



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد

دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر

The Ethics of Media Practice in the New Media: Case Study of Al-Bilad Electronic Newspaper and its Facebook and Twitter page

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تخصص وسائل الإعلام والمجتمع

إشراف الأستاذ:

أ.د. نصر الدين بوزيان

إعداد الطالبة:

عائشة كريكت

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة جيجل	أستاذ التعليم العالي	أ.د. سمير لعرج
عضوا مناقشا	جامعة جيجل	أستاذ محاضر-أ-	د. هند عزوز
عضوا مناقشا	جامعة جيجل	أستاذ محاضر-أ-	د. حورية بولعويدات
مشرفا ومقررا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ التعليم العالي	أ.د. نصر الدين بوزيان
عضوا مناقشا	جامعة قسنطينة 3	أستاذ محاضر-أ-	د. مريم زعتر
عضوا مناقشا	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	أستاذ محاضر-أ-	د. عيسى بوعافية

السنة الجامعية: 2020/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

صدق الله العظيم

إهداء

إلى والدي الكريهين أدامهما الله وحفظهما

إلى إخوتي وأخواتي الغاليات وسندي في الحياة

إلى من أنسني في دراستي زملائي وزميلاتي في جامعة جيحل: هشام، مصطفى، يوسف

إيمان الأولى والثانية، صورية وسلمى

إلى صديقتي وسام

إلى جميع أساتذتي الأفاضل

أهدي هذا الجهد المتواضع.

شكر وتقدير

الشكر لله عز وجل الذي أكرمني بنعمة العقل ويسر لي أمري وزادني من العلم النافع

أتوجه بخالص الشكر إلى الأستاذ المشرف الأستاذ الدكتور نصر الدين بوزيان عما كل ما بذله من مجهودات طيلة سنوات إنجاز هذا العمل، والذي كان نعم الناصح والمشجع.

كما لا يفوتني أن أتوجه بالشكر إلى جميع أساتذتي الذين دعموني طوال مساري في الدكتوراه، من جامعة جيغل ونارجها.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	إهداء
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص باللغة العربية
	ملخص باللغة الإنجليزية
أ	مقدمة
الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجيتها	
4	1. الإشكالية
6	2. أهداف الدراسة
7	3. أهمية الدراسة
8	4. أسباب اختيار الموضوع
9	5. الخلفية النظرية للدراسة
13	6. الدراسات السابقة
23	7. مفاهيم الدراسة والتعاريف الإجرائية
31	8. منهج الدراسة
32	9. عينة الدراسة ومجتمعها
37	10. أدوات جمع البيانات
44	11. مجالات الدراسة
44	12. إجراءات الصدق والثبات
الفصل الثاني: الإعلام الجديد وأخلاقيات الممارسة الاعلامية	
المبحث الأول: الإعلام الجديد: الأشكال والأطر القانونية	
المطلب الأول: ماهية الإعلام الجديد	
48	1. خلفية تاريخية عن الإعلام الجديد
51	2. خصائص الإعلام الجديد ومزاياه
55	3. وظائف الإعلام الجديد
56	4. الجوانب الإيجابية والسلبية للإعلام الجديد

58	5. الإعلام الجديد وعلاقته بالإعلام التقليدي
المطلب الثاني: أشكال الإعلام الجديد وعلاقتها بوسائل الإعلام	
63	1. الصحافة الإلكترونية
83	2. مواقع التواصل الاجتماعي
110	3. المدونات
المطلب الثالث: الأطر القانونية للإعلام الجديد	
116	1. الأطر القانونية للإعلام الجديد عامة
118	2. الأطر القانونية للإعلام الجديد في الجزائر
المبحث الثاني: الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد	
المطلب الأول: مدخل للأخلاق في مهنة الإعلام	
120	1. خلفية تاريخية عن أخلاقيات الإعلام
124	2. أهمية الأخلاق في مهنة الإعلام
126	3. أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية ومصادرها
131	4. صعوبات تعترض الأخلاق الإعلامية
المطلب الثاني: أخلاقيات الإعلام الجديد	
134	1. خلفية تاريخية لبدية الاهتمام بأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية
135	2. الرؤى المختلفة حول الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية
138	3. الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد: الطبيعة والأنواع
143	4. الإشكالات الأخلاقية المرتبطة بوسائل الإعلام الجديد
المطلب الثالث: التنظيم المهني لأخلاقيات الإعلام الجديد	
149	1. أهمية ميثاق الشرف الأخلاقية وضرورتها التنظيمية
150	2. أنواع ميثاق الشرف الأخلاقية
152	3. ميثاق الشرف الأخلاقية في الإعلام الجديد
الفصل الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة	
159	1. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالمبادئ الإنسانية
171	2. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالمجتمع
194	3. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالدولة
207	4. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالأفراد
225	5. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالمعايير المهنية

255	6. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالإعلان
	نتائج الدراسة
261	1. النتائج العامة
281	2. النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة
285	3. النتائج في ضوء الدراسات السابقة
289	خاتمة
	قائمة المراجع
	قائمة الملاحق

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	مفردات عينة الصحافة الإلكترونية	33
2	متوسط عدد البوابات الإخبارية عبر الإنترنت حسب عدد السكان ونسبة مستخدمي الإنترنت بالمليون عربيا	79
3	ظهور الصحف الإلكترونية الجزائرية	80
4	الأصول الرقمية للصحف الإلكترونية في الجزائر	109
5	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام كرامة الدول	159
6	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله	163
7	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية	166
8	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ نبذ الإرهاب	168
9	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التحريض على العنف	171
10	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة	174
11	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير	178
12	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة	181
13	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ مكافحة الفساد	183
14	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ دعم العدالة في المحاكم	188
15	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ تعزيز الهوية الوطنية	192
16	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الدولة ومؤسساتها	194
17	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ حماية الأمن القومي	197
18	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية	201
19	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الحفاظ على الوحدة الوطنية	204
20	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الكرامة الإنسانية	207
21	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الخصوصية في الأحداث العادية	212
22	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الخصوصية في أحداث الجريمة	220
23	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الموضوعية	225
24	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الدقة	235
25	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ المصادقية	246
26	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية	255
27	التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك الآداب العامة	258

ملخص

تندرج الدراسة في إطار البحث في إشكال من الإشكالات التي يطرحها الإعلام الجديد في علاقته بوسائل الإعلام في بيئة إعلامية يبدو أنها أكثر حرية، ويتمثل أساسا في مدى الالتزام بأخلاقيات المهنة التي من شأنها أن تضفي صفة المهنية على الممارسة الإعلامية سيما في مجال الإعلام الجديد الذي يتباين في خصوصياته وأشكاله.

وقد تم التركيز على دراسة حالة صحيفة البلاد الجزائرية لعدد من الاعتبارات أبرزها أن صحيفتها الإلكترونية تحتل المرتبة الأولى ضمن الصحف الإلكترونية الأكثر تصفحا في الجزائر، وذلك بغرض محاولة معرفة مدى التزامها بأخلاقيات الممارسة الإعلامية في استخدامها لوسائل الإعلام الجديد، متمثلة في صحيفتها الإلكترونية وصفحتها على فيسبوك وتويتر.

وبعد الانتهاء من البناء الإشكالي والمعرفي لموضوع البحث والاستفادة سيما من التشريعات الإعلامية ومواثيق الشرف والدراسات السابقة، تم ضبط الإجراءات النهائية لدراسة حالة صحيفة البلاد، حيث استخدمت الدراسة أدوات الملاحظة وتحليل المضمون لتتبع ودراسة مختلف المواد الإعلامية المنشورة عبر الصحيفة الإلكترونية وصفحتها على فيسبوك وتويتر، مستندة على ست فئات رئيسية تتفرع إلى مبادئ ومؤشرات في محاولة للإحاطة قدر الامكان بأبعاد الموضوع، أما فيما يخص اختيار العينة، فتم الاعتماد على نوعين من العينة وهما عينة الأسبوع الصناعي بالنسبة للصحيفة الإلكترونية والعينة الطبقية المنتظمة بالنسبة لعينتي فيسبوك وتويتر.

