للترويج لوجهة نظر معينة – التحيز بإستحسان المؤيد وإستهجان المعارض – التحيز بإستخدام كلمات ذات حمولات – التحيز بالمحاباة – التحيز بإختيار المصدر لتدعيم وجهة نظر معينة – التنميط)
2) تضليل الرأى العام والإفتقار إلى الدقة (عدم توثيق المعلومات – عدم الفصل بين الخبر والرأى – المبالغه والتهوين – تشوية الحقائق – تعميم الاحكام والإتهامات – العناوين المضللة)
3) التحريض على العنف والكراهية (كراهية المنافس – التشكيك – التحريض)
4) دقة ومصداقية المعلومات ويتم قياسها وفق مرحلتين:-

المرحلة الأولى:

تقييم المصداقية الظاهره، ويتم التعرف عليها من خلال حداثة المعلومات وجودة الموقع أى (التحديث للمضمون – التفاعلية – سهولة الإستخدام للروابط والتصفح – إستخدام الوسائط المتعددة)

المرحلة الثانية: تتم وفق مستويين

- **الأول:** الخاص بالمصدر أى من هو ناقل الخبر أو الرسالة، الكاتب المسئول عما هو منشور، وهل هناك امكانية للتواصل معه، وما هى الآراء التى يتبنها كاتب الأخبار.
- **الثانى**: الخاص بالمضمون، للتعرف على مدى الإلتزام بجودة المعلومات ومدى الإلتزام بالموضوعية والدقة فى نقل الأخبار وهل يتم الإستشهاد بالارقام والاحصاءات، التفرد فى عرض الأخبار – توضيح الهدف من المضمون.

تحليل الخطاب (Discourse analysis):

سوف تعتمد الدراسة فى تحقيق أهدافها وتساؤلاتها على أسلوب التحليل الكمى والكيفى للخطاب الإعلامى وخطاب الشبكات الإجتماعية باعتباره تحليل يستند إلى كون رسالة إقناعية تستهدف تثبيت قناعات محددة، ويعد تحليل الخطاب مدخلا تحليليا كميا وكيفيا تنظمة أدوات كثيرة، وأتاح ظهور تحليل الخطاب فى مجال الدراسات الإعلامية إمكانية القيام بتحليل كمى منظم للمادة الإعلامية فى إطار كيفى(53)

وفى ضوء ما تقدم يعتبر تحليل الخطاب هو الأسلوب البحثى المناسب فى تحليل خطاب الشبكات الإجتماعية تجاه الممارسات غير الملتزمه بأخلاقيات التغطية

وتستعين الدراسة بأسلوب تحليل الخطاب على مستوى المضامين المقدمة فى الشبكات عينة الدراسة وذلك من خلال الأدوات المنهجية التالية:

التحليل الدلالى:

تعتمد هذه الدراسة على إستخدام أسلوب تحليل الدلالة حيث يكشف التحليل الدلالى للنصوص الإعلامية عن درجة الدقة والإلتزام فى التعبير عن الأحداث والوقائع بصورة موضوعية بحيث تستخدم الالفاظ بدلالتها الحقيقية دون تزييف للوقائع، فقد أصبح من المألوف الأن أن يستغل بعض الإعلاميين الكلمات استغلالا سيئا ويضعونها فى معان غامضة غير محددة قصدا إلى خدمة هدف معين ترمى اليه الوسيلة الإعلامية، فعلم الدلالة يفيد فى دراسة اللغة الإعلامية كقوة فاعلة تستخدم فى التنوير (54).

وترجع أهمية إستخدام التحليل الدلالى فى الدراسة إلى:

- يعطى التحليل الدلالى طريقة لوصف المضمون ويساعد فى كشف خصائص منتجى النص والذين يقومون بنقل الرسائل الإعلامية إلى المتلقى.
- لا يعتمد التحليل الدلالى على التعميم كثيرا، ولكن المعنى فى الأداة يستنتج من العلاقات والسياق.

- يوجه التحليل الدلالى اهتمامه إلى المعنى فى النص أكثر من اهتمامه بالمعنى الظاهر حيث ينظر إلى المعنى الكامن على أنة أكثر جوهرية.
- يعد التحليل الدلالى فى جانب معين منه أكثر تنظيما من تحليل المضمون حيث انه لا يعطى وزنا لمقاييس العينات ويرفض فكرة أن كل وحدات المضمون يجب أن تعامل بنفس الدرجة من المساواة.
- وعلية تقوم الباحثة بدراسة المفاهيم والمصطلحات التى يتضمنها النص الإعلامى باعتبار أن المفهوم يكتسب معناه من خلال علاقاته بالمفردات أو الكلمات المحيطة به وإستخدام ورصد الأدوار والصفات الإيجابية والسلبية ودلالة إستخدام هذه المفاهيم.

مقياس الثبات والصدق:

صدق التحليل:

المقصود بالصدق صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسة وبالتالى إرتفاع مستوى الثقة فيما يتوصل إلى تعميم ويتم التحقق من وجود الصدق عن طريق الإستعانة بمجموعة من المحكمين[55] والخبراء الذين يفحصون الأداة لتقدير مدى صلاحيتها والتعرف على مدى تغطيتها لجوانب الظاهرة المبحوثة والذين أبدوا عددا من الملاحظات قامت الباحثة بمراعاتها عند إجراء الدراسة، ولتحقيق صدق التحليل قامت الباحثة بتحديد فئات التحليل ووحداتة تحديدا دقيقا وتعريف كل فئة بشكل واضح وشامل.

اختبار الثبات:

قامت الباحثة بعد فترة من التحليل بإعادة تحليل المواقع عينة الدراسة، وجاءت نسبة الثبات بين التحليلين (95 %) بما يؤكد ثبات ودقة مؤشرات التحليل.

المفاهيم الإصطلاحية والإجرائية وفئات التعريف للدراسة:

- **المفهوم الإصطلاحى للأخلاقيات:** هى مجموعة من المبادئ والقيم ومعايير الجماعة للسلوك المقبول، وهى مشتقة من العادات والأعراف الموجودة فى مجتمع ما.
- **المفهوم الإجرائى لأخلاقيات النقاش:** يقصد بأخلاقيات النقاش فى هذه الدراسة تلك المعايير والضوابط الإجرائية التى وضعها هابرماس وآخرون للنقاش فى إطار نظرية المجال العام، التى تندرج تحت المؤشرات التالية (حرية التعبير عن الرأى – احتواء الجميع والمساواة بين المشاركين فى النقاش – طرح الرأى مبرر بحجج منطقية – إحترام الإختلاف فى الآراء)[56].

- **المواقع الإلكترونية الإخبارية:** هى احدى أشكال الصحافة الإلكترونية ذات عنوان ثابت على شبكة الإتصال المعلوماتية تكون متاحة لمستخدمى الشبكة بالمجان أو مقابل اشتراك فهى تقدم الأخبار وتعرض معلومات عن الأحداث الجارية فى العالم، معتمدة على شبكة من المراسلين، أو من خلال الاشتراك فى وكالات الأنباء فهى تهدف إلى نشر الأخبار وتحليلها على صفحات المواقع وبشكل دورى، بالأضافة إلى تقديم موضوعات أخرى إقتصادية واجتماعية ورياضية وثقافية وفنية بإشراف مجموعة من ذوى الاختصاص الشبكى ومصممى الوسائط المتعددة .(57)

فنات التحليل:

- **التحيز فى العرض:** يتمثل التحيز بعدم القدرة على تحقيق الموضوعية، والعدالة، والحياد، ومعاملة الطرفين فى قضية محل جدل أو صراع معاملة المساواة، ويتم ذلك من خلال تقديم صورة نمطية معينة لطرف ما، أو إضافة أو تحريف المعلومات أو تشويهها لطرف ما، أو إستخدام اللغة إستخداما يحث المتلقى على إصدار أحكام معينة أو إدانة طرف معين فى قضية جدلية، ويكمن التحيز بصورة أخرى فى الأخبار عبر انحراف قصدى فى الخبر من قبل المحرر يتناسب مع ميولة أو مع شخص ما أو ضده ويكون التحيز أو الإنحياز من خلال ذكر تفاصيل معينة دون غيرها وشحن كلمات أخرى بالمعانى والعواطف والميول أو نقل حكم شخص ما فى قضية ما بدل أن يغطى الحدث بموضوعية(58).

أشكال التحيز:

- **الإنحياز بالمحاباه**: أي العمل لصالح طرف أو أكثر من أطراف القصة على حساب طرف آخر.
- **الإنحياز بالإستحسان أو الإستهجان:** أى إستخدام مصطلحات والتعريفات الخاطئة مثل: إستخدام مصطلحات إرهابي ـ متمرد ـ شهيد، حيث يعتمد الإعلامي في صياغة القصة إلي إستحسان سياسة ما واعتبارها ذات فائدة واقل أو إستهجان سياسة ما واعتبارها سيئة أو فاشلة دون أن ينسب لتلك التقييمات إلي مصادر موثوقة واوضحة.
- **التحيز بإختيار المصدر: أى** حشد أكبر عدد من المصادر في القصة لخدمة وجهة نظر ما في مقابل تغييب المصادر الداعمة لوجهة النظر الآخرى .[59]
- **التحيز بإختيار قصص معينة**: حيث يتجاهل الإعلامي أو وسيلة الإعلام عرض أو تناول قصة معينة رغم استيفائها للشروط المهنية بغرض حجب موضوعها الذي لا يتماشي مع أجندتة أو يتناول ويعرض احدى القصص رغم عدم استيفائها للشروط المهنية بغرض ترويج وجهة نظر ما وخدمة المضمون الذي تحمله.

- **التحيز بإستخدام الكلمات ذات الحمولات:** أى إستخدام بعض الصحفيين كلمات ذات حمولات في تقاريرهم بغرض احداث تأثيرات في جمهورهم بما يخدم طرف أو وجهة نظر معينة (60).
- **المصداقية:** يعرف (قاموس أكسفورد) المصداقية على أنها التميز بالصدق والإقناع، ويعرفها (قاموس ويبستر) على أنها التصديق بشئ أو القبول بكون صحيحا وحقيقيا وصادقا (61)، وعلى الرغم من صعوبه الحكم على مصداقية المعلومات الماخوذه من مواقع الإنترنت الا أن تطبيق بعض المعايير حتما سيرفع من مستوى المصداقية لذا يقصد بها فى الدراسة مدى قابلية المواقع عينة الدراسة للتصديق من خلال التزامها بمجموعة من المعايير المتمثلة فى (عدم تضليل الرأى العام – توثيق المعلومات – الفصل بين الخبر والرأى – عدم المبالغة والتهوين – عدم إستخدام الصور المضللة – وتعميم الأحكام والإتهامات- ذكر كاتب المعلومات – مدى الشفافية فى عرض الحقائق).
- **المسئولية الفكرية للمحتوى:** ويتم قياسها من خلال تحديد من هو ناشر الموضوع والتأكد من أن للمعلومات مسؤول واضح ومعروف ولدية مؤهلات وخبرات مناسبة للكتابة فى مجال المعلومات التى نريدها وأن يكون له عنوان واضح يمكن الإتصال به أو بالمسؤل عن الموقع أى أن المصادر التى استخدمت فى تكوين المعلومات معروفه وموثوق بها.
- **حداثه المعلومات فى المواقع:** الاطلاع على تاريخ انشاء الموقع فمن الناحية النظرية كلما كان الموقع قديما كلما كان اكثر عراقه وخبره، واحتواء الصفحه على ما يدل على تحديثها حتى تاريخ التصفح، حداثه الروابط ان وجدت والتأكد انها سارية المفعول .
- **أسس الحوكمة السابقه على عرض المحتوى:** أسس الحوكمة الإعلامية عبارة عن مجموعة من السمات أو الخصائص الحاكمة لأى نظام إعلامى تقليدى أو إلكترونى وتنطلق من مبدأ أساسى هو إحترام حق المتلقى فى المعرفه المنهجيه القائمه على ضمان حق وصول المستخدم لوسائل الإعلام الإجتماعيه أو مشاركته فيها بشكل متساوى والتعبير عن ارائه بشكل يتسم بالإيجابية والشفافية وصولا إلى التوافق، وهذا ما يعكس كفاءه وفاعلية النظام الإعلامى للشبكة ووجود رؤيه استراتيجيه لها.(62)
- **جودة المعلومات فى الموقع:** من خلال الإلتزام ببعض العناصر مثل الشموليه أى شمولية الموقع لنوع المعلومات، فأن التغطيه الشاملة أحد مؤشرات التخصص وصدق المعلومات ودقتها، الشفافية وتعنى التدفق الحر للمعلومات والأراء وعرض الحقائق كاملة، الموضوعية رغم أنه لا يوجد شئ موضوعى تماما إلا أنها محاولات للوصول للموضوعية فهى تعرف على انها تجرد المستخدم عن آيه ضغوط وعرض الحقائق أو وجهات النظر بحياديه قدر الأمكان والفصل بين شخصه ومنصبه.