وقد توصلت الدراسة إلى تسجيل جملة من التجاوزات سواء عبر الصحيفة الإلكترونية أو فيسبوك أو تويتر أغلبها كانت متصلة بعدم احترام المعايير المهنية: الموضوعية والدقة والمصداقية، تليها المبادئ المتعلقة بنذ الإرهاب، الامتناع عن التحريض عن الجريمة ومكافحة الفساد، في حين جاءت باقي التجاوزات الخاصة بالأخلاقيات تجاه المجتمع أو الدولة أو الأفراد أو تجاه المبادئ الإنسانية أو الإعلان محدودة وتتفاوت فيما بينها، كما توصلت الدراسة إلى أن الصحيفة الإلكترونية هي الأكثر تجاوزا لأخلاقيات المهنة مقارنة بصفحة فيسبوك وتويتر، ذلك أن هذين الأخيرين لم يسجلا في بعض الفئات أي تجاوزات أخلاقية، على عكس الصحيفة الإلكترونية التي كانت على مستوى عدد أكبر من الفئات.

Abstract

The study falls within the framework of researching a problem that is raised by the new media and its relationship with the media tools in a media environment that appears to be more free, mainly represented in the extent of commitment to the profession ethics that would give a professional status to media practice, especially in the field of new media, which varies in Its peculiarities and forms.

Emphasis was placed on studying the case of the Algerian newspaper, Al-Bilad, for a number of considerations, the most prominent of which is that its electronic newspaper is ranked first among the most visited electronic newspapers in Algeria, with the aim of trying to find out the extent of its commitment to the ethics of media practice in its use of new media, represented in its electronic newspaper and its pages on Facebook and Twitter.

After completing the problematic and cognitive construction of the research topic and benefiting in particular from media legislation, and previous studies, the final procedures were set to study the case of Al-Bilad newspaper, as the study used the tools of observation and content analysis to track and study the various media materials published through the electronic newspaper and the Facebook and Twitter pages, based on six main categories that are divided into principles and indicators in an attempt to capture, as much as possible, the dimensions of the topic. As for choosing the sample, two sample types were relied on, which are the industrial week sample for the electronic newspaper and the regular stratified sample for the Facebook and Twitter samples.

The study found that a number of abuses were recorded, whether via the electronic newspaper, Facebook or Twitter, most of which were related to the lack of respect for professional standards : objectivity, accuracy and credibility, followed by the principles related to the rejection of terrorism, abstaining from incitement to crime and combating corruption, while the rest of the ethics violations were limited and vary between them and they came towards Society, state, individuals, or towards humanitarian principles or advertising, the study also found that the electronic newspaper is the most transgressive of professional ethics compared to Facebook and Twitter pages, so that the latter two did not record any moral transgressions in some categories, unlike the online newspaper. Which was at the level of all categories.

مقدمة

إن الثورة التكنولوجية الكبيرة في مجال الإعلام والاتصال وما صاحبها من ظواهر، والتي من أهمها ظهور المنتجين الجدد للمعلومة قد أثرت على الممارسة الإعلامية كمفهوم لطالما ارتبط بوسائل الإعلام، وهذا نتيجة محاولة هذه الأخيرة التماشي وطبيعة الإعلام الجديد، التي من أبرزها الفورية ومشاركة المتلقي ما قد يؤثر على التزامها ببعض المبادئ التي لطالما عرفت بها.

ولهذا يبدو أن تجاوز أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر مختلف أشكال الإعلام "الجديد" المرتبطة بالصحف الإلكترونية أو بمواقع التواصل الاجتماعي أو بالتدوين وصحافة المواطن يعرفا تزايداً ملحوظاً، فهي تمس الأفراد وحياتهم الشخصية، المجتمع وقيمه وحتى المعايير المهنية نفسها، فكثر الحديث والنقاش حول زيادة التجاوزات والممارسات الأخلاقية في البيئة الإعلامية الإلكترونية في ظل ضعف الجانب التنظيمي والتشريعي لمختلف الممارسات الاتصالية والإعلامية فيها.

والإعلام في الجزائر هو جزء من هذا النقاش، ذلك أن الجزائر على غرار الدول العربية لازالت لم تصل بعد إلى تنظيم جيد للإعلام "الجديد"، فأغلب القوانين المنظمة للإعلام فيها ترتبط إما بالصحافة الورقية أو بالإعلام السمعي البصري، في حين غياب شبه كلي للإعلام الجديد، ما قد يدفع ببعض المؤسسات الإعلامية إلى تجاوز أخلاقيات المهنة.

فبالنسبة لقانون الإعلام 2012 باعتباره القانون الذي تضمن الحديث عن بعض أشكال الإعلام الإلكتروني، فإنه وبحسب المختصين لم يقدم الكثير حول تنظيم نشاطها أو أخلاقياتها وكان ذلك سوى تعريف بها وبنشاطها، أما بالنسبة للأخلاقيات المهنية فيطبق على وسائل الإعلام الجديد ما يطبق على وسائل الإعلام ككل هذا من جهة، ومن جهة أخرى يغيب التنظيم الذاتي الخاص بالمؤسسات الإعلامية مقارنة ببعض التجارب العالمية لبعض المؤسسات الإعلامية في مجال إنشاء مدونات أخلاقية للإعلام الجديد، نذكر منها على سبيل المثال مدونة الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار، دليل مؤسسة BBC وغيرها، ما يجعل الممارسة الإعلامية فيه معرضة لمختلف التجاوزات.

وكان هذا النقاش والوضع الذي يعيشه الإعلام في الجزائر أحد أهم دوافع اختيار موضوع البحث والرغبة في دراسته، فهذه الدراسة بمثابة محاولة للبحث في مدى الالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية من طرف إحدى الصحف الجزائرية عبر وسائل الإعلام الجديد، وهي صحيفة البلاد من خلال صحيفتها الإلكترونية وصفحتها على فيسبوك وتويتر، بالكشف عن التجاوزات الأخلاقية المتضمنة فيها التي تشمل

بدورها عدة مبادئ تنظم علاقة هذه المؤسسة الإعلامية بمختلف الأطراف منها المجتمع، الدولة، الأفراد وغيرها، ذلك أن المجال مفتوح أكثر من أي وقت مضى أمام العديد من الانتهاكات.

وفي سبيل الوصول إلى ما تم وضعه من أهداف بحثية تم تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول، خصص الأول لموضوع الدراسة ومنهجيتها الذي تناولنا فيه إشكالية الدراسة، أهدافها وأهميتها والأسباب الذاتية والموضوعية لاختيار موضوع الدراسة، بالإضافة إلى الخلفية النظرية التي اعتمدت كإطار نظري للدراسة والمتمثلة في نظرية المسؤولية الاجتماعية، التي تطرقنا إلى جذورها التاريخية وأفكارها وعلاقتها بالموضوع، فضلا عن الدراسات السابقة التي تراوحت بين دراسات في الجزائر، في الوطن العربي ودراسات أجنبية، مفاهيم الدراسة وتعريفها الإجرائية، ثم باقي الإجراءات المنهجية للدراسة المتمثلة أساسا في منهجها وعينتها وأداتها، مجالاتها المكانية والزمانية وأخيرا إجراءات الصدق والثبات.