- **ضمان حق الوصول والمشاركة:** من خلال القيام بعمليات تحفز الجمهور من أجل المشاركة بايجابية والتفاعل مع المحتوى، فالحوكمه تتطلب الموضوعية والشفافية أو التوازن فى عرض الآراء ووجهات النظر وصولا للتوافق.
- **الفصل بين الرأى والخبر:** أى أن الصحفى فى عرضة للخبر علية أن يكون أمينا دقيقا يحذر من أى تحريف أو اختلاف، وهناك من يقوم بخلط الخبر بالرأى بهدف التوجهه أو التاثير على الرأى العام، مع وجود الكثير من كتاب الرأى تنقصهم الموضوعية والحيادية والواقعية.

نتائج الدراسة التحليلية

تحليل أخلاقيات الخطاب فى المواقع الإخبارية الإلكترونية

أولا :-المعاييروالضوابط الأخلاقية التى تحكم الخطاب الإعلامى للمواقع عينة الدراسة وفقا لنظرية أخلاقيات الخطاب .

1- أشكال التحيز فى العرض والإفتقار إلى النزاهة فى المواقع عينة الدراسة

جدول رقم (1)

أشكال التحيز فى العرض والإفتقار إلى النزاهة فى المواقع عينة الدراسة

أشكال التحيز / المواقع		بوابة فيتو	صدى البلد	شبكة رصد	بوابة الوطن	الإجمالى
التحيز بإختيار قصص معينة للترويج لوجهة نظر ما	ك	15	20	10	15	60
	%	%11.54	%19.05	%10.00	10.71	%12.63
التحيز بإستحسان المؤيد وإستهجان المعارض	ك	50	15	25	25	115
	%	%38.46	%14.29	%25.00	%17.86	%24.21
التحيز بإستخدام كلمات ذات حمولات	ك	35	25	50	30	140
	%	%26.92	%23.81	%50.00	%21.43	%29.41
التحيز بالمحاباة	ك	20	35	صفر	50	105
	%	%15.38	%33.33	صفر%	%35.71	%22.11
التحيز بإختيار مصدر معين	ك	10	10	15	20	55
	%	%7.69	%9.52	%15.00	%14.29	%11.58
الإجمالى	**ك**	**130**	**105**	**100**	**140**	**475**
	%	**%100**	**%100**	**%100**	**%100**	**%100**

كا= 87.29 ، درجة الحرية =12 ، مستوى المعنوية = 0.000

يتضح من نتائج الجدول السابق ما يلى، تباين توظيف أشكال التحيز في المواقع عينة الدراسة، **حيث تبين غلبة التحيز بإستخدام كلمات ذات حمولات** في المواقع عينة الدراسة بنسبة (29.4 %) وهو ما يعتمد علي إستخدام وشحن المواقع

بالمعاني والكلمات والميول تجاه الأحداث والقضايا بدل ما يغطي الحدث بموضوعية، **ثم جاء التحيز بإستحسان المؤيد إستهجان المعارض** بنسبة (24.21 %) في المواقع عينة الدراسة، ثم التحيز بالمحاباة بنسبة (22.1 %) وجاء التحيز بإختيار قصص معينة للترويج لوجهه نظر ما بنسبة (12.63 %)، وجاء التحيز بإختيار مصدر معين في الترتيب الأخير بنسبة (11.58 %).

ويتضح من النتائج التفصيلية للجدول السابق ما يلي، علي صعيد المقارنة بين المواقع عينة الدراسة.

جاء موقع صدي البلد فى الترتيب الأول من حيث إستخدام التحيز بإختيار قصص معينة للترويج لوجهه نظر ما بنسبة (19.5 %)، ويقصد بذلك أن الموقع تجاهل تناول قصة أو قضية معينة، رغم استيفائها للشروط المهنية بغرض حجب الموضوعات التي لا تتماشي مع أجندته، أو تناول وعرض قصص رغم عدم استيفائها للشروط المهنية بغرض ترويج لوجهه نظر ما وخدمة المضمون الذي تحمله، ومنها علي سبيل المثال لا الحصر (الترويج لقضايا الإصلاح سواء السياسي أو الإقتصادي في الدولة- والإنحياز لانجازات الرئيس والدولة علي كافة المستويات دون الإشارة إلي بعض نقاط الضعف أو السلبيات مثل (مصر تبهر المراقبين الدوليين بإصلاحات إقتصادية غير مسبوقة – الدولة ومؤسساتها تبني قواعد المجد – كمل واحنا معاك- زيارة السيسي لعمان لتأكيد العلاقات الجيدة بين البلدين الحكومة والبرلمان خلال فعاليات الملتقي الثالث للاستثمار).

في حين سجلت بوابة فيتو أعلي معدلات في إستخدام التحيز بإستحسان المؤيد وإستهجان المعارض بنسبة (38.46 %)، حيث إعتمد الموقع في صياغته للموضوعات والأخبار إلي إستحسان سياسة ما واعتبارها ذات فائدة واحد أو إستهجان سياسة ما واعتبارها سيئة علاوة علي إستخدام مصطلحات والتعريفات الخاطئة مثل (**جماعات الإرهاب تحاول الصيد في الماء العكر – مثل إستهجان سياسة هنية نتائج حوار قطر وأمريكا ضم هنيه لقائمة الإرهاب – استغلال الإسلام – قطر تبيع حماس – الكثير من الدول والتنظيمات ليس همهم الإسلام).**

أما شبكة رصد فإعتمدت وبنسبة كبيرة علي التحيز بإستخدام كلمات ذات حمولات بنسبة (50 %)، ويرجع ذلك لطبيعة الموقع وتوجهاته السياسية، حيث إعتمد علي إستخدام كلمات ذات حمولات في التغطية الخاصة بهم بغرض إحداث تأثيرات في جمهورهم بما يخدم طرف أو وجهة نظر بعينةا مثل (أزمة البنزين – السيسي يرمم المعابد اليهودية بملايين الجنيهات – السعودية تبدأ حظر إستيراد الجوافة المصرية الملوثة – السيسي ينفعل علي مواطن قال له متي نري نتائج مشروعات القومية – هجوم إعلامي بعد خطاب السيسي).

أما بوابة الوطن جمعت بين شكلين من أشكال التحيز وهما التحيز بالمحاباة بنسبة (35.71 %) أي العمل الصالح طرف أو أكثر من أطراف القصة علي حساب طرف آخر بمعني الإنحياز بحذف أو تغييب حقائق تؤيد وجهة نظر معينة بهدف إظهارها ضعيفة لحساب وجهة نظر أخري (وظهر ذلك في الإنحياز والمحاباة لمؤسسات الدولة بالكامل علي حساب وجهة النظر المعارضة مثل نشاط حكومي مكثف والوزراء في مواقع الإنتاج – أضخم 8 مشروعات في عهد السيسي – السيسي رجل مخلص ووطني) مقابلة (منظمة العفو تعتمد في تقاريرها عن مصر علي عناصر إرهابية – الوطن يتهم أبو الفتوح بنشر أخبار كاذبة وتولي قيادة بجماعة الإخوان) .

كما وظفت بوابة الوطن أيضاً التحيز بإختيار مصدر معين بنسبة (14.29 %) أي حشد أكبر عدد من المصادر في الموضوع أو القصة لخدمة وجهة نظر ما في مقابل تغييب المصادر الداعمة لوجهة النظر الأخري مثل التركيز علي وجهة نظر كتاب الموقع والمحللين به لتقديم الأخبار والموضوعات بشكل داعم لسياسة الموقع التحريرية مثل(عماد الدين أديب – بعض أساتذة الإعلام والصحفيين – بعض المتحدثين عن مؤسسات الدولة).

وبتطبيق اختبار كا2 تبين وجود فروق ذات دلالة بين المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بأشكال التحيز فى العرض، حيث بلغت قيمه كا2 (87.29)، وهى دالة عند مستوى معنويه (0,000) ودرجه حرية (12).

ونخلص مما سبق، تباينت المواقع عينة الدراسة فى توظيفها للأشكال التحيز، حيث سجل موقع صدى البلد وبوابة فيتو أعلى معدلات للتحيز وخاصة فيما يتعلق بإختيار قصص معينة وإستحسان المؤيد وإستهجان المعارض، مما يعكس إشكالية متأصلة فى الواقع الإعلامى والتى ارتبطت بطبيعة الوسيلة الإلكترونية التى فرضت تحديات على بيئة الأخبار وتنافت مع الضوابط والقواعد الأخلاقية التى وضعها هابرماس والتى ترتكز على ضرورة الاستقلالية عن الدولة والسلطة السياسية والقائمة على اهتمامات الجمهور والارتكاز على الجانب المهنى بشكل أكبر من التوجهات السياسية والايدلوجية.

النتائج الخاصة بالتحليل الدلالي للمفردات اللغوية الخاصة بأشكال التحيز في العرض والإفتقار الي النزاهة:

من أبرز الأدوات المنهجية التي يمكن أن تستخدم في تحليل لغة الخطاب الإعلامي على المستوى العلاماتى أداة التحليل الدلالي لرصد العناصر الدالة داخل النص سواء كانت هذه العناصر دالة بالنسبة للمحلل في حد ذاته في إطار المشكلة البحثية التي يتناولها وأهدافه البحثية التي يهدف إليها في إطار القيمة التعبيرية لهذا العنصر داخل النص بغض النظر عن وجهة نظر المحلل .

وبذلك فإن الكلمات الأساسية داخل النصوص والأشكال الخبرية تمثل العناصر الدالة بداخلها والتي تشكل أساس التحليل الدلالي لها ومن خلال رصدها يتم تكوين شبكات الحقول الدلالية التي تهدف الوسيلة (الموقع الإخباري) إلى غرسها في ذهن القاريء بشكل منظم وهادف.

وبناء على ما سبق يمكن تحليل شبكة الأفعال الخاصة بأشكال التحيز في العرض بداخل المواقع عينة الدراسة من خلال الآتي:

توظيف المفردات داخل حقل التحيز:

عكست مفردات الخطاب الإعلامى المقدم بداخل المواقع عينة الدراسة اتساع لغة التحيز فى بعض المواقع دون غيرها، وجاء ذلك وفقا لإجندة محددة من القضايا مع الإختلاف فى ترتيب الأولويات كفارق بين المواقع.

فكان هناك ميل عام نحو التحيز لعرض الأخبار ذات الطابع الرسمى بشكل كبير فى موقع صدى البلد وهى الأخبار ذات الصلة بالحكومة أو السلطة التنفيذية وبالتالى ميل نحو المضمون السياسى ثم الإقتصادى مع الحرص على التنوع فى تقديم مزيج من الأخبار الخفيفة فتزايد إستخدام الأفعال ذات المدلول الإيجابى مثل: (يعمل – نبنى – إنجاز – تطوير – تخطيط – دعم – نهوض – يشارك – اكتشاف – إنشاء – ناقش – تنمية – إعادة – تسليح – تيسير – إستكمال – تمكين – تمويل – إنشاء – يساند – منح – يكافح – تكثيف).

علاوة على إسناد الصفات الإيجابية السلطة ومؤسساتها مثل: (مكافحة الإرهاب – الدور الريادى – مشاريع تنموية – شفافية العمل – مصداقية – إستمرار التنفيذ – معدل الزيادة).

وانحصرات الأفعال ذات الدلالات السلبية فى إطار الشأن الخارجى أثناء التغطية والموقف من بعض السياسات الخارجية تجاه بعض الأحداث مثل: موقف الأزهر من تصريحات ترامب لوصف أفريقيا بالحثالة "عنصرية بغيضة" والتحريض على إتخاذ موقف ضد تصريحات ترامب ضد دول أفريقيا وجاءت هذه الأفعال على النحو التالى: (أدان – يسئ – تمادت – يهدم – يهاجم – يحذر – يعارض – يلاحق – يستنكر – يواجه – يرفض – تصاعد – تتنافى).