أما الفصل الثاني كان حول الإعلام الجديد وأخلاقيات الممارسة الإعلامية، وتم تقسيمه إلى مبحثين: المبحث الأول خصص للإعلام الجديد "الأشكال والأطر القانونية"، تناولنا فيه ثلاثة مطالب تتعلق بماهية الإعلام الجديد، أشكاله وعلاقتها بوسائل الإعلام، وأطره القانونية، أما المبحث الثاني فكان حول الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد، تناولنا فيه أيضا ثلاثة مطالب تمثلت في مدخل عام للأخلاق الإعلامية، أخلاقيات الإعلام الجديد والتنظيم المهني لها.

وأخيرا الفصل الثالث حول بيانات الدراسة، أين تم عرض وتحليل البيانات سيما من خلال التطرق بالتحليل والتفسير للبيانات المتعلقة بمختلف فئات الدراسة، ليتم في الأخير عرض النتائج العامة، ثم عرض النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة والدراسات السابقة، متبوعة بتقديم توصيات ومقترحات في سبيل ممارسة إعلامية أخلاقية بالنسبة لصحيفة البلاد وغيرها من المؤسسات الإعلامية في الجزائر.

موضوع الدراسة

ومنهجيتها

1. الإشكالية

إن المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام تقتضي أن تقوم هذه الأخيرة بالتزامات معينة تجاه مجتمعاتها، حيث يكون لها دور فعال على الصعيد السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي، وهذا من خلال عكس تنوع الآراء والاتجاهات والأفكار، وتجنب ما يؤدي إلى العنف والفوضى ما من شأنه إعاقة عملية التنمية، وهذا جزء من مسؤوليتها تجاه المجتمع وتجاه المهنة¹.

ولا يمكن تحقيق ذلك إلا بالالتزام بما يعرف بأخلاقيات المهنة، التي تعبر عن منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الصحفيين خلال عملهم المهني، فالأخلاقيات هي بمثابة الدليل الذي يستدل به الإعلامي لتكون ممارسته الإعلامية سليمة، سواء تعلقت بعملية جمع ونشر الأخبار من حيث نقلها بدقة وموضوعية وصدق وانصاف... الخ، أو المتعلقة بالمهنة والزملاء، بالإضافة للإلتزامات الصحفي نحو مصادره ومجتمعه وغيرها من المبادئ الواجب الإلتزام بها من طرف الصحفيين، وهذا ما أكدته نظرية المسؤولية الاجتماعية.

والمسؤولية تقوم على تعزيز مفهوم الحرية الإعلامية، لكن ليست الحرية المطلقة، ذلك أن لها واجب المحافظة على قيم المجتمع، فالحرية التي تخلو من المسؤولية تؤدي إلى الفوضى والأخطاء وبالتالي الخروج عن الضوابط الاجتماعية والسياسية والدينية وغيرها.

وما يبدو أكثر تجسيدا لذلك البيئة الإعلامية الإلكترونية، والتي تعد فضاء إعلاميا واتصاليا أكثر حرية حيث ظهرت وسائط وتطبيقات جديدة مع الواب 2.0 وظهور ما يعرف بالمستخدم النشط، فتحت المجال أمام الجميع سواء للمؤسسات الإعلامية أو للجمهور للنشر والتعبير بكل حرية خاصة في ظل مجانية وتفاعلية الاتصال، ويتجلى ذلك من خلال إنشاء مواقع إلكترونية أو مجموعات أو صفحات إخبارية وغيرها.

لكن الفراغ القانوني وضعف الرقابة اللذين تشهدهما البيئة الإلكترونية من شأنهما أن يؤثر على الممارسات الإعلامية والاتصالية عبر هذا الفضاء، نظرا لعدم وجود قواعد أو مبادئ واضحة تنظم كافة أشكال الإعلام الجديد، سواء بالنسبة للصحافة الإلكترونية التي ظهرت كنتيجة لما أحدثته ثورة الاتصال على الصحافة المطبوعة، في شكل نسخ إلكترونية لصحف ورقية، أو صحف إلكترونية بحتة مستفيدة من مزايا الوسائط المتعددة: التفاعلية، الأرشيف الإلكتروني و غيرها، أو بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي التي تعبر

¹ إيمان بالله ياسر، الصحافة الإفريقية والتنمية، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص: 55.

عن منظومة من الشبكات الإلكترونية تسمح للأفراد بإنشاء مواقع خاصة بهم وربطهم بأعضاء آخرين يشتركون في نفس الاهتمامات وهذا مثل موقع فيسبوك، تويتر ، يوتيوب، انستغرام وغيرها.

فحسب إحصائيات عام 2019، بلغ عدد مستخدمي الإنترنت 4.39 مليار مستخدم، وقد زاد بـ 366 مليون (9%) مقارنة بسنة 2018، بينما عدد مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي 3.48 بليون مستخدم، وزاد بـ 288 مستخدم مقارنة بالسنة الماضية أي بنسبة 10%، فبالنسبة لموقعي فيسبوك ويوتيوب يعدان ثاني أكثر المواقع زيارة بعد موقع Google، هذا وقد زاد الوقت الذي يتم إنفاقه على هذه المواقع خلال السنوات الخمس الماضية¹.

وتبرز هذه الإحصائيات أن التواجد في الإعلام الجديد في تزايد مستمر بل أصبح ضرورة ملحة، لهذا فالمؤسسات الإعلامية اليوم أصبحت جزءا من هذا الفضاء الذي أوجدته هذه الوسائط الاتصالية، من خلال التواجد الدائم عبر صفحات أو مواقع، وهذا حرصا منها على الاستفادة من الإمتيازات التي توفرها البيئة الإعلامية الإلكترونية.

والأمر نفسه ينطبق على وسائل الإعلام في الجزائر التي بدورها سارعت إلى إنشاء صحف إلكترونية وصفحات على الشبكات الاجتماعية، رغم أنها هي الأخرى تعمل دون قوانين واضحة ماعدا ما جاء من أحكام وقواعد في القانون العضوي للإعلام 2012، أين تم التعريف بالصحافة الإلكترونية ونشاطها وبعض المبادئ العامة التي تخضع لها.

وبالتالي فهذا الواقع قد يطرح عدة إشكالات متعلقة بالممارسة الإعلامية، تتعلق بمدى الالتزام بمعايير ومبادئ المهنة المتعارف عليها، وهذا في بيئة إعلامية قوانينها التنظيمية غير واضحة كفاية مقارنة ببيئة الإعلام التقليدي، الأمر الذي قد يؤدي إلى انتهاكات عدة تسيء إلى الإعلام كمهنة لا تراعي أخلاقياتها، على اعتبار أن البيئة الإلكترونية فضاء عام ومن حق الكل أن ينشر فيه دون قيود، فما كان ممنوعا للنشر سابقا أصبح اليوم مسموحا وبكل يسر.

وفي إطار هذا كله فإن وسائل الإعلام الجزائرية سيما عبر الوسائط الجديدة مطالبة بالالتزام بأخلاقيات المهنة، وإلا سيفقد الإعلام الجزائري مصداقيته ومكانته لدى الجمهور، وبالتالي تضيع الأدوار والتطلعات المنتظرة منه.

¹<https://www.wearesocial.com/fr/blog/2019/01/global.digital.report-2019> retrieved on 26.02.2019 at 16:00h.