وعلى الجانب الآخر اتجه الخطاب الإعلامى لبوابة فيتو إلى التحيز المتوازن بشكل إيجابى تجاه التغطية الإخبارية التى تتماشى مع الشأن العام واهتمامات المواطن العادى والقضايا العامة الإجتماعية والسياسية والرياضية، يتضح ذلك فى المفردات والصياغات التالية (الاستقلال والكرامة – المشروعات التنموية – الكفاءات البشرية – تعزيز العلاقات – مصادر إيجابية – نراهن على مصر – القيم المضيئة – دعم الإتفاقية – توفير الاستثمار – تنفيذ الخطة – التوعية والإرشاد).

وبرزت بوضوح لغة التحيز فى الخطاب الإعلامى تجاه أجندة محددة من القضايا البارزة مع الإختلاف فى ترتيب الأولويات بإعتبار أن القضايا والأحداث البارزة هى محور التغطية الإخبارية بداخل بوابة الوطن، مثل ملفات العمليات العسكرية فى سيناء وتكثيف الرقابة على الأسواق لضبط الأسعار- وضع السياحة بشكل عام والسياحة الداخلية بشكل خاص ، وجاءت بشكل واضح الأفعال والمصادر الدالة على ذلك بشكل إيجابى فى (اقتلاع – تطهير – تهدف – تنفيذ – تكديس – حماية – إستكمال – الاستقرار – السيطرة – تكثيف – تفعيل – ضبط – تخفيف – رفع – حماية).

وانحصرت الأفعال ذات المدلول السلبى تجاه بعض الممارسات السلبية من قبل السلطة التنفيذية، وإلقاء الضوء على بعض قضايا الفساد وهياكل النفوذ والسلطة القائمة، يتضح ذلك فى المفردات والصياغات التالية (أزمة توظيف – لا تلبى طموح – فصل تعسفى – يمنح – لا تلزم تشريح – عدم إنصاف – تعنت – تكدس المخاطر – تماطل فى التنفيذ).

وعلى الجانب الآخر، تبرز المفردات السلبية الدالة على التحيزات الإيدلوجية والذاتية داخل بشكل رصد، فكانت الأكثر بروزاً لشخصية المحررين بها، لأقحام رأيه الشخصى بشكل مباشر فى التغطية الإخبارية للأحداث بهدف التأثير فى القراء والإثارة للرأى العام ضد السلطة والنظام الحاكم واتضح ذلك فى بعض الأفعال السلبية المتحيزة (إعتقال – إقتحام – يهدد – تداهم – إرتفاع – حظر – تصعيد – تدين – تشن – يهاجم – يثير – تمديد) وبروز الصفات والصياغات السلبية الدالة على التحيز ضد النظام (السيطرة على – القضاء على – ضد المدنيين – إرتفاع الأسعار – الهجوم الإعلامى – تبريرات النظام – إرتكاب المخالفات).

ونخلص مما سبق غلبة نبرة التحيز فى الخطاب الإعلامى فى المواقع عينة الدراسة، بأشكاله وآلياته المختلفة، مما يعكس الخطوط العريضة للسياسة التحريرية لكل موقع، فنلاحظ أن سيطرة السلطة وقيودها تفرض نفسها على الخطوط الرئيسية للتغطية بداخل بعض المواقع على الرغم مما تدعيه لنفسها من صفة الاستقلالية، علاوة على الطبيعة الإلكترونية لهذه الوسائل وما تتيحه من ساحات للحرية تسمح لهم باختراق بعض المعايير المهنية الحاكمة لهذا الأداء.

2- نتائج تحليل فئة الإفتقار إلى الدقة وتضليل الرأى العام

جدول رقم (2) يعكس الإفتقار إلى الدقة وتضليل الرأى العام

الإفتقار إلى الدقة وتضليل الرأى العام / المواقع		بوابة فيتو	صدى البلد	شبكة رصد	بوابة الوطن	الإجمالى
عدم توثيق المعلومات	ك	صفر	30	50	35	115
	%	صفر	%30.00	%37.88	%40.23	%28.84
عدم الفصل بين الخبر والرأى	ك	10	15	25	15	65
	%	%12.50	%15.00	%18.49	%17.24	%16.29
المبالغة والتهويل	ك	15	صفر	5	صفر	20
	%	%18.75	صفر	%3.79	صفر	%5.01
تشويه الحقائق	ك	صفر	صفر	2	صفر	2
	%	صفر	صفر	%1.52	صفر	%0.50
الصور المضللة	ك	صفر	20	صفر	12	32
	%	صفر	%20	صفر	%13.79	%8.02
تعميم الأحكام والإتهامات	**ك**	30	صفر	35	5	70
	%	%37.50	صفر	%26.52	%5.75	%17.54
العناوين المثيرة	**ك**	25	35	15	20	95
	%	%31.25	%35.00	%11.36	%22.99	%23.81
الإجمالى	**ك**	**80**	**100**	**132**	**87**	**399**
	%	**%100**	**%100**	**%100**	**%100**	**%100**

كا2= (179.0) ، درجة الحرية = (18) ، مستوى المعنوية (0.0001)

تشير نتائج الجدول رقم (2)، الذي يعكس فئات التحليل الخاصة بالإفتقار إلي الدقة وتضليل الرأي العام في المواقع عينة الدراسة، أن عدم توثيق المعلومات جاء في الترتيب الأول بين فئات التحليل في المواقع عينة الدراسة بنسبة (28.8%) ، تم إستخدام العناوين المثيرة بنسبة (23.8 %) وتعميم الإحكام والإتهامات بنسبة (17.5%)، تم عدم الفصل بين الخبر والرأي (16.2%) تلاه توظيف الصور المضللة (8.02%)، ثم إستخدام المبالغة والتهويل بنسبة (5.01%)، وجاء تشويه الحقائق بنسبة ضئيلة بين المواقع (0.50%) .

وجاءت شبكة رصد فى الترتيب الأول بنسبة (40.2%) في عدم توثيق المعلومات والأخبار المطروحة علي صفحات الموقع مما يعكس افتقارها لآليات الدقة في التغطية، حيث إعتمدت علي آراء وأخبار للمحررين العاملين بها وقليلاً ما أشارت إلي آراء الخبراء والمحللين وربما يرجع ذلك إلي سياسة الموقع التحريرية وتوجهاته المعروفة.

وفي المقابل تعد بوابة فيتو أكثر المواقع حرصاً علي توثيق المعلومات والأخبار والموضوعات المطروحة بها .

كما سجلت شبكة رصد أيضاً أعلي معدل في عدم الفصل بين الخبر والرأي بنسبة (17.2 %) بمعني أن المحرر في عرضه للخبر يتخلي عن موضوعية بهدف التوجيه أو التأثير علي الرأي العام بما يخدم مصالح الموقع، ومنها علي سبيل المثال خبر منشور بعنوان (لماذا لم يسمح لعنان بالترشيح كما فعل مع السيسي) دون أن يحاول الموقع الفصل بين رأي المحرر وقناعته الشخصية وبين كون الخبر يحتاج إلي معايير مهنية في العرض. احتلت بوابة فيتو ترتيب متقدم بين المواقع عينة الدراسة من حيث الفصل بين الأخبار المقدمة بها وآراء المحللين والكتاب .

وفيما يتعلق بمعيار المبالغة والتهوين، لم تعتمد كل من صدي البلد وبوابة الوطن علي إستخدامهم أثناء فترة التحليل، في حين بالغت بوابة فيتو بنسبة كبيرة أثناء تغطيتها لبعض الأخبار (مثل المبالغة في عرض بعض الأخبار المتعلقة بالفرح برحيل بعض المسئولين مثل وزير السياحة – ومحافظ الفيوم السابق ومحافظ المنيا السابق).

وجاءت شبكة رصد في الترتيب التالي بنسبة (3,7 %) في توظيف المبالغة والتهويل، وخاصة في الأخبار المتعلقة بالإنتخابات الرئاسية واستبعاد ترشح الفريق عنان.

وإتفقت المواقع عينة الدراسة، في عدم توظيفها لآليات تشويه الحقائق أثناء التغطية في الفترة الخاضعة للتحليل. وتقاربت بوابة الوطن وصدي البلد في توظيف بعض الصور المضللة في معالجة بعض قضايا الفساد .

وفيما يتعلق بمعيار تعميم الأحكام والإتهامات، نجد أن بوابة فيتو تقدمت في توظيف هذا المعيار بنسبة (37.5 %) أى القدرة على وصف الحدث أو الخبر بحكم مطلق أو وصف شخص أو هيئة أو جهة بعدة صفات كلها متلازمة ومترابطة مع بعضها البعض ومنها علي سبيل المثال وليس الحصر خبر بعنوان: (البرلمان الحالي لن يذكر له المواطن شئ في المستقبل لأنه أداة بيد السلطة التنفيذية)، أي إصدار حكم بأن كل أعمال البرلمان الحالي سيئة وليس لها أي إنجازات تذكر ليذكرها المواطن) .

وجاءت شبكة رصد في الترتيب الثاني من حيث توظيف معيار تعميم الأحكام والإتهامات بنسبة (26.5 %) بين المواقع عينة الدراسة، ونموذج لبعض الأخبار المطروحة بهذا الموقع والتي تعكس هذا المعيار (طرح الحكومة لنوع جديد من البنزين يعكس رغبتها في وقف بنزين 92) .

وتقاربت النسب بين صدي البلد وبوابة فيتو في توظيف إستخدام العناوين المثيرة بنسبة (35.0 %) و (31.2 %) لكل منهما علي التوالي، وتشابها أيضاً في توظيف إستخدام هذه العناوين التي تعتمد علي الإثارة والتشويق في عناوين بعض الأخبار وخاصة المتعلقة ببعض الأزمات المطروحة علي الساحة أثناء فترة التحليل

(مثل أزمة غياب لبن الأطفال - الأزمة الإقتصادية – أزمة وزير السياحه) علاوة علي توظيفها في بعض أخبار الحوادث وأخبار الفن .

وبتطبيق اختبار كا2 تبين وجود فروق ذات دلاله بين المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بمعيار الإفتقار إلى الدقة وتضليل الرأى العام، حيث بلغت قيمة كا2 (179,0) وهى دالة عند مستوى معنويه (0.0001)، ودرجة حرية (18)

توظيف المفردات داخل حقل الإفتقار إلى الدقة فى التغطية وتضليل الرأى العام :

عكست مفردات الخطاب الإعلامى التباين فى تحقيق معيار الدقة بداخل المواقع عينة الدراسة، حيث تقدمت مواقع فى تحقيقه مقابل إخفاق البعض فى تحقيقه إلى حد ما، وإلى درجة كبيرة تمكنت المواقع من تحقيق هذا المعيار ولاسيما ما يتصل بالعناصر الآتية مثل، ضرورة الفصل بين الخير والرأى ونسب المعلومات لمصادرها والإستشهاد والتعليق على القضايا والأحداث العامة والإبتعاد عن المبالغة والتهوين وتعميم الأحكام والإتهامات ويمكن استثناء شبكة رصد من هذا المعيار وتقاربت كل من بوابة الوطن وفيتو وموقع صدى البلد فى تحقيق هذا المعيار.

يتضح ذلك فى المفردات والصياغات التالية (صرح مصدر مسئول – البوابة تناقش – التعليق على – آراء سياسية – عرض الإنجازات – إلقاء الضوء على – صرح مصدر أمنى – نقلا عن وكالة).

ونخلص مما سبق بوجة عام أن معيار الدقة الأقرب للتحقق بداخل مواقع الدراسة بإستثناء شبكة رصد ومقارنة بالمعايير الآخرى المرتبطة بأخلاقيات التغطية الإخبارية، مما يعكس أن الدقة من أساسيات التغطية الإخبارية بصرف النظر عن التوجهات الأيدلوجية والسياسية لهذه المواقع .