ولهذا جاءت هذه الدراسة لتعالج إشكالية الالتزام الأخلاقي لصحيفة البلاد الجزائرية في الوسائط الإعلامية الجديدة، ممثلة بصحيفتها الإلكترونية وصفحتها على مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر)، وهذا بطرح التساؤل الرئيسي التالي:

ما مدى التزام صحيفة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد؟

ويتفرع هذا التساؤل إلى التساؤلات الفرعية التالية:

- ما مدى التزام صحيفة البلاد الإلكترونية بأخلاقيات المهنة الإعلامية؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟
- ما مدى التزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في الفيسبوك؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟
- ما مدى التزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في تويتر؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟

2. أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى:

- تقديم إضافة علمية في مجال الدراسات الإعلامية التي تعنى بالإعلام الجديد.
- معرفة مدى التزام صحيفة البلاد الجزائرية سواء بصحيفتها الإلكترونية أو صفحتي فيسبوك وتويتر بأخلاقيات المهنة الإعلامية، والتي تحكم البيئة الإعلامية التقليدية والإلكترونية.
- الوقوف على أهم التجاوزات الأخلاقية التي يمكن أن تقع فيها صحيفة البلاد الإلكترونية، صفحة البلاد على الفيسبوك، وصفحتها على تويتر، وهذا في إطار التحلي بالمسؤولية الاجتماعية.
- تحديد أكثر أشكال المواد الإعلامية المتضمنة للتجاوزات الأخلاقية، من حيث كونها نصوص أو صور أو فيديو، وهذا في الصحيفة الإلكترونية وفي صفحتي فيسبوك وتويتر.
- معرفة مدى استفادة صحيفة البلاد من خصائص النشر في البيئة الإلكترونية مثل: التفاعلية، سرعة النشر، الوسائط المتعددة والروابط التشعبية وغيرها، سواء في الصحيفة الإلكترونية أو في الفيسبوك والتويتر.

- الخروج بتوصيات ومقترحات بحثية من شأنها تدعيم الممارسة الإعلامية الأخلاقية في صحيفة البلاد خاصة وفي الجزائر عامة، وذلك حتى تكون الممارسة الإعلامية في الفضاء الإلكتروني مسؤولة لا حرة فقط.

3. أهمية الدراسة

تكتسب هذه الدراسة أهمية من خلال تناولها للأخلاق التي تعد متغيرا هاما في الممارسة الإعلامية، فالإعلام مهمة نبيلة يجب أن تمارس في إطار الأسس الأخلاقية، ذلك أن أي مؤسسة إعلامية لو تتخلى عن أسسها الأخلاقية ستضر بشكل أو بآخر بالمجتمع ككل، وبالتالي فأهمية الدراسة من أهمية الأخلاق في الإعلام، ذلك أن الالتزام بالأخلاق المهنية يؤدي إلى صحافة مسؤولة ومعبرة عن مصالح المجتمع.

كذلك معالجتها لأحد الإشكالات التي يثيرها الإعلام الجديد بوسائطه المختلفة، والمرتبطة ارتباطا وثيقا بالحرية الممنوحة لكافة مستخدمي الوسائط الجديدة وخلوها من أي رقيب، وهذا بدوره يمكن أن يؤثر على الممارسة الإعلامية لوسائل الإعلام والتي اعتادت العمل في بيئة مقيدة نوعا ما، تتضمن قوانين لتنظيم المهنة، ففي البيئة الإعلامية الجديدة قد تنقاد وسائل الإعلام وراء جذب الجمهور دون مراعاة لأي معايير مهنية، كما أن هذه البيئة قد فتحت بابا جديدا للنقاش حول طبيعة أخلاقيات الإعلام ومدى حاجتها لوجود منظومة أخلاقية جديدة للبيئة الإلكترونية.

وبالإضافة الى ذلك، فإن الإعلام الجديد يمكن أن يكون بديلا عن الإعلام التقليدي بنظر البعض، لذلك ففضية تخلي وسائل الإعلام عن أخلاقيات المهنة، هي كذلك من القضايا المهمة لأنها هي التي تضمن إعلاما هادفا ومسؤولا.

إن هذه الدراسة تأتي استجابة إلى حاجة المكتبة للمزيد من الدراسات التحليلية في موضوع الأخلاقيات الصحفية سيما في مجال الإعلام الجديد، وذلك من خلال التحليل والتقييم للقيم الأخلاقية لمضامين مؤسسة إعلامية في البيئة الإلكترونية، فما يعرف بالإعلام الجديد هو مجال جد خصب للدراسة، ولهذا فلازال بحاجة الى مزيد من البحث والتقصي.

ولما كانت هذه الدراسة ستجرى حول إحدى المؤسسات الإعلامية في الجزائر (صحيفة البلاد)، فإنها ستكتسي أهمية تطبيقية وذلك من خلال النتائج المتوصل إليها في الدراسة، والتي يمكن أن تفيد في فهم واقع الممارسة الإعلامية في الميدان، ايجابياتها وسلبياتها فيما يتعلق بالأخلاقيات، كما أن الإقتراحات والتوصيات

النهائية في الدراسة ستكون من شأنها أن تساهم في تطوير هذا الواقع، وتكون مفيدة لأصحاب المهنة والقطاع الإعلامي عموماً.

وفي ظل غياب موانع شرف خاصة بالإعلام الجديد في الجزائر، التي تحدد ما يلتزم به الصحفي من واجبات، فإن المجال للتجاوزات قد يكون متاحاً أمام وسائل الإعلام على مستوى الصحف الإلكترونية أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يتطلب دراسته لتأكيد أو نفي التزام وسائل الإعلام بأخلاقيات المهنة في الفضاء الافتراضي، فانتهال الإعلام التقليدي إلى الإعلام الجديد خاصة مع عدم وجود قوانين تضبطه، قد يسفر عن ممارسات إعلامية لا تحترم أخلاقيات المهنة.

4. أسباب اختيار الموضوع

1.4. أسباب ذاتية: تتمثل في:

- الميل الذاتي للمواضيع المتعلقة بالإعلام الجديد كحقل بحثي خصب، يرتبط ارتباطاً وثيقاً بالجانب التكنولوجي الذي أصبح موضع اهتمام.
- الاهتمام الشخصي بأخلاقيات الإعلام، فهي التي تحافظ على سلامة المهنة بالإضافة إلى أن الأخلاق هي أساس قيام المجتمع.
- الرغبة في التعامل مع المضامين الإلكترونية واعتبارها تجربة جديدة.

2.4. أسباب موضوعية: وتتمثل في:

- التحول في طبيعة عمل أغلب وسائل الإعلام بظهور وسائط إعلام جديدة وبوابات إلكترونية عديدة، وهذا بعد هجرة المؤسسات الإعلامية إلى البيئة الإعلامية الإلكترونية كمحاولة للاستفادة مما توفره هذه الأخيرة أهمها: الحرية، الفورية، المجانية... الخ، هذه المتغيرات التي قد يكون لها تأثير سلبي على الممارسة الإعلامية في جانبها الأخلاقي مثل: غياب الدقة، غياب تحري المصادقية، انتهاك الخصوصية وغيرها.
- حداثة التجربة الإعلامية في الإعلام الجديد في الجزائر، ما قد يجعل هذه التجربة غير واضحة المعالم وبحاجة إلى دراسات أكثر للخروج بنتائج مفيدة.
- عدم وجود قوانين وموانع أخلاقية منظمة للبيئة الإعلامية الإلكترونية في الجزائر بشكل كاف، مما يجعل الأخلاقيات المتبعة فيها غير واضحة، الأمر الذي يجعل من تشخيص الالتزام الأخلاقي لوسائل الإعلام الجزائرية أمر في غاية الأهمية.

- تقديرنا بأن هناك تزييدا في عدد التجاوزات الأخلاقية في البيئة الإلكترونية مثل انتهاك الخصوصية، السب والقذف وغيرها.
- الاعتماد المتزايد لوسائل الإعلام على الوسائط الجديدة كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب) كمصادر للمعلومات، وهذا بدوره يطرح إشكالات متعلقة بأخلاقيات المهنة، مع العلم أن أغلب المستخدمين ينشرون في هذه الوسائط دون مراعاة للمعايير اللازمة لذلك باعتبارهم غير مختصين.
- قلة الدراسات العلمية التي تعنى بالتشخيص للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية في جانبها الأخلاقي مقارنة بنظيرتها التقليدية.
- التداخل الموجود بين من هم صحفيون محترفون وبين من هم مجرد هواة على شبكة الإنترنت، مختلفين في درجة التزامهم بالقيم والأعراف الأخلاقية المهنية، ما قد يؤدي إلى تداخل المعلومة الصادقة والكاذبة، والمضمون الأخلاقي وغير الأخلاقي، ما قد يوقع المؤسسات الإعلامية في أخطاء نتيجة اعتماد مضمون هؤالء الهواة كما هو دون تكييفه مع أخلاقيات المهنة.

5. الخلفية النظرية للدراسة

اعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، ذلك أنها تدور حول ما يجب أن يلتزم به الصحفي من معايير ومبادئ أخلاقية أثناء ممارسته الإعلامية، فهي النظرية التي جاءت لكي تؤسس لأخلاقيات الإعلام بالحديث عن أخلاقيات الصحافة، ذلك أن الإعلام ولكي يكون ذو مسؤولية اجتماعية يجب عليه أن يتحلى بهذه الأخلاقيات. ولما كان على الإعلام أن يكون كذلك بغض النظر إن كان إعلاما تقليديا أو جديدا، فإنه وبالإنتقال إلى البيئة الإعلامية الإلكترونية فالصحفي سيبقى محافظا على هذه المسؤولية، ذلك وكما جاءت به النظرية هي اقتران الحرية بالمسؤولية.

هذه الدراسة تبحث في مدى تحلي صحيفة البلاد في وسائط الإعلام الجديد، من خلال صحيفتها الإلكترونية (Elbilad.net) وصفحتي فيسبوك وتويتر بأخلاقيات المهنة وبالتالي بمسؤوليتها الاجتماعية، وعلى هذا فهذه النظرية هي الأنسب في تقديرنا للاعتماد عليها كخلفية لموضوع الدراسة.

وقد تم تناول الخلفية النظرية للدراسة بحسب العناصر التالية:

1.5. الجذور الفكرية لنظرية المسؤولية الاجتماعية

ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية بعد الحرب العالمية الأولى، وتقوم على أن ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة، ما أدى إلى إساءة استخدام الحرية وفهمها.

ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالتزامات معينة تجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة¹.

لهذا جاءت كدعوة ذاتية إلى ضرورة التحلي الذاتي لوسائل الإعلام بروح المسؤولية، والالتزام بالمعايير المهنية مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة. كما دعت وسائل الإعلام إلى تبني قوانين المهنة التي تنص على الالتزامات الاجتماعية، ذلك أن الحرية هي حق ومسؤولية في نفس الوقت².

ولهذا تم تشكيل لجنة في الولايات المتحدة الأمريكية تكونت من عدد من المفكرين والأساتذة الأكاديميين برئاسة البروفيسور "روبرت هوتشينز"، حيث أجرت اللجنة دراستها على الصحافة الأمريكية بتمويل من مجلة "تايم" الأمريكية في كتاب أعدته اللجنة كاملة عام 1947 بعنوان "صحافة حرة ومسؤولة"³. ونص تقرير اللجنة على ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الصحافة بمجموعة من الموثيق الأخلاقية التي تستهدف التوازن بين مصالح الفرد ومصالح المجتمع، وأن للصحافة وظيفة اجتماعية هي تقديم البيانات عن الأحداث وخدمة كل فئات المجتمع⁴.

وحسب هذه اللجنة فإن هناك معايير تجعل من وسائل الإعلام ذات مسؤولية اجتماعية أهمها:

- إعطاء وسائل الإعلام وصفا شاملا للأحداث اليومية.
- تقديم وسائل الإعلام لقيم المجتمع.

¹ علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص:190.

² فضيل دليو، الأنظمة الإعلامية في العالم: من نظريات الصحافة إلى ما بعد النماذج الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 25، ديسمبر 2017، ص:109، بتصرف.

³ عبير سعد الدين، أخلاقيات الإعلام، الطبعة الأولى، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص:58.

⁴ ميرال صبري أبو فريخة، المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الإعلامية: المحددات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية لحرية الصحافة، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013، ص ص:28-29.

- تبادل النقد والتعليق في وسائل الإعلام.
- إعطاء صورة ممثلة لكل الجماعات في المجتمع¹.

2.5. أفكار النظرية

أهمها²:

- حرية المسؤولية لا الحرية المطلقة.
- الموضوعية في الرسالة الإعلامية والمحافظة على قيم المجتمع.
- المسؤولية تجاه المجتمع العام من خلال تقصي أقصى قدر من الدقة والأمانة والصدق.
- المناقشة المفتوحة في كافة المسائل التي تهم المجتمع.
- تقوم وسائل الإعلام بتزويد الجمهور بالحقائق اللازمة حول الأحداث لتكوين مواقف وأراء صحيحة حولها.

- التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام³.

- وترى النظرية أيضا أن للفرد حق وللمجتمع أيضا حقوق بوصفه مجموعة أفراد لهم حقوقهم، وينخرطون في الوقت نفسه في مؤسسات اجتماعية تسعى لخدمة الصالح العام وتحتاج كذلك إلى الحماية من نزوات الأفراد والرغبات الشخصية لهم، وتأثير الآراء الفردية في نسق الحياة العامة للجماعة⁴.

ولفهم مسؤولية وسائل الإعلام جيدا نصنفها إلى مستويين رئيسيين⁵:

(1) المستوى الأول: الوظائف: وتنقسم إلى:

- وظيفة حفظ حياة الفرد.
- الوظيفة الاقتصادية: وتتمثل في تعريف الناس بالسلع والخدمات الموجودة في المجتمع.
- الوظيفة الثقافية: تتمثل في عرض الأفكار والآراء والمعلومات حول الأحداث المختلفة.

¹ سمير الباجوري، أخلاقيات الإعلام: القيم، التنظيم، القانون (دليل تدريبي)، المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الانسان، مصر، دس، ص:17، بتصرف.

² ميرال صبري أبو فريخة، مرجع سبق ذكره، ص:30.

³ رمضان عبد المجيد، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، مجلة دفاتر للسياسة والقانون، العدد 9، جوان 2013، ص: 12، بتصرف.

⁴ إسماعيل حمدي محمد، الضوابط الشرعية للإعلام، الطبعة الأولى، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص:23.

⁵ ميرال صبري أبو فريخة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 54-55، بتصرف.

- الوظيفة السياسية: بإعلام الجمهور بما تفعله الحكومة والجهات السياسية.
- (2) المستوى الثاني: المعايير والقيم المهنية: وتتمثل في:
 - المعايير الأخلاقية التي تضعها الهيئات المسؤولة عن تنظيم وسائل الإعلام.
 - معايير جمع وتحريّر المادة الإخبارية واحترام الخصوصية وتجنب خداع المصادر وغيرها.
 - ووفقا لهذه النظرية فإن الباحثة ترى ما يلي:
 - وسائل الإعلام عليها أن تؤدي مسؤوليات تجاه المجتمع.
 - تؤدي هذه المسؤوليات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية.
 - وسائل الإعلام عليها أن تحافظ على أمن واستقرار المجتمع من خلال تجنب كل ما يؤدي إلى العنف والفوضى والجريمة والتمييز العنصري...إلخ.
 - وسائل الإعلام يجب أن تعبر عن تنوع الآراء والتوجهات في المجتمع الواحد.
 - المصلحة العامة هي من أولويات مهنة الإعلام.
- والقيم المهنية للتغطية الإعلامية هي ضمن ذلك، وهي عبارة عن مسؤوليات يلتزم بها الصحفي عند كتابة مادته الإخبارية كالصدق والدقة والموضوعية، وعند ربط هذه القيم بالمسؤولية الاجتماعية فهي جوهر مسؤولية الصحفي أمام مصدره وجمهوره، وتقسّم إلى قسمين: قيم جمع المادة الإعلامية وقيم الكتابة الإعلامية¹.