3- نتائج تحليل فئة التحريض على العنف والكراهية:

وتعكس نتائج التحليل الكيفى ما يلى:

- فيما يتعلق بتحليل **فئة التحريض على العنف والكراهية** بين المواقع عينة الدراسة، والتى تضمنت (التحريض على كراهية المنافس والتخوين والتشكيك فى وطنية الخصم – التحريض على إنتهاك القانون – التحريض على الفتنة).
- تباينت نتائج التحليل واختلف توظيف هذه الفئات بإختلاف طبيعة كل موقع وطبيعة الموضوعات المطروحة بها ووفقا لسياستها التحريرية وتوجهاتها.
- فنجد مثلا **موقع صدى البلد**، وظف آلية التحريض على كراهية المنافس فقط دون غيرها من الفئات وظهر ذلك فى بعض الأخبار المتعلقة بالتجاوزات الأمريكية بشأن القضايا العربية والتدخل فى الشأن العربى ونقل أخبار سلبية عن المعارضين، علاوة على تبنى الموقع سياسة التحريض على هذه الأفعال ومنه

أيضاً فهم جرائم تركيا ضد اللائجين والسوريين والتحريض أيضاً ضد أعمال العنف والإرهاب بشمال سيناء.

- كما أظهرت نتائج التحليل الخاصة **ببوابة الوطن أيضاً**، أن فئة التحريض على كراهية المنافس من أكثر الفئات المستخدمة فى الموقع، واتضح ذلك فى تقديم بعض الأخبار المتعلقة بجماعة الإخوان المسلمين، (ومنهم "أحمد موسى" يعرض صور نادرة لأبو الفتوح فى أفغانستان .. حارب لصالح أمريكا)، علاوة على نشر أخبار حول قطر وتركيا، والصراع فى اليمن والمنطقة.
- وتشابهه نتائج التحليل الخاصة **بهذه الفئة بداخل بوابو فيتو**، مع النتائج السابقة للتحليل، فى توظيف آلية التحريض على كراهية المنافس، والتى ظهرت فى الأخبار الخاصة (بالإرهابيين فى سيناء – أكثرت من الأخبار السلبية الخاصة بتركيا مثل: (تركيا بلد الرعب .. تراجعا فى الحريات – إنخفاض فى الديمقراطيات – إنتهاك الحقوق) وأيضاً الأخبار السلبية الخاصة بجماعة الإخوان المسلمين.
- إختلفت نتائج التحليل الخاصة بهذه الفئة **بداخل شبكة رصد**، حيث أظهرت نتائج التحليل التركيز على فئة التحريض على الفتنة بشكل أكبر مع التركيز على كراهية المنافس، وجاء ذلك واضحا فى بعض الأخبار المقدمة بداخل الشبكة مثال على ذلك: (فئة التحريض على الفتنة – قدم الموقع مجموعة من الأخبار التى تثير الشغب والفتن مثل: تقرير للمصرية للحقوق والحريات يقدم نظام السيسى قتل 571 شخصاً خلال 2017، علاوة عن أخبار حول اختفاء 602 حالة قسريا خلال 2017 بخلاف 160 حالة لم يتمكن من التواصل لمعلومات وافية عنهم وذلك دون أدلة أو مستندات تدلل على صحة هذه الأخبار، مما يؤدى إلى بلبلة الرأى العام وإثارة الفتن.
- تقديم أخبار حول كواليس الساعات الأخيرة قبل إعتقال الفريق سامى عنان موضحين عبارة (كان أقوى مرشح) للتشكيك فى ملابسات الإنتخابات وأجوائها.
- ثم جاءت فئة التحريض على كراهية المنافس من خلال التركيز على الأخبار الخاصة بالإرهاب والإحتلال متمثلا فى الإحتلال السورى وكراهية بعض الدول التى تشن هجوما على قطر وتركيا.

نتائج توظيف المفردات داخل حقل التحريض على العنف والكراهية:

- تمحور لغة الخطاب الإعلامي المستحدم في المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بفئة التحريض على العنف والكراهية حول كراهية الخصم من وجهة نظر هذه المواقع ووفقا لتوجهاتها وايدلوجيتها ومواقفها السياسية من المنافس، حيث تفاوتت هذه المواقع في نبذها من وجهة نظرها أو بمعنى آخر آليات الكراهية والتحريض،

- **وفي هذا الإطار تزايد إستخدام الأفعال والصفات ذات الدلالة السلبية** التي تستهدف نبذ الأفكار الهدامة والدعوات المنحرفة والتجمعات الفاسدة وإختلفت تحديد هذه الفئة من موقع لآخر، فنجد في بوابة فيتو تم التركيز على (الإرهابيين في سيناء ـ جماعة الإخوان ـ الإرهابيين في تركيا) وتمثل ذلك في بعض الصفات التي نسبت للإرهابيين في تركيا وتمثل ذلك في بعض الصفات التى نسبت للإرهابيين مثل (مجرمون تركيا تلد الرعب ـ مخيف ـ رعب ـ ترويع الآمنيين ـ مجردودن ـ غادرون ـ التسلم ـ القهر ـ معتدون ـ مفسدون ـ إعلام الإخوان ـ الموت المحقق)، **اما الافعال ذات الدلالات السلبية التي تعكس وتدين هذه الاعتداءات** الغاشمة مثل (يقتل ـ تعتدي ـ تفسد ـ تستهدف ـ إتهام ـ لا ينتمي ـ ترويع ـ الاعتداء ـ فقد- يخيف).
- في حين تمحور الخطاب الإعلامى بداخل بوابة الوطن حول كراهية الخصم المتمثل، (في جماعة الإخوان ،دولة قطر وتركيا، الصراعات في المنطقة العربية) وفى هذا الإطار تزايد إستخدام الصفات ذات الدلالات السلبية التي تعكس توجهات الموقع ضد هذه العناصر مثل (جماعة إرهابية ـ محظورة نشاطها ـ تنظيمات ـ فك الترابط ـ تهمة ـ تحريض الهجوم ـ الصراعات ـ العنف في تركيا) .
- وعلى الجانب الآخر تم تقديم الخصم فى موقع صدى البلد من خلال الأخبار الخاصة (بالإرهابيين في سيناء- جرائم تركيا ضد اللاجئين السوريين ـ التجاوزات الأمريكية بشأن القضايا العربية ـ التدخل في الشأن العربي) وذلك من خلال المفردات والصياغات التالية (مكافحة التطرف-استئصال الإرهاب – يهاجم – التعصب – العنصرية – قسوة – اهدار).
- كما إعتمد الخطاب الإعلامى بداخل شبكة رصد على التحريض على كراهية الخصم وركزت بشكل كبير على الإحتلال السوري ونبذ العنف ضد دولة قطر وتمثلت هذه الأفعال ذات المدلول السلبى في (إقتحام ـ تداهم ـ إعتقال ـ يهدد ـ يستدعى ـ تشن ـ اغتيال) ولم تعكس التغطية الإخبارية التنوع فى المحتوى الأخبارى ليشمل شبكة أوسع من الأحداث والأخبار.
- ومن خلال ما سبق نخلص إلي أن المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة إتفقت في توظيفها للعديد من الأفعال والصفات ذات الدلالات السلبية التي تعكس فئة التحريض على العنف والكراهية والمتفقه على قضايا الإرهاب باختلاف كيفية توظيفها المتمثلة في (قضايا الإرهاب الداخلي والعنف في سيناء، جماعة الإخوان، الإحتلال السوري، العنف في تركيا ـ قضايا الصراع والتداخلات الخارجية في الشأن العربي) ونجد أن آليات التوظيف إختلفت وفقا للتوجهات السياسية لكل موقع وسياسته التحريرية.

- إتفقت جميع المواقع عينة الدراسة في عدم توظيفها لما يعكس بعض فئات التحريض على العنف مثل: (التخوين والتشكيك عن وطنية الخصم ـ التحريض على إنتهاك القانون ـ التحريض على الفتنه) مما يعكس محاولة التزام المواقع عينة الدراسة إلى حد ما بالمعايير المهنية والموضوعية فى التغطية .

ثانيا: بلورة القواعد الأخلاقية وفق بنود مواثيق الشرف الإعلامى داخل الخطاب المقدم فى المواقع عينة الدراسة:

فى ضوء نظرية أخلاقيات الخطاب وفكرتها التى تسهم فى تفسير الجوانب الأخلاقية وتفعيلها داخل الخطاب الذى تقدمة وسائل الإعلام البديل، فهناك مجموعة من البنود الأخلاقية التى تتحكم فيما هو مقدم فى هذه الوسائل وكذلك فى الإختيارات الأخلاقية للأفراد لعل أبرزها المصداقية وخاصة مع المتلقى، فالوسيلة تختار بإستمرار المعلومات التى تكسبها المزيد من المصداقية لدى المتلقى ولذا جاء تفسير النتائج فى ضوء ما سبق.

نتائج تحليل فئة تقييم المصداقية داخل المواقع عينة الدراسة

إعتمدت الباحثة علي مؤشر مصداقية الإعلام المصري (63)، في التحليل الكيفى لعينة الدراسة، حيث يهدف هذا المؤشر إلي وضع معايير لتقييم المواقع والصحف الإلكترونية إعتمد المؤشر في تصنيف المواقع الإخبارية علي عنصر الحيادية والشفافية في إطار (16 مبدأ)، استعانت الباحثة ببعض منها علاوة علي بعض العناصر الأخري وتمثلت في الآتي المراحل الآتية:

المرحلة الأولي:

تقييم المصداقية الظاهرة: وتتم من خلال التعرف علي تصميم المواقع، التفاعلية معه – الروابط وسهولة الإستخدام - سهولة التصفح – كيفية توظيف الوسائط المتعددة – حداثة المعلومات .

المرحلة الثانية: وتتم وفق مستويين:

- **الأول: الخاص بالمصدر:** أي من هو ناقل الخبر أو الرسالة من الكاتب المسئول عما هو منشور من معلومات علي الموقع وكيفية التواصل معه وما هي الآراء التي يتبناها كاتب المعلومات والأخبار.
- **الثاني: الخاص بالمضمون:** ويتم الحكم عليها من خلال ما يحتوي عليه الخبر منه معلومات كاملة ناقصة أو مغلوطة - جودة المعلومات في الموقع ويتضح من خلال الإلتزام بالموضوعية الإستشهاد بالبيانات أوالإحصاءات – التفرد – توضيح الهدف من المضمون.

وبتطبيق العناصر السابقة علي المواقع عينة الدراسة اتضح ما يلي:

فيما يتعلق بحداثة المواقع وإمكانية التفاعل معها وإستخدام الروابط والوسائط المتعددة وسهولة التصفح أي المصداقية الظاهرة جاءت على النحو التالى:

نتائج التحليل على صعيد المقارنة بين المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بفئة المصداقة الظاهرة:

فيما يتعلق بحداثة المعلومات داخل المواقع عينة الدراسة:

إتفقت كل من بوابة الوطن وموقع صدى البلد فى التحديث اليومى للأخبار بداخلها حيث أن بعض الصفحات والأبواب ثابتة ولكن الأخبار في تحديث مستمر.

ولم تختلف بوابة فيتو عما سبق فيما يتعلق بحداثة المعلومات حيث أن التحديث يومي وخاصة لجميع الأخبار الإقتصادية وأخبار النفط وأسواق المال والطاقة والعقار، وتفوقت أيضاً في توظيف الوسائط المتعددة وسهولة التصفح والتفاعلية مع الأخبار والأحداث .

فى حين إختلفت شبكة رصد مع المواقع السابقة فيما يتعلف بحداثة المعلومات في الموقع حيث كان التحديث يتم على فترات غير منتظمة .

وفيما يتعلق بجودة المواقع عينة الدراسة:

- إتفقت المواقع عينة الدراسة فى قدرتها على إستخدام الوسائط المتعددة وسهولة التفاعل وغيرها من وسائل الجودة والتنظيم، ولكن بنسب متفاوته إختلفت وفق طبيعة كل موقع، فى حين جاءت شبكة رصد أقل المواقع في توظيف الوسائط المتعددة وسهولة إستخدام الروابط وكذلك إمكان التفاعل مع الأخبار والمعلومات، حيث كان شكل الموقع ثابت، لم تحرص علي تقسيم صفحاتها إلي أقسام، فكانت الأخبار بها مجرد سرد مدعومة ببعض الصور، أما موقع صدى البلد تفوق فى إستخدام وسائل الأبراز من وسائط متعددة وغيرها وأتضح أن أكثر الأساليب إستخداماً في الموقع الفيديو، ويمكن تفسير ذلك أنه موقع متابع للأحداث، لأن إستخدام الفيديو يدل علي المصداقية في نقل الحدث ولكن كان يتم تسليط الضوء علي بعض الجوانب الإيجابية بشكل كبير في هذه الفيديوهات، علاوة علي سهولة إستخدام الروابط والتصفح والتفاعلية داخل الموقع .
- وفيما يتعلق بالتنظيم داخل الموقع تم تقسيم الموقع لأقسام واضحة ومتعددة مثل (أهم الأخبار – ملفات – أخبار البلد – حوادث – رياضة – فن توك شو – برلمان – محافظات – إقتصاد – أخبار العالم – بنات البلد – متنوعات – فكر ديني – سيارات – ثقافة). وتقارب معه فى ذلك بوابة الوطن، من حيث سهولة إستخدام الروابط فتفوق الموقع في أيضاً تحقيق ذلك، علاوة علي كثرة إستخدام الوسائط المتعددة وخاصة الفيديوهات وألبومات الصور، ويمكن أن يعكس ذلك حرص الموقع علي تحقيق المصداقية في نقل التفاصيل للأحداث والأخبار لأن الصور

تدعم الموضوعات وتدلل علي مصداقيتها، وكانت هذه الصور تتناول حدث أو قضية ما مثل (جهود القوات المسلحة في سيناء، ألبوم للصور لجولات أحد المسئولين داخل بعض الأحياء، صور للحملات القومية لمحو الأمية)، علاوة علي إمكانية التفاعلية بسهولة داخل الموقع بكل الأخبار والأحداث بها .

- كما حرص الموقع علي جودة التنظيم داخل صفحاته من خلال التقسيم الآتي (الأخبار – السياسة – فني – آراء الكتاب – منوعات). (حكاوينا – البومات الصور – محافظات – عرب وعالم) مما يعكس حرص البوابة علي تغطية كافة المجالات والأخبار بشكل منظم ومتنوع .

وجاءت الأخبار بداخل بوابة فيتو أكثر تنظيماً منها في المواقع الأخري وجاءت تقسيماته علي النحو التالي: (تحقيقات – الفيديوهات – سياسة – أخبار – رياضة – حوادث – محافظات – فنون – إقتصاد – تعليم – أون لاين – منوعات – خارجي الحدود – ثقافة – تكنولوجيا - توك شو – سيارات – صحافة المواطن – ساخرون)، ويمكن تفسير ذلك بحرص البوابة علي التنوع والتنظيم في تقديم المعلومات والأخبار كشكل من أشكال التميز والمصداقية ولتسهل علي القارئ الحصول علي ما يريد من معلومات وإمكانية التفاعل معها .

ونخلص مما سبق أن المواقع السابقة عينة الدراسة حرصت علي تحقيق عنصر المصداقية الظاهرة والتي اتضحت من خلال الفئات الشكلية بنسب متفاوتة بين هذه المواقع ولكنهم اتفقوا علي حرصهم علي التحديث اليومي للأخبار والمعلومات فيما عدا شبكة رصد، واختلفوا إلي حد ما في سهولة التصفح وجودة الموقع وسهولة إستخدام الروابط والتفاعلية .

نتائج تحليل المرحلة الثانية من معيار المصداقية الخاص بالمصدر :

نتائج التحليل على صعيد المقارنة بين المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بمعيار مصداقية المصدر:

إختلفت المواقع عينة الدراسة فى المصدر المسئول عن نقل الاخبار بداخلها حيث أوضحت نتائج التحليل بداخل بوابة فيتو أن المحررين بداخل البوابة هم المسئولين عن نقل الأخبار والمعلومات، ويذكر في كثير من الأحيان أسم المحرر، كما أن هناك إمكانية للتواصل بداخل البوابة فقط للتعليق أو التعقيب أو الاستفسار، ولكن لا توجد إمكانية للتواصل مع المحررين انفسهم، بالإضافة إلي الإستعانة ببعض كتاب الرأي والصحفيين للكتابة داخل البوابة، وكثير من الأحيان يتم ذكر المصدر "تحت عبارة.. كشفت مصادر خاصة" ولم تصرح البوابة بمسئوليتها عن كثير من الأخبار ربما يفسر ذلك في إطار التوجهات السياسية للموقع .

فى حين اتفق كل من **موقع صدى البلد، وبوابة الوطن،** فى اعتمادهم على المحررين كمصدر للأخبار بداخلهم.

كما أن موقع صدى البلد حرص على الإستعانة بالأخبار من وكالات الأنباء أو تصريحات لبعض المسئولين مثل "نائب رئيس الائتلاف أو برلماني – بعض الوزراء- نقل المعلومات من بعض مراكز استطلاعات الرأي، وأوضحت النتائج أيضاً أن التواصل يتم مع ومن خلال الموقع لا الكاتب وذلك من خلال تعليقاته كما أن الموقع يطالب الجمهور بترك الاسم والإيميل للرد علي تعليقاته، ويمكن تفسير ذلك بمسئولية الموقع عن كل ما ينشر بداخله علاوة علي حرصه علي التفاعل مع جمهور القراء وتعدد وتنوع مصادر المادة الصحفية بداخل بشكل أكبر من غيره، ويعكس ذلك سعى الموقع لتحقيق المصداقية إلى حد ما بداخلة من خلال تنوع المصادر التى يستقى منها المعلومات.

حيث إتفقت معه فى ذلك بوابة الوطن، علاوة علي بعض الكتاب، كما أن البوابة تميزت بترك مساحة كبيرة لأساتذة الإعلام والصحفيين لتقديم بعض المواد والآراء بحرية داخل البوابة أمثال (د/ محمود خليل أستاذ الصحافة والإعلام بكلية الإعلام جامعة القاهرة، د/ ناجح ابراهيم وخالد منتصر، عماد الدين أديب)، وإتاحة الفرصة لبعض المسئولين والخبراء والنواب في البرلمان لتقديم الأخبار والتصريحات والتعقيب على بعض الأحداث، كما سمح الموقع بتقديم نبذة مختصرة عن العديد من الكتاب وعدد من المقالات المنشورة لهم.

فى حين اختلف الأمر كثير بداخل شبكة رصد، حيث لم تذكر الشبكة كثيراً عن مصادر الأخبار بها والمحررين لديها ولا تذكر اسم الناشر، بل اكتفت بالإشارة إلي (صرح الخبير أو صرح المصدر فلان، علاوة علي صعوبة التواصل مع أى مصدر سواء من خلال الرد على التعليقات أو التواصل بشكل مباشر وما ينعكس ذلك علي مصداقية المعلومات داخل الشبكة ومصداقية المصادر التى تستقى منها الأخبار ويمكن إرجاء ذلك إلي طبيعة التوجهات السياسية للموقع .

نتائج تحليل المرحلة الثانية من معيار المصداقية الخاصة بالمضمون:

يتم تحليل مصداقية المضمون المقدم فى المواقع عينة الدراسة من خلال التركيز على بعض المعايير مثل، وما تحتوى علية من معلومات ناقصة أو كاملة، مدي الإلتزام بالموضوعية، الإستشهاد بالبيانات والإحصاءات، وتوضيح الهدف من المضمون.

نتائج التحليل على صعيد المقارنة بين المواقع عينة الدراسة فيما يتعلق بمصداقية المضمون:

إتفقت المواقع عينة الدراسة فى قدرتها على التغطية الإخبارية ولكنها تباينت فى توضيح الهدف من المضمون، حيث أوضحت نتائج التحليل الخاصة **بموقع صدي البلد**، الحرص إلى حد ما علي توضيح الهدف من المضمون المقدم من **خلال الشرح والتفسير** ومتابعة الأحداث والتعليق عليها، علاوة علي الرد علي الأخبار المغلوطة والشائعات مثل "**خبر امتلاك أحمد موسي حساب علي تويتر لنشر استفتاء عن انتخابات الرئاسة**"، وإلقاء الضوء علي بعض قضايا الفساد، وسعي الموقع إلي تقديم معلومات مفصلة إلي حد ما، ولكن يؤخذ علي الموقع التحيز إلي حد كبير لمؤسسات الدولة ويمكن إرجاع ذلك إلي التوجه السياسي والايدلوجى للموقع ونمط ملكيتة مما يجعل له مصالح متشابكة مع السلطة، استعان الموقع بالإستشهاد في بعض الأخبار وخاصة أخبار الحوادث وأخبار الإقتصاد.

وإتفقت معها فى ذلك **ببوابة فيتو، فتصدرت أهداف الشرح والتفسير** لبعض القضايا مثل قضية القدس وسياسة التبرير والنقد في بعض الأحيان – والتوضيح – وعرض معلومات مفصلة عن بعض القضايا مثل سد النهضة، قائمة الأهداف الرئيسية للبوابة علاوة على بروز المصادر الرسمية فى التغطية الإخبارية الرئيسية ولاسيما السياسة فهم حظوا بميزة فى الاستحواذ على اهتمام وسائل الإعلام بشكل عام التى تدعم فى الغالب هياكل النفوذ والسلطة القائمة وكذلك والمواقع الإخبارية بشكل خاص.

وسعت البوابة فى بعض الأخبار **للإستشهاد بالبيانات والإحصاءات** مثل "نسبة الأعضاء في البرلمان للتصويت علي إجراء تعديل وزاري علي مواد الدستور". ولكن يؤخذ علي الموقع تبنيه آراء مواتية للسلطة ومؤسسات الدولة ويمكن تفسير ذلك وإرجاعه للسياسة التحريرية للبوابة وتوجهاتها.

فى حين تصدرت التغطية الإخبارية **فى بوابة الوطن** للأحداث الداخلية والخارجية والشأن العام وتصرفات المسئولين والإنجازات الحكومية بداخل البوابة أى التبرير والدعم أكثر من الشرح والتفسير، مثل تغطية كثير من الأحداث (نشر موضوع حول مطالبة المحاجر الغير مرخصة علي تقنين أوضاعها)" وتفاصيل حول قضايا اجتماعية لنشر ثقافة التسامح، والتوسع في نشر الآراء حول بعض الموضوعات" (طرح موضوع مخاطر الشيعة السياسية) بجانب تفرد البوابة في نشر بعض الموضوعات الجديدة مثل "تسريبات ماسبيرو"، أى أن اسلوب الوصف التقريرى والأسلوب السردى كان الأكثر توظيفا بداخل البوابة

أما شبكة رصد اقتصر الهدف من المضمون علي النقد اللاذع لمؤسسات الدولة والحكومة ومتابعة الأحداث والإعلام فقط، دون تقديم أدلة أو معلومات مفصلة، وترك المجال للمحررين بها والصحفيين للإختيار الأخبار وتنظيمها واضفاء الجانب الشخصى لمجريات الحدث بهدف التأثير فى الرأى العام والقارئ أو بغرض الإثارة

أو بهدف تفسير الحدث والتعليق علية، ويمكن تفسير ذلك فى إطار السياسية التحريرية للموقع والقائمة على التوجهات المعارضة للسلطة والنظام الحاكم.

ثالثا: نتائج تحليل القوى الفاعلة الواردة فى خطاب المواقع عينة الدراسة:

جدول رقم (3)

يوضح تحليل القوي الفاعلة داخل الخطاب الإعلامي للمواقع عينة الدراسة وعلاقتها بتحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامي .

المواقع محل الدراسة / القوى الفاعلة	بوابة فيتو		بوابة الوطن		شبكة رصد		موقع صدي البلد		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
رئيس الجمهورية	25	18.4	15	10.9	10	24.3	20	10.9	70	14.1
الأحزاب السياسية	2	1.5	-	-	-	-	-	-	2	0.40
مؤسسات الدولة	17	12.5	23	16.7	5	12.2	37	20.3	82	16.5
القوي السياسية	22	76.2	37	27.1	7	17.1	45	24.6	111	22.14
الكتاب والمحللون	35	25.7	32	23.4	7	17.1	20	10.9	94	18.9
الشخصيات العامة	25	18.14	10	7.3	7	171	38	20.7	80	16.1
القوي الخارجية	10	7.3	20	14.6	5	12.2	23	12.6	58	11.6
المجموع	**136**	**800**	**137**	**100**	**41**	**100**	**183**	**100**	**497**	**100**

يتضح من الجدول السابق مدى التباين والتنوع فى أنماط القوى الفاعلة داخل الخطاب الإعلامى للمواقع عينة الدراسة وعلاقتها بأخلاقيات التغطية الإخبارية، حيث تشير النتائج أن الفاعلين الأكثر حضورا فى خطاب المواقع عينة الدراسة هم القوى السياسية فحصلت على نسبة (22.4%) من إجمالى القوى الفاعلة، حيث تلعب القوى السياسية الدور الأكبر فى الحياة السياسية وبالتالى تكون محور الأحداث فى معظم المواقع الإخبارية، ثم جاء الكتاب والمحللون فى الترتيب الثانى بنسبة بلغت (18.9%)، مما يعكس تفوق المواقع عينة الدراسة فى تفعيل دور الكتاب والمحللين كمصادر غير رسميه للأخبار وربطها بإستراتيجية التغطية فى كل موقع وفق ايدلوجيته الفكرية، ثم جاء دور مؤسسات الدولة الذى حلت فى الترتيب الثالث بنسبة (16.5%) مما يجسد ذلك مزيجا من التحيز الإجرائى والايدلوجى المستقطب نحو السلطة ومؤسسات الدولة وهو ما يتفق أيضاً مع تمثيل القوى السياسية بشكل كبير أيضاً، وتله الشخصيات العامة بنسبة (16.1%) باعتبارها مادة خصبة للكثير من الأخبار فى مثل هذه المواقع، ثم جاء رئيس الجمهورية فى الترتيب الخامس فى سلم القوى الفاعلة بنسبة (14.1%) ويمكن تفسير ذلك بمحاولة التزام هذه المواقع بمعيار الحيادية وعدم التحيز لرئيس الدولة باعتبارة ذات تاثير على مجريات الأحداث وعلى الساحة السياسية، وجاءت القوى الخارجية بنسبة (11.6 %)، بينما حلت الأحزاب السياسية فى الترتيب الأخير بنسبة (0.40%) .