هاتين الأخيرتين سيتم قياسهما في الدراسة ذلك أن الأخلاقيات التي تحكم عملية جمع ومعالجة الأخبار ونقلها هي جزء من المسؤولية الاجتماعية للصحفي، مثل المصداقية هي التي تؤدي إلى نقل الحقيقة للجمهور، التي بدورها تعد مسؤولية للصحفي تجاه مجتمعه.

3.5. أوجه الاستفادة من الخلفية النظرية للدراسة

- إعطاء الدراسة الأفكار الرئيسية التي تبحث فيها وتحاول معرفتها، حيث شكلت مصدرا مساعدا على اختيار الموضوع.
- صياغة إشكالية الدراسة حيث شكلت نقطة الانطلاق ومصدرا لصياغة التساؤلات.
- تزويد الدراسة بالمفاهيم الأساسية أهمها مفهوم أخلاقيات الإعلام.

¹ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الطبعة الأولى، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص: 8.

- الاستعانة بها في صياغة بعض فئات التحليل مثل: الدقة-الموضوعية-المصادقية-المحافظة على قيم المجتمع.

ويرجع ذلك إلى كون أغلب ما تنص عليه موثيق الشرف المهنية قد نصت عليه هذه النظرية، خاصة وأنها النظرية التي جاءت بفكرة التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام من خلال إنشاء موثيق الشرف المهنية، حيث تشتمل الدراسة على محاور تدور أغلب عناصرها حول: مسؤولية الصحفيين نحو المهنة (الدقة، المصادقية...)، مسؤولية الصحفي تجاه المجتمع، مسؤولية الصحفي تجاه الأفراد، وهذه هي أهم تصنيفات المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام.

6. الدراسات السابقة

1. الدراسات العربية

1) دراسة للباحث رضوان جدي بعنوان "الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديد: دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر"¹

تدور إشكالية الدراسة حول الالتزام الأخلاقي للصحف الإلكترونية الجزائرية في ضوء قانون الإعلام 05-12، وهذا لرصد التجاوزات الأخلاقية في صحيفتي الشروق أونلاين وكل شيء عن الجزائر بالإضافة إلى التعرف على اتجاهات الصحفيين العاملين فيهما نحو القانون العضوي للإعلام 05-12، بالاعتماد على المنهج الوصفي وأداتي الاستبيان وتحليل المضمون، على عينة عشوائية منتظمة بأسلوب الأسبوع الصناعي المتضمنة لـ 400 مادة إعلامية، في حين اعتمد على الحصر الشامل لمجتمع الصحفيين العاملين في الصحيفتين، حيث قدر في الصحيفة الإلكترونية الأولى بـ 12 صحفي، أما الثانية 14 صحفي.

ومن نتائج الدراسة:

- غالبية الصحفيين في الشروق أونلاين وكل شيء عن الجزائر لهم اتجاه سلبي حول القانون العضوي للإعلام 05-12 لتجاهله خصوصية أخلاقيات الإعلام الإلكتروني.
- يقل اعتماد الصحفيين على المصادر المجهولة.
- يمثل انتهاك الحياة الخاصة والفضح والإساءة إلى الآداب العامة أكثر التجاوزات الأخلاقية.

¹ رضوان جدي، الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديد: دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018-2019.

- تناولت الصحيفتين مواضيع تضر بمبدأ احترام متطلبات النظام العام كما وصفها المشرع في المادة 2 من القانون العضوي للإعلام 12-05، وكانت صحيفة كل شيء عن الجزائر أكبر نسبة.
- تغطي المواد الاشهارية على المحتوى التحريري.

(2) دراسة للباحثة شريهان محمد توفيق بعنوان "المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد: دراسة تطبيقية على مواقع الصحف الإلكترونية"¹

اهتمت الدراسة بتحليل أبعاد التنظيم الأخلاقي للصحافة الإلكترونية بأنماطها التقليدية والمستحدثة، من حيث المواثيق المنظمة لها وواقع الممارسة، لهذا قامت بدراسة تحليلية لمواثيق شرف صحفية في مصر والعالم العربي (ميثاق الشرف الصحفي المصري، ميثاق الشرف الصحفيين الإلكترونيين، ميثاق الصحفيين العرب، ميثاق الشرف الخاص بالاتحاد العربي للصحافة الإلكترونية)، إلى جانب تحليل خمس صحف إلكترونية: اليوم السابع، جريدة إيلاف الإلكترونية، شبكة محيط الإخبارية، موقع مصرأوي الإخباري، موقع الجزيرة توك، دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال في صحف ومواقع عينة الدراسة.

توصلت الدراسة الى:

- مواثيق الشرف التي تنظم العمل الصحفي في البيئة الإلكترونية لا تمثل حتى الآن سوى مجرد إرصاصات غير مكتملة الشكل عديم الفاعلية.
- الممارسة الإعلامية على شبكة الإنترنت تعج بالمخالفات والخرقات.
- الصحفي الإلكتروني غير حريص على الإمام بمواثيق الشرف الصحفية، واستخدامه لها في عمله محدود الى حد ما.

(3) دراسة للباحث ماجد بن فيحان العتيبي بعنوان "المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية"²

تدور مشكلة الدراسة حول واقع تطبيق المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية بالسعودية من وجهة نظر الجمهور، واختارت الدراسة عينة قصدية ممن يتعاملون مع مواقع الصحف الإلكترونية قدرت بـ 600 مفردة من الجمهور السعودي بمدينة الرياض.

¹شريهان محمد توفيق، المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد: دراسة تطبيقية على مواقع الصحف الإلكترونية، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط، مصر، د.س.ن.

²ماجد بن فيحان العتيبي، المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2016.

وجاءت النتائج كالتالي:

- كان الجمهور محايد حول درجة التزام الصحف الإلكترونية بالمسؤولية الأخلاقية.
- قيم: الانتماء الوطني، احترام الذات من طرف العاملين، النزاهة هي أهم القيم الواجب الالتزام بها من طرف الصحف الإلكترونية.
- من أهم معوقات تطبيق المسؤولية الأخلاقية في مواقع الصحف الإلكترونية حسب الجمهور ما يأتي:
 - ✓ عدم امتلاك مؤهلات العمل الصحفي لدى بعض الناشرين.
 - ✓ قيام بعض الناشرين بالبحث عن الشهرة من خلال نشر الفضائح.
 - ✓ ضعف الاهتمام بتنظيم أخلاقيات النشر الصحفي في مواقع الصحف الإلكترونية.

(4) دراسة للباحثة "سارة شريف محمد المشمشي" بعنوان "مدى التزام المواقع الإلكترونية بالضوابط القانونية والأخلاقية للحق في الخصوصية: بالتطبيق على عينة من المواقع في مصر والمملكة المتحدة¹

تحدد مشكلة الدراسة في السعي إلى رصد الانتهاكات التي تقوم بها المواقع الإلكترونية في كل من مصر والمملكة المتحدة إزاء الحق في الخصوصية للأفراد والشخصيات العامة، وتحليلها وتفسيرها في ضوء مدى التزام هذه المواقع بالضوابط القانونية والأخلاقية المتمثلة في التشريعات القانونية ومواثيق الشرف المهني المنظمة للعمل الصحفي، وهذا للخروج برؤية واضحة تفيد في تطبيق هذه الضوابط على الممارسة الصحفية في المواقع الإلكترونية.

لهذا تمحورت أسئلة الدراسة حول:

- نوعية المادة الصحفية التي تحتوي على تجاوزات أخلاقية أكثر إزاء الحق في الخصوصية.
 - أشكال انتهاك الخصوصية على المواقع الإلكترونية محل الدراسة.
 - دور الوسائط المتعددة (صور وفيديوهات) في تدعيم انتهاك الخصوصية على المواقع الإلكترونية.
- واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي التحليلي والمنهج المقارن، أداة تحليل المضمون لثلاثة مواقع إلكترونية مصرية (اليوم السابع-الفجر-الدستور) وثلاث مواقع إلكترونية بريطانية (-Sun-mail online Telegraph) والمقابلة المعمقة مع عينة من القيادات الصحفية في نفس المواقع، وكذلك أساتذة الإعلام

¹ سارة شريف محمد المشمشي، مدى التزام المواقع الإلكترونية بالضوابط القانونية والأخلاقية للحق في الخصوصية: بالتطبيق على عينة من المواقع في مصر والمملكة المتحدة، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2018.