وكشف الجدول السابق، أن المواقع عينة الدراسة تعرض الباحثه تحليلا كيفيا للقوى الفاعله التى وردت فى خطاب المواقع عينة الدراسة من حيث الصفات المنسوبه لهم وإتجاهاتهم الإيجابية والسلبية.

أولا : التصور الخاص باتجاه سمات دور القوى الفاعله بالمواقع عينة الدراسة

جدول رقم (4)

يوضح اتجاه سمات دور القوي الفاعلة بالمواقع عينة الدراسة

المواقع	فيتـو		الوطـن		رصـد		صدي البلد		الإجمالي	
إيجابي	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
إيجابي	92	74.2	67	57.3	-	-	120	75	279	63.8
سلبي	32	25.8	50	42.7	36	100	40	25	158	36.2
المجموع	**124**	**100**	**117**	**100**	**36**	**100**	**160**	**100**	**437**	**100**

يتضح من بيانات الجدول رقم (4)، أن اتجاه سمات دور القوى الفاعلة التى تضمنها الخطاب الإعلامى تجاة أخلاقيات التغطية فى المواقع عينة الدراسة جاءت بنسبة (63.8) إيجابية، وبنسبة (36.2) سلبية .

وتشير النتائج إلى غلبت النبرة الإيجابية داخل مضمون الأطروحات التى تبناها الخطاب الإعلامى فيما يتعلق بوصف الفاعلين فى الخطاب الإعلامى، ويظهر هذا واضحا فى المضمون المقدم فى موقع صدى البلد جاء بنسبة (75%) مقابل (25%) من السمات السلبية، تلها فى نفس الاتجاة بفارق بسيط بوابة فيتو بنسبة (74.2%) مقابل (25.8%) للسمات السلبية أيضاً، ثم بوابة الوطن بنسبة (57.3%) مقابل (42.7%) للسمات السلبية، وإختلفت النتائج بشكل كبير بداخل شبكة رصد حيث اختفت السمات الإيجابية فى الخطاب والمضمون المقدم وجاءت بنسبة (100%) من السمات السلبية للقوى الفاعلة التى وردت فى خطابها.

وهذا يعكس سيطرت الصفات والأوصاف الإيجابية للفاعلين على أطروحات المواقع بإستثناء شبكة رصد، وظهر ذلك واضحا من خلال التركيز فى لغة الخطاب على الإنحياز اللسلطة ومؤسسات الدولة والمسئولين والتركيز على صفاتهم وأدوارهم الإيجابية وعدم التركيز على جوانب الاخفاق أو الجوانب السلبية، بإستثناء شبكة رصد نظرا لتواجهها السياسى إنعدمت بداخلها لغة الخطاب الإيجابى.

ثانيا: التصور الخاص بالصفات المنسوبه لأبرز للقوى الفاعله فى المواقع عينة الدراسه

جدول رقم (5)

يوضح الصفات المنسوبة لأبرز القوي الفاعلة في المواقع عينة الدراسة

القوي الفاعلة	بوابة فيتو				بوابة الوطن				شبكة رصد				موقع صدي البلد			
	الصفات الإيجابية		الصفات السلبية		الصفات الإيجابية		الصفات السلبية		الصفات الإيجابية		الصفات السلبية		الصفات الإيجابية		الصفات السلبية	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
القوي السياسية	17	18.4	5	95.7	22	32.8	15	30	-	-	7	19.5	35	29.1	10	25
مؤسسات الدولة	13	32.2	4	125	13	39.4	12	20	-	-	5	13.8	30	25	7	17.5
المحللون والكتاب	26	28.3	9	28.1	17	25.3	15	30	-	-	7	19.5	15	12.5	5	12.5
الشخصيات العامة	16	12.3	9	28.8	5	7.5	5	10	-	-	7	19.5	25	20.8	13	32.5
رئيس الجمهورية	20	21.8	5	12.6	10	14.9	5	10	-	-	10	27.7	15	12.5	5	12.5
المجموع	**92**	**100**	**32**	**100**	**67**	**100**	**50**	**100**	**-**	**-**	**36**	**100**	**125**	**100**	**40**	**100**

نتائج التحليل داخل بوابه فيتو:

وتشير نتائج الجدول السابق إلي غلبت النبرة الإيجابية داخل المحتوي المقدم بداخل بوابة فيتو، فبينما يتعلق بوصف الفاعلين داخل الخطاب، وجاء ذلك واضحاً في تمثيل المحللون السياسيين والكتاب بنسبة (28.3%) من الصفات الإيجابية مقابل (28.1%) من الصفات السلبية، حيث إعتمدت علي آراء المحللون والكتاب في تفسير وتحليل العديد من الموضوعات والقضايا المطروحة علي الساحة بما يتوافق مع توجهاتها ويخدم أهدافها ويدعم موقفها الإيجابي الداعم للحكومة **وظهر ذلك واضحاً** فى بعض الأمثله التى تعكس:

الصفات الإيجابية مثل:

(الكاتب أحمد إبراهيم 2018 يمثل عام الصناعة)، (سيد علي يصرح .. ما علي السيسي فعله أكثر من ذلك)، (أحمد محمد عبدالعزيز يكتب عدم المشاركة في الإنتخابات انتحار سياسي) (عبدالقادر شهيب.. لن تنالوا من السيسي) (محمد حسن

الألفي .. تم بحمد الله دفن 25 يناير)، (خبير عسكري يشيد بأقتراح السيسي بشأن سد النهضة) .

أما الأمثله التى عكست الصفات السلبية جاءت على النحو التالى:

(لماذا يعاني الناس الفقر رغم تحسن الإقتصاد)، (علي هاشم... انحطاط اخلاقي ونخبة خاملة)، (عمرو أديب... منتقدا شيخ الأزهر)، (المسكوت عنه في انتخابات الرئاسة).

الصفات الإيجابية الخاصة برئيس الجمهوريه كقوى فاعلة

بينما جاء رئيس الجمهورية في المرتبة الثانية من حيث الصفات الإيجابية ببوابة فيتو بنسبة (21.8%) مقابل (15.6%) من الصفات السلبية، حيث مثل رئيس الجمهورية هدفاً أساسياً للتغطية الإخبارية بشكل إيجابي مع تقليل إستخدام المفردات ذات الطابع السلبي ويمكن إرجاع ذلك للتوجهات السياسية لهذا الموقع والتي تتوافق مع توجهات الحكومة وربما لا يتوافق ذلك مع أخلاقيات الخطاب الإعلامي أثناء التغطية الإخبارية، وظهر ذلك في الأمثلة الآتيه (الرئيس السيسي ومكافحة الإرهاب)، (السيسي المصريون ساعدوني في كل المراحل) نشاط مكثف للرئيس السياسي في أسبوع)، (السيسي أحنا أقويا بالمصريين وأصرارهم بالنهوض ببلدهم) .

الصفات السلبية:

تناول الموقع رئيس الجمهورية ببعض الصفات السلبية بنسبة بسيطة منها: (السيسي فقد جزءاً كبيراً من شعبيته بسبب الإصلاح الإقتصادي) – (السيسي ينفعل علي مذيعة حكاية وطن) .

نتائج التحليل داخل بوابة الوطن:

وتقاربت النتائج إلي حد ما في بوابة الوطن من حيث تقارب إستخدام النبرة الإيجابية داخل مضمون الأطروحات المختلفة التي تبناها الموقع عينة الدراسة، حينما يتعلق بوصف الفاعلين في المضمون الإخباري المقدم ويظهر هذا واضحا حيث جاءت التغطية الإيجابية بنسبة (57.3%) مقابل (42.7%) للتغطية السلبية، مما يعكس محاولة البوابة الإلتزام بالحيادية فى التغطية، ويمكن إرجاع ذلك للتوجه السياسى المعتدل للبوابة .

الصفات الإيجابية الخاصة بالقوى الفاعلة بداخل البوابة:

عكس المضمون الأخباري المقدم في بوابة الوطن إرتفاع نسبة الصفات الإيجابية الخاصة بالقوي السياسية كقوى فاعلة بنسبة (32.8%) وتمثلت القوى السياسية في الوزراء والمسئولين ورؤساء الهيئات وتجلي ذلك واضحاً في مجمل تكراراته في الإشادة بدور الحكومة علي لسان بعض القوي السياسية أو وصف هذه

القوي ببعض الصفات الإيجابية مثل: (رئيس التنظيم والإدارة... تحسن ملحوظ في الإقتصاد خلال الفترة الأخيرة) – (إستمرار جولات مديري الأمن علي مستوي الجمهورية للاطمئنان علي حالة الاستقرار الأمني) – (نائب وزير الزراعة تفقد تطوير بحيرة قارون) – (الوزراء بدء اجتماعات الجيش والشرطة لمواجهة الإرهاب) .

كما جاء توظيف المحللون والكتاب تقوي فاعله في بوابة الوطن في الترتيب الثاني من حيث الصفات الإيجابية بنسبة (25.4%) وجاءت علي النحو التالي**:** من خلال توظيف بعض المفردات الإيجابية من خلال كتابتهم وتحليلتهم مثل: (السياحة المصرية ستعود إلي معدلاتها الطبيعية خلال عامين. خبير في السياحة)، (خبير عسكري.. سيناء 2018 تقطع أحد أذرع مخطط الشرق الأوسط)– (عادل نعمان.. دعوة لإنشاء حزب ليبرالى تنويرى)، (حسين القاضى... رسالة إلي الجنود الأبرار في سيناء) .

الصفات السلبية:

وتساوت نسبة تمثيل الصفات السلبية بكل من القوي السياسية والكتاب والمحللون من خلال الأطروحات المستخدمة داخل بوابة الوطن جاءت بنسبة (30%) لكل منه وتجسد ذلك من خلال إستخدام بعض القوي السياسية للصفات السلبية يوصف بعض الأخبار مثل (استفحل الفساد الإداري في مصر حتي أصبح أسلوب حياة)، (أزمة الزراعة بين روتين لجان المخصبات والمبيدات) .

أما فيما يتعلق بالصفات السلبية للكتاب والمحللون جاءت من خلال وصف وتحليل الأحداث والأخبار والتعليق عليها، وجاءت علي النحو التالي: (عماد الدين أديب .. هل يكتسب حالة من الغباء الانتحاري.. نحن في حالة استغراق كل ما يشبه الغيبوبة) (أحمد موسي.. خطط اغتيال تحاك للسيسي يومياً جوه وبره) (بعض المحللون.. عمال بلا أجور ولا تأمينات البركة في البقشيش والبونص) .

نتائج تحليل القوى الفاعلة داخل شبكة رصد:

كما تعكس نتائج الجدول لسابق اختلاف الأمر فيما يتعلق بشبكة رصد، حيث اختفت النبرة الإيجابية وعلت النبرة السلبية في أثناء التغطية بنسبة (100%) مقابلة (صفر%) للتغطية الإيجابية، مما يعكس اتجاه التحيز داخل الموقع، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة التوجهات السياسية للموقع والإيدلوجية الفكرية والسياسية التي تحكم آليات العمل بداخله .