والقانون والأكاديميين في مجال أخلاقيات الإعلام في الجامعات المصرية والأجنبية، وأعضاء من الكيانات التنظيمية للإعلام في مصر والمملكة المتحدة.

توصلت الدراسة الى:

✓ بالنسبة للمواقع الإلكترونية المصرية:

- شكلت أخبار الفن النسبة الأكبر التي تنتهك الخصوصية تليها أخبار الحوادث.
- كانت أكبر نسبة لانتهاك الخصوصية في المتن يليه العنوان الرئيسي ثم الصور والفيديو، اللذان شكلا الوسيلة الأبرز لانتهاك الخصوصية.
- تصدرت موضوعات الفضائح والشبهات الأخلاقية للشخصيات العامة والمشاهير، تليها أسرار الحياة الخاصة، تليها أخبار التحقيقات والمحاكمات.

وبهذا خالفت المواقع الإلكترونية المصرية الضابط القانوني الرئيسي لنص المادة (57) من الدستور المصري الحالي، المادة 309 مكرر من قانون العقوبات، والضوابط الأخلاقية في ميثاق الشرف الصحفي.

✓ بالنسبة للمواقع الإلكترونية البريطانية:

- شكلت أخبار الفن النسبة الأكبر في انتهاك الخصوصية، تليها أخبار الحوادث.
- جاء المتن أكبر موضع للمادة الخبرية في انتهاك الخصوصية ثم العنوان الرئيسي ثم الصور والفيديو.

- جاءت أخبار الحياة الخاصة للشخصيات العامة في المرتبة الأولى (موقعي Sun وMailonline)

وبهذا تنتهك المواقع الإلكترونية البريطانية الضوابط القانونية المتمثلة في قانون حقوق الإنسان البريطاني لعام 1998، والضابط الأخلاقي الرئيسي الوارد في ميثاق الشرف.

(5) دراسة للباحثين شيرين محمد كدواني وشريهان محمد توفيق بعنوان "الممارسة المهنية في الصحافة

الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية¹

سعت هذه الدراسة إلى اكتشاف طبيعة الممارسة المهنية للصفحات التي تعنى بالشؤون الإقليمية سواء كانت لصحف ورقية أو صحافة مواطن، بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسيوط

¹ شيرين محمد كدواني وشريهان محمد توفيق، الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثاني والعشرين للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، طنجة، المغرب، 24-21 أكتوبر 2017.

على موقع فيسبوك، وهذا لدراسة كل من: ضوابط النشر في تلك الصفحات والمنشورات التي تنشرها وتعليقات القراء، بالإضافة لدراسة القائم بالاتصال في تلك الصفحات.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي والمنهج المقارن، أداة تحليل المضمون، المقابلة، الاستبيان لدراسة عينة قدرت بصفتين على موقع فيسبوك (صفحة الأسايطة التابعة لجريدة الأسايطة الورقية و صفحة Assiout Street التابعة لصحافة المواطن) والقائمين بالاتصال فيها.

توصلت الدراسة الى:

✓ الصفحة الأولى:(التابعة للصحيفة الورقية)

- أهملت الصفحة وضع قواعد تنظم التعليق والمشاركة والنشر على الصفحة.
- التزمت الصفحة إلى حد كبير بأداب وأخلاقيات المهنة، فغالبية منشوراتها لم تخرج عن حدود الدقة والموضوعية والشمولية، ونجحت الى حد كبير في أداء وظائفها طبقا لنظرية المسؤولية الاجتماعية.
- تباينت تعليقات القراء بين الحدة والعنف واللغة المعتدلة، وذلك في الموضوعات الاجتماعية ذات الطابع الإنساني، وتحرص الصفحة على الرد على التعاليق وحذف التعليقات المسيئة.

✓ الصفحة الثانية (التابعة لصحافة المواطن)

- تقوم الصفحة بنشر المبادئ الأخلاقية التي تحكم عملها الصحفي، والتي عكست إحساسهم بالمسؤولية الاجتماعية تجاه أفراد المجتمع المحلي وجمهور الصفحة، وهذا من خلال تحديد عدد من المعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة للنشر تحت عنوان "القيم التي نقدمها".
- نجحت الصفحة في أداء الوظائف والأدوار المنوطة بها في نظرية المسؤولية الاجتماعية وهذا بكشف الفساد وتوجيه النقد للمسؤولين، الإعلان عن بعض السلع والخدمات التي تفتحها جهات محلية.
- شهدت تعليقات القراء تجاوزات من سب وقذف وانتقادات حادة للمسؤولين، عدم احترام للرأي الآخر بالرغم من تأكيد الصفحة على عدم التجاوز.
- تتحكم السياسة التحريرية في الأداء الصحفي على الشبكة الاجتماعية، سواء بالنسبة للصحف الورقية على شبكة الإنترنت أو صحافة المواطن.

II. الدراسات الأجنبية

(1) دراسة للباحث Michele Kathleen Jones بعنوان "دقيق اعتبارا من الوقت الحالي: أخلاقيات

الصحف اليومية في عصر التغير الاقتصادي والتكنولوجي"¹

استهدفت هذه الدراسة فحص وجهات نظر الصحفيين فيما يتعلق بالقيم والممارسات الأخلاقية المهنية، والتغييرات التي مروا بها، باستخدام منهج المسح عبر الويب والمقابلات المستمرة عبر البريد الإلكتروني، وعينة متعددة المراحل من الصحفيين العاملين في الصحف اليومية. وتوصلت الدراسة إلى:

- يلتزم الصحفيون بالمعايير الأخلاقية التي تتماشى مع تقاليد المسؤولية الاجتماعية وأهمها الحقيقة.
- الصعوبات الاقتصادية أدت إلى انخفاض جودة الصحف.
- الصحافة على الإنترنت أقل جودة من الصحافة الورقية، فالطابع الفوري واعتماد الشبكات الاجتماعية كمصدر للمعلومات أدى للكثير من الأخطاء.
- الصراع بين السرعة والدقة في الأخبار على الإنترنت من أهم المخاوف الأساسية لدى الصحفيين.
- أخلاقيات الصحافة الورقية تنطبق على الأخبار عبر الإنترنت.

(2) دراسة للباحثين Daphna Yeshua و Mark Deuze بعنوان "الصحفيون عبر الإنترنت في مواجهة

معضلات أخلاقية جديدة: دروس من هولندا"²

تبحث الدراسة في تأثير الإنترنت على صنع القرار الأخلاقي للصحافة على الإنترنت، وهذا من خلال البحث في المشكلات الأخلاقية الجديدة التي أوجدتها شبكة الإنترنت، وقد جاءت كمحاولة لتوفير مجموعة من المبادئ التي تساعد الصحفيين في ممارستها على الإنترنت في هولندا، واستخدمت الدراسة منهج المسح وأداتي المقابلة والاستبيان، أما عينتها فتمثلت في مجموعة مختارة من الصحفيين الإلكترونيين (67 صحفي) و18 طالبا في مدرسة الصحافة في مدينة " أوترخت " و6 رؤساء تحرير في 6 صحف إلكترونية.

توصلت الدراسة إلى أن المشكلات الأخلاقية بشأن وسائل الإعلام الجديدة ترتبط بمايلي:

¹ Michele Kathleen Jones, Accurate As Of The TimesTamp:"Newspaper Journalism Ethics In A Time Of Economic And Technological Change, PhD thesis on Philosophy, School of Journalism and Mass Communication, University of North Carolina,2010.