فجاء رئيس الجمهورية في الترتيب الأول بنسبة (27.7 %) للصفات السلبية من خلال الأطروحات المستخدمة أثناء التغطية بداخل الشبكة حيث اهتم الخطاب بتوجيه النقد الدائم لرئيس الجمهورية والتشكيك في انجازاته ومحاولة إسكات أصوات

المعارضة وظهر ذلك في (السيسي.. ينفعل علي مواطن ساله.. حتي يري نتائج مشروعاتك القومية)، (السيسي يصف اعتراضه علي قرار ترامب بشأن القدس بأنه خلاف بين أصدقاء)

نتائج تحليل القوى الفاعلة بداخل موقع صدى البلد :

وفيما يتعلق بموقع صدي البلد إتفقت نتائج التحليل بداخل موقع صدي البلد مع نتائج التحليل بداخل فيتو، من حيث غلبة إستخدام النبرة الإيجابية داخل مضمون الأطروحات المقدرة بداخل البوابة بنسبة (75%) مقابل (25%) للنبرة السلبية التي تعكس إتجاهاته القوي الفاعلة وسمات دور القوي الفاعلة بداخل المواقع عينة الدراسة.

الصفات الإيجابية الخاصة بالقوى الفاعلة بداخل الموقع:

عكس المضمون الأخباري المقدم بداخل موقع صدى البلد إرتفاع نسبة الصفات الإيجابية الخاصة بالقوي السياسية كقوى فاعلة بنسبة (29,1%) وتمثلت القوى السياسية في الوزراء والمسئولين ورؤساء الهيئات وتجلي ذلك واضحاً في مجمل تكراراته في الإشادة بدور الحكومة علي لسان بعض القوي السياسية أو وصف هذه القوي ببعض الصفات الإيجابية مثل: (الدولة ومؤسساتها تبنى قواعد المجد.. كمل واحنا معاك)، (الحكومه والبرلمان خلال فعاليات الملتقى الثالث للاستثمار) ، (الزراعة والتموين توقعان بروتوكول تعاون لتوفير رؤوس الماشية) .

الخاتمة

تنتمى هذه الدراسة إلى حقل الدراسات الوصفية التى تسعى إلى وصف وتحليل مستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب فى المواقع الإلكترونية الإخبارية فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب، بهدف الوصول إلى مواثيق تتلائم مع البيئة الإتصالية التى تحكم وسائل الإعلام البديل.

استهدفت الدراسة الكشف عن مستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب فى المواقع الإلكترونية الإخبارية فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب وذلك من خلال رصد وتحليل التجاوزات الأخلاقية للخطاب الإعلامى فى المواقع عينة الدراسة، والوصول للضوابط والمعايير التى تتطابق إلى حد ما مع ما قدمة هابرماس من أخلاقيات الخطاب وأشكالة من آليات التحيز ومدى الإلتزام بالدقة والموضوعية والمصداقية وإحترام الرأى الآخر.

وسعت الدراسة إلى الدمج بين التحليل الكمى والكيفى من خلال التكامل بين الأدوات المستخدمة، حيث إعتمدت على أداتى تحليل القوى الفاعلة وحقول الدلالة فى تعميق نتائج تحليل المحتوى.

وكشفت نتائج الدراسة المتعلقة بأخلاقيات الإعلامى فى المواقع الإلكترونية الإخبارية فى إطار نظرية أخلاقيات الخطاب والتى تؤكد على فكرة أساسية محوارها هو كيفية الخروج بآلية تعامل مع وسائل الإعلام البديل مع الجوانب الأخلاقية.

من خلال ما سبق، وفى إطار محاولة رصد وتحليل مستويات الإلتزام بأخلاقيات الخطاب داخل المواقع عينة الدراسة وفى ضوء معطيات نظرية أخلاقيات الخطاب يمكن الخروج بالآتى:

- فى ضوء نظرية أخلاقيات الخطاب وما وضعه هابرماس من الضوابط والقواعد التى تعكس أخلاقيات الخطاب والتى تعكس التداعيات والتحديات المرتبطة بالسياقات الإتصالية التى أفرزتها العولمة والتى تتناسب مع المحتوى الإلكترونى والتى ارتكزت على ضرورة الاستقلالية عن الدولة والسلطة السياسية، اتضح إرتفاع معدلات التحيز فى الخطاب الإعلامى فى المواقع الإلكترونية الإخبارية عينة الدراسة، الأمر الذى يعكس غلبة الطابع السياسى الأيديولوجى
- على الطابع المهنى الموضوعى، حيث تباينت معايير التحيز المهنية بين المواقع حيث تقدمت فى مواقع مقابل اخفاقها فى الأخرى وربما يرجع ذلك إلى طبيعه المادة الإعلامية المقدمة فى وسائل الإعلام البديل والتى تتطلب إعادة الهيكلة بما يتفق مع البنود والمواثيق الأخلاقية التى تحكم بيئة العمل الإلكترونى .
- وتوضح نتائج الدراسة أيضاً، حرص بعض المواقع على تحرى الدقة إلى حد ما أثناء التغطية الإخبارية، لاسيما فى بعض المعايير دون الأخرى مثل: تجنب تشوية الحقائق وإستخدام الصور المضللة، فى حين أن البعض اخفق فيها ، وجاءت شبكة رصد فى المقدمة وخاصة فيما يتعلق بعناصر الاستدلال ونسب المعلومات لمصادرها وضرورة فصل الخبر عن الرأى، حيث غلبت شخصية المحررين على التغطية بداخل الشبكة وبروز الرأى المباشر داخل التعليقات على التغطية بداخل الشبكة والأخبار والتعقيب على تصريحات المصادر.
- كما يتضح تصدر الأخبار السياسية وخاصة ذات الصلة بالسلطة والحكومة والإنجازات الحكومية التغطية الإخبارية لمعظم الأحداث الجارية وخاصة بداخل بوابة فيتو وصدى البلد، ثم الأخبار الإقتصادية، كما حرصت جميع المواقع بشكل عام على تقديم مزيج من الأخبار المتنوعة فى المجالات المختلفة حتى تكتمل شكل التغطية الإخبارية بها .

- تباين توظيف بعض الفئات فى المواقع عينة الدراسة وخاصة فئة التحريض على العنف والكراهية باختلاف طبيعة كل موقع وطبيعة الموضوعات المطروحة ووفقا لسياستها التحريرية وتوجهاتها ولغة الخطاب بها ، فهناك من وظفه تجاة سياسة التجاوزات الأمريكية بشأن القضايا العربية، وهناك من وجهة تجاة بعض القوى الخارجية ، واخر تجاة الأحداث الداخلية .

- أما على مستوى القوى الفاعلة داخل الخطاب، فقد مثلت القوى السياسية أكثر الفاعلين حضورا فى الخطاب الإعلامى للمواقع وفى ضوء بروز القوى السياسية كقوة فاعلة ظهرت قوى فاعلة تدعم خطاب القوى السياسية مثل مؤسسات الدولة والمحللين السياسين، وانعكس ذلك بشكل واضح على لغة الخطاب الإعلامى المستخدم حيث غلبت النبرة الإيجابية داخل مضمون الاطروحات التى يتبناها الخطاب الإعلامى للمواقع عينة الدراسة، وتصدر الإنجازات الحكومية صدارة التغطية الإخبارية بما يتنافى مع أخلاقيات الخطاب التى وضعها هابرماس .

- كما تعكس النتائج سيطرت الصفات والأوصاف الإيجابية للفاعلين على أطروحات المواقع بإستثناء شبكة رصد، وظهر ذلك واضحا من خلال التركيز فى لغة الخطاب على الإنحياز للسلطة ومؤسسات الدولة والمسئولين والتركيز على صفاتهم وأدوارهم الإيجابية وعدم التركيز على جوانب الإخفاق أو الجوانب السلبية، بإستثناء شبكة رصد نظرا لتواجهها السياسى إنعدمت بداخلها لغة الخطاب الإيجابى.

إذا كانت هذة الدراسة تأتى فى إطار الدراسات الكيفية التى تتعلق بالمجال العام الافتراضى، وبأخلاقيات الخطاب بداخلة، وطبيعة الجمهور المتعامل مع الإنترنت وطبيعة المادة الإعلامية المقدمة بوسائل الإعلام البديل، ودرجة الوعى بطبيعة المحتوى الإلكترونى لدى القائمين على هذة الوسائل، واستنادا إلى نظرية أخلاقيات الخطاب لهابرماس، فإن الحاجة تدعوا لمزيد من الدراسات التى تتبنى خطاب إعلامى متوازن قائم على المصداقية مع المتلقى واحترام الرأى والرأى الآخر والمهنية والابتعاد عن التحيز السياسى والايدلوجى والتاكيد على حاجة الجمهور إلى المعرفة والالتزام بمواثيق الشرف الإعلامى التى تحكم بيئة العمل الإلكترونى .

المراجع

(1) اتحاد الصحفيين العرب – الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان، 19 أبريل 2010 At (http://www.anhri.net/mena/faj/pr040000. htm)

(2) يحي بوتردين ، تحليل الخطاب الفائق من الشفهية إلي التواصل الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولى الأول فى تحليل الخطاب يومى 11–13 مارس 2003،At: {http://www.Pdffactory.com}

(3) شريف درويش اللبان، الضوابط الأخلاقية والتشريعية لشبكات التواصل الإجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافة (القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة ، العدد الثانى، أبريل – يونيو 2015) ص ص 35.

(4) أحمد كردى، أخلاقيات العمل الإعلامى الإلكترونى عبر الانترنت، 2011، At: {http://www.ahlubaitonline.com}

(5) رامى عزمى عبد الرحمن، تحليل لغه الخبر السياسى فى الخطاب الإعلامى المكتوب... مثال من حرب لبنان 2006، (الأردن: كلية الآداب ،الجامعة الهاشمية، 2009 ، دار المنظومة) At: {http://www. mandumah.com/record/748181}.

(6) عقيل هايس عبد الغفور، الخطاب الصحفي لقضايا الإصلاح السياسي العراقي ... دراسة تحليله مقارنه بالتطبيق علي صحف الأهرام الدولي– الحياه اللندنية– القدس العربي خلال الفترة 2010– 2–12، المجلة العلمية لبحوث الصحافة [جامعة القاهرة: كلية الإعلام، العدد5، يناير– مارس 2016) ص 311–312

(7) مروه محمد علي، العوامل المؤثرة في بنية خطاب التطبيع الإقتصادي مع اسرائيل ، رسالة ماجستير غيرمنشوره [جامعه القاهرة ، كلية الإعلام ، قسم الصحافة ، 2012] ص 65.

(8) Klaus Jensen, Hand book of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies (routledge, London ,New york ,2012)p.p 113

(9) خالد جمال عبده، معالجه الأحداث والقضايا المصرية في قناتي البي بي سي BBC البريطانية والسي إن إن CNN الأمريكية، رسالة دكتوراه غير منشورة [جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الإذاعة والتليفزيون، 2017] ص 47.

(10) سهام محمد عبد الخالق، الخطاب الإعلامي للقوي السياسية في البرامج الحوارية بالقضائيات.. دراسة تحليليه بالتطبيق علي الانتخابات البرلمانية 2011، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (جامعة القاهرة: كليه الاعلام, العدد 48، يوليو – سبتمبر 2014)0 ص 496.

(11) شيماء أنور محمد، المعالجة الصحفية للسياسة الخارجية الأمريكية نحو العالم العربي في الصحف الأمريكية .... دراسة تحليله مقارنة رسالة ماجستير غير منشوره [جامعه عين شمس، كلية الأداب: قسم علوم الإتصال والإعلام، 2007] ص 105– 106.

(12) محمد شومان، تحليل الخطاب الإعلامي، اطر نظرية ونماذج تطبيقية [الدار المصرية اللبنانية، 2007] ص 27.

(13) محمد سعد ابراهيم، خطاب العولمة والهويه في وسائل العلام الإمريكية الموجه بالعربية وانعكاساته علي استجابات الشباب، المؤتمر العلمي السنوى العاشر ، الإعلام المعاصر والهوية العربية [القاهرة :كلية الاعلام، الجزء الاول 4–6 مايو 2004] ص 69.

(14) ايمان نعمان جمعه، معالجه قناع الجزيرة لقضيه اسلحه الدمار الشامل العراقية – مرحلة ما قبل الحرب دراسة تحليله لأخلاقيات الممارسة الإعلامية... المؤتمر العلمي السنوي التاسع.. أخلاقيات الإعلام بين النظرية والتطبيق ، الجزء الأول– مايو 203 ، ص 196.

(15) Klaus Jensen, Hand book of media and communication Research; qualitative and quantitative Methodologies Rutledge, London New york , 2012) p 113.

(16) خالد جمال عبده، مرجع سابق ، ص 58.

(17) يحي بوتر دين، تحليل الخطاب الفائق من الشفهية إلي التواصل الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة للملتقى الدولى الأول فى تحليل الخطاب يومى 11-13 مارس 2003 ، جامعة ورقلة
At: {http://www.Pdffactory.com}

(18) ماهيناز رمزي محسن، أخلاقيات ممارسة الحق في النقد داخل الخطاب الإعلامي لمحطات الراديو الإلكترونية المصرية على شبكة الأنترنت، مرجع سابق .

(19) Antje Gimmler , "the Discourse Ethics of Jürgen Hebermas", Literature for philosophe, Universidad Bamberg, Home page for Academic Dialogue on Applied Ethics.

(20) Brislin Tom, Empowerment as a universal ethic in global journalism, Journal of Mass media Ethics, Vol 19, No 2 , 2004, p .132.

(21) ماهيناز رمزي محسن ، مرجع سابق ، ص 287.

(22) Shaver, Daniel," the relationship between audience Media ethics value congruency and trust", un published phD, university of North Carolina, 2001, p 32.

(23) شيرين محمد كدواني، أخلاقيات النفاس السياسي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية... دراسة تطبيقية في إطار نظرية المجال العام، المؤتمر العلمي الدولي الحادي والعشرون [جامعة القاهرة: كلية الاعلام، مايو 2015] الإعلام وبناء الدولة الضوابط المهنية والتشريعية وأخلاقيات الممارسة، ص 370- 371.

(24) Lincoln Dahlberg. Computer- Mediated Communication and the public sphere; critical analysis, Journal of Computer mediated Communication, vo17. No1 October 2001, at (http:11 Jcmc. Indiana. edu/ vo17/ issue/ dah1berg.htm)

(25) ميرال مصطفى عبد الفتاح، الخطاب الإعلامى للمواقع الإلكترونية للقنوات الإخبارية الدولية فى تغطية الانتخابات البرلمانية المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأى العام (القاهرة: كلية الإعلام – المجلد السادس عشر – العدد الأول/ يناير- مارس 2017)

(26) شيماء الأمير عباس، الخطاب الصحفي الإلكتروني في الصحافة الدمولية نحو أحداث ثورة 25 يناير 2011، دراسة تحليلية مقارنة علي موقعي النيويورك تايمز الأمريكية والجارديان البريطانية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة المنوفية، كلية الآداب، قسم الاعلام، 2016) .

(27) مى محمد جمال الدين، إتجاهات الخطاب الإعلامى للمواقع الإلكترونية الأجنبية على شبكة الإنترنت نحو الإسلام.. دراسة تحليلية، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، 2014) .

(28) Andrea Guzman, "Evolution of news frames During 2011 Egyptian Revolution" Journalism and Mass communication Quarterly (Vol.92,No.4, 2015) p.p 1-19

(29) Nashwan Mustafa, "an analysis of Discourse markers in online chat Discourse, college of Basic Education Researchers journal (3), No. (2), 2014.

(30) آمال كمال، صورة التيار السلفي في خطاب المواقع الإلكترونية للصحف المصرية بالتطبيق علي موقعي الاهرام والمصري اليوم، المجلة المصرية لبحوث الاعلام (جامعة القاهرة، العدد 48 – يوليو – سبتمبر 2014) .

(31) Christopherm, Mascaro, technologically mediated Discourse and information Exchange through medium specific syntactical features: the 2012 presidential election on twitter, degree of Doctor. May 2014 Drexel university, published by proqeuest

(32) محمود حمدي عبدالقوي، إتجاهات الخطاب الديني الإلكتروني نحو شرعية ثورة 25 يناير (المجلة العربية لبحوث الإعلام، والإتصال, العدد 2، السنة الأولي، يوليو – سبتمبر 2013) .

(33) أسامة عبدالرحيم علي، إستراتيجيات الخطاب في مقالات قراءة المواقع الإلكترونية نحو الانتخابات الرئاسية المصرية 2012، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (جامعة القاهرة، العدد 44 يوليو – سبتمبر 2013) .

(34) عادل فهمي محمد، استخدامات جماعات العنف لشبكة الانترنت، دراسة في تحليل خطاب تنظيم القاعدة، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام (جامعة القاهرة، كلية الإعلام، المجلد 13، العد (3) يوليو – سبتمبر 2013) .

(35) محمود أحمد محمد، إتجاهات الخطاب الإسلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية تحليل مضمون موقع البوصلة الاخباري، رسالة ماجستير (جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، الأردن، 2012، دار المنظومة)

At: (http://www.mandumah.com)

(36) DuMitrica, Delia, Nationalism and Globalization in the social construction of the internet in Canada university of cal gary canda, proQuest publishing, 2011.

(37) MAK , Chun Nam , Human , small talk and the construction of identity and power in work place in start massaging requirements for the degree of Doctor of philosophy in English , the Chinese university Nov. published by proQuest

(38) سلطانه جدعان نايف، أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي من وجهد نظر مدرسي الإعلام والقانون في الجامعات الأردنية، رساله ماجستير غير منشوره [جامعة الشرق الأوسط، كلية الإعلام، 2016] .

(39) إيمان الشرقاوى, التحديات الأخلاقية والقانونية التى فرضتها وسائل التواصل الإجتماعي... دراسة تطبيقية على دول مجلس التعاون الخليجى، ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر أخلاقيات الإعلام وقوانينة فى دول مجلس التعاون الخليجى 27-28-أبريل 2016

(40) رحيمة عيسانى, أخلاقيات إدارة الحساب على شبكات التواصل الإجتماعي... دراسة تحليلية لشروط وسياسة الفيس بوك وتويتر.. ورقة بحثية مقدمة لمؤتمر أخلاقيات الإعلام وقوانينة فى دول مجلس التعاون الخليجى 27-28-أبريل 2016

(41) شيرين محمد كدواني، أخلاقيات النقاش السياسي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية، مرجع سابق ، ص366.

(42) Clare Shelley- Egan, Ethics assessment in different fields..Internet Research Ethics, June 2015, This Deliverable and The work described In It part of the project Stake older Acting Together on the Ethical Impact Assessment of Research and Innovation. SATOR.

(43), _____ Social Networking and Ethics, Stanford Encyclopedia of Philosophy,Aug 2015, published at (http://plato.stanford.edu)

(44) شريهان محمد توفيق، المسئولية الأخلاقية للإعلام الجديد ... دراسة تطبيقية على المواقع اللإلكترونية، رسالة دكتوراة غير منشورة (جامعة أسيوط : كلية الآداب ، كلية الإعلام ، 2015)

(45)Hasnat,Mohammed (2014) Credibility of social on line media: in the eyes of Finnish professional journalists communication, vol.25, No.3, Retrieved December 13, 2014,

At: http:// revistacomsoc.pt/index .php/comsoc/ article/view/1870

(46) Jotham wasike, 2013, social media ethical issues role of a librarian, library Hi tech news, vol.30, issue 1. P p 8-16 at (http://doi.Org/)

(47) Running head: chinese journalists, use of new media technology: ethical issues, 2010, cinchiest retrieved from (http://law.baidu.com/pages/chinalawinfo.htm)

(48) مجدى محمد عبد الجواد، إتجاهات النخبة المصرية نحو أخلاقيات التغطية الإعلامية للأزمات الأمنية فى مصر بعد 30 يونية 2013 ... مواقع التواصل الإجتماعي نموذجا، ورقة بحثية مقدمة فى المؤتمر العلمى الدولى الأول لكلية الإعلام.. جامعة فاروس "مستقبل الإعلام فى ظل التحولات المجتمعية الراهنة 1-3 نوفمبر 2014 "

(49) جمال عبد العظيم، أطر إنتاج الخطاب الخبرى فى المواقع الإلكترونية فى الأزمات الدولية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام (القاهرة – كلية الإعلام، العدد 34 – يوليو/ ديسمبر 2009) ص ص 45- 115

(50) ماهيناز رمزي محسن، أخلاقيات ممارسة الحق في النقد داخل الخطاب الإعلامي لمحطات الراديو الالكترونية المصرية علي شبكة الانترنت ، مرجع سابق ، 2008 ، ص 285.

(51) عبد الجواد سعيد، " المدونات كأداة اتصال تفاعلى فى المشاركة السياسية " المجلة المصرية لبحوث الرأى العام (القاهرة: كلية الإعلام، المجلد التاسع – العدد الأول – يناير / يونيو 2008) ص ص 245-289

(52) Ward, Stephen J.A, philosophical foundations for global journalism ethics, journal of Mass Media Ethics, vol.20,No.1,2005, p p 3-21

(*) دليل المواقع العربية ، 1999 – 2015.

At: {http ://www.raddadi.com}

(53) Jensen, Klaus Bruin, A Handbook of Media and C0mmunication Research Qualitative and Quantities Methodologies (London, New York: Routledge, 2002) p .251

(54) ايمان نعمان جمعه، معالجة قناة الجزيرة لقضية نزع أسلحة الدمار الشامل العراقية، مرجع سابق، ص 196.

(55) تم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين

- أ.د محمد سعد ابراهيم – استاذ االإعلام وعميد كلية الإعلام – بأكاديمية الشروق
- أ.د عزة عبد العزيز عثمان – أستاذ الإعلام ورئيس قسم الإعلام – بسوهاج
- أ.د محمد زين عبد الرحمن – أستاذ الصحافة وعميد كلية الإعلام – جامعه بنس سويف
- أ.م.د وفاء عبد الخالق ثروت – أستاذ الإعلام المساعد ورتيس قسم الإعلام – جامعه المنيا سابقا
- أ.م.د محمود حمدى عبد القوى – أستاذ الصحافة المساعد ورئيس قسم الإعلام – جامعة المنيا

(56) السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامى على الإنترنت. الإنترنت كوسيلة اتصالية (العين: دار الكتاب الجامعى، 2010 ، ط2) ص 485

(57) اياد مصطفى عبد الفتاح ، معالجة المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية لواقع الأقباط فى مصر .. دراسة تحليلية مقارنه لموقعى الجزيره نت والعربية نت رسالة ماجستر (جامعه الازهر: كلية الآداب، دراسات الشرق الأوسط ، 2012)،
at {www.alazhar.edu.ps/ library }

(58) رامى عزمى عبد الرحمن، تحليل لغه الخبر السياسى فى الخطاب الاعلامى المكتوب.. مثال من حرب لبنان 2006 ، رسالة ماجستير منشورة من خلال دار المنظومة (الأردن: لجامعة الهاشمية، كلة الآداب، 2009) ص1-188،
At: {http:// search.mandumah.com/ record/ 748181}

(59) المصدر: شبكة الصحفيين الدوليين،40 نوعا من الانحيازات في وسائل الاعلام عليك تجهيزها،
http://ijnet.org

(60) حسن على الشجيرى، التحيز في التناول الاعلامي بنء نموذج تفسيري لتجهيزات وسائل الاعلام (دار جميترا للنشر والترجمة ، 2018)
http://60bus.google.com.eg

(61) أيمن محمد ابراهيم بريك، مصداقية المواقع الإخبارية كما تراها النخبة فى مصر... دراسة تقويمية لأخلاقيات الممارسة المهنية بالتطبيق على انتخابات الرئاسة 2014، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمى الدولى الأول، مستقبل الإعلام فى ظل التحولات المجتمعية الراهنه، فى الفترة من 1ك3 نوفمبر 2014 (جامعة فاروس : كلية الإعلام وفنون الإتصال)

(62) شريف درويش اللبان، الضوابط الأخلاقية والتشريعيه لشبكات التواصل الإجتماعي، المجلة العلمية لبحوث الصحافه (جامعه القاهرة: كلية الإعلام، قسم الصحافة، العدد الثانى – أبريل – يونيه 2015) ص66-67

(63) أحمد فتحي محمد، مصداقية المادة الصحفية المقدمة في البوابات الإلكترونية الإخبارية المصرية وعلاقته بالقارئية دراسة ميدانية على القائم بالإتصال والجمهور، رسالة ماجستير غير منشورة (جامعة القاهرة : كلية الإعلام ، قسم الصحافة).