²Mark, Deuze and Daphna, Yeshua, Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons from the Netherlands, journal of mass media ethics, university of Amsterdam, Volume16, N⁰4, 2001.

- الضغط التجاري: من خلال التجارة الإلكترونية، إذ يؤثر الإعلان الإلكتروني على المحتوى، ففي غالب الأحيان تكون المواد الإعلانية أكثر تفاعلية من المواد التحريرية.
- الخصوصية: حيث أصبحت المعلومات الشخصية للأفراد مجالاً للاستخدام خصوصاً مجموعات الدردشة.
- استخدام الروابط التشعبية: من خلال صعوبة تحديد من هو المؤلف الأصلي واستشهاد مصدر الإنترنت من خلال نسخ محتوى شخص آخر.
- التنظيم الذاتي: الطابع اللامركزي والعالمي للإنترنت يجعل تنظيم هذا الوسيط مهمة مستحيلة.
- الدقة، المصادقية.
- طرق جمع الأخبار: على الصحفيين تقديم أنفسهم على أنهم محترفون عند التواصل على الشبكة.

(3) دراسة للباحثين Jesus Diaz-campo و Francisco Segado-Boj بعنوان "أخلاقيات الصحافة في بيئة رقمية: كيف تتكيف مبادئ الشرف الصحفية الأخلاقية مع الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات حول العالم"¹

تدور الدراسة حول ما إذا كانت الأخلاقيات في الصحافة التقليدية صالحة للإنترنت، ومدى قدرة مبادئ الشرف الأخلاقي على التكيف مع بيئة الإنترنت ذلك أن القضايا التي يواجهها الصحفيون عبر الإنترنت مختلفة عن تلك التقليدية، لهذا تم تحليل 99 مدونة أخلاقية للصحافة سارية المفعول في العالم، وهذا للعثور على الأخلاقيات التي تعالج قضايا الصحافة الرقمية.

وكانت النتائج المتوصل إليها كالآتي:

- 91% من المبادئ حول العالم تنقصر إلى إشارات إلى المشهد الرقمي، و9 فقط أشارت إليه (كندا، هولندا، رومانيا، المملكة المتحدة....).
- 7 مبادئ من المبادئ التسعة السابقة نصت على أن المواد عبر الإنترنت تتمتع بنفس الحقوق والمسؤوليات كوسائل الإعلام التقليدية، وأن الممارسة الفعلية لا تتغير مع تغير الوسيط أهمها: ميثاق كندا، المملكة المتحدة، النرويج.
- جميع القواعد العامة للوسائط التقليدية هي مباشرة قابلة للتكيف مع وسائل الإعلام الجديدة.

¹Jesus Diaz-Campo and Francisco Segado-Boj, Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world, Telematics and Informatics Journal, Volume 32, Issue 4, November 2015.

- من أهم المبادئ التي تم الإشارة إليها في الموثيق التسعة (المتضمنة للإعلام الرقمي):
- على الصحفي أن لا يستخدم الحيلة للوصول إلى المعلومات.
- على الصحفي أن يلتزم بقواعد معينة للحصول على المعلومات من الشبكات الاجتماعية (الميثاق الكندي).
- استخدام الروابط التشعبية التي تحترم أخلاقيات المهنة (مبدأ مشترك بين كل الموثيق التسعة).
- أن تقوم مواقع الويب بنشر البنود والشروط لإدراج الردود حتى يعرف المستخدم الرسائل المقبولة من غير المقبولة.
- على موقع الويب أن لا ينتهك خصوصية المستخدمين، من خلال جمع معلوماتهم عند التصفح (ميثاق شرف دولة النرويج).
- 4) دراسة للباحث Juhi P. Pathak بعنوان "العصر الرقمي 2.0 وتحدياته على أخلاقيات الإعلام"¹ تدور الدراسة حول الجانب الأخلاقي فيما يتعلق بالبيانات في العصر الرقمي، وما إذا كانت ثورة تكنولوجيا المعلومات أوجدت عدة مشاكل أخلاقية بخصوص الوصول للمعلومات أو حق الخصوصية وهي دراسة استكشافية من خلال تحليل الأدبيات الموجودة حول موضوع الدراسة.
- وقد توصلت الدراسة إلى أن أغلب المشاكل متعلقة بمايلي:
- حقوق النشر: غيرت التكنولوجيا طبيعة ما يستطيع المبدعون فعله وإنتاجه وكيفية مشاركة أعمالهم مع الجمهور.
- الانتحال وسرقة الأفكار والتعبيرات وملفات PDF وغيرها.
- التلاعب الرقمي بالصور ومقاطع الفيديو.
- انتهاك الحق في الخصوصية.

¹ Juhi P. Pathak, Digital Age 2.0 and Its Challenges on Media Ethics, IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), Volume 21, Issue 1, January 2016.

❖ التعقيب على الدراسات السابقة

تجمع الدراسات السابقة التي اعتمدت عليها الدراسة الحالية بين دراسات عربية وأجنبية، وكانت كلها تصب في موضوع أخلاقيات المهنة في الوسائط الإعلامية الجديدة، وتتفاوت فقط في الوسيط الإعلامي المختار للدراسة، أو شكل الممارسة الإعلامية في الفضاء الإلكتروني، فهناك من تحدثت عن المواقع الإخبارية والصحف الإلكترونية والصفحات الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، باعتبارها شكلاً إعلامياً ظهر وانتشر بكثرة مؤخراً خاصة مع تزايد تواجد الصحافة الورقية على شبكة الإنترنت، وأخرى اهتمت بدراسة موثيق الشرف الأخلاقية التي تنظم الإعلام على شبكة الإنترنت عموماً ومدى ملائمتها لطبيعة الوسائل الجديدة.

وتتفاوت أيضاً في منهجية الدراسة، حيث أن البعض منها يدمج بين أكثر من منهج أو أداة، والبعض الآخر يكتفي بمنهج واحد وأداة واحدة، حيث نجد دراسة ميدانية فقط أو تحليلية فقط أو الإثنين معاً.

- فدراسة الباحثين: رضوان جدي المعنونة بالأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديد: دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر، وشريهان محمد توفيق المعنونة بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد (دراسة تطبيقية على مواقع الصحف الإلكترونية)، وماجد بن فيحان العتيبي المعنونة بالمسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، فقد ركزت على الصحف الإلكترونية فقط دون شبكات التواصل الاجتماعي من جانبها المهني، سواء تعلق بالمضمون أو القائم بالاتصال أو الجانب التنظيمي، وهذا ما تختلف به عن الدراسة الحالية ذلك أنها ستركز على كل من الصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، كما ستستخدم موثيق الشرف الأخلاقية كمرجع تبني عليه مجموعة من المبادئ المهنية والتي سيتم قياسها فيما بعد.

- أما دراسة الباحثة سارة شريف محمد المشمشي والمعنونة ب: مدى التزام المواقع الإلكترونية بالضوابط القانونية والأخلاقية للحق في الخصوصية (دراسة تحليلية لعينة من المواقع في مصر والمملكة المتحدة)، ركزت على دراسة الجانب القانوني من حيث احترام المواقع الإخبارية للتشريعات الإعلامية الخاصة باحترام الحق في الخصوصية بالاعتماد على قوانين الإعلام المعمول بها في دولة الباحثة، في حين أن دراستنا الحالية لا تركز على هذا الجانب وذلك بالبحث في الالتزام الأخلاقي دون القانوني، لهذا فمجال تركيزنا هو موثيق الشرف الأخلاقي وليس قوانين الإعلام هذا من جهة، ومن

جهة أخرى دراستنا تهتم برصد أخلاقيات الممارسة الإعلامية عامة والتي تتمثل في عدة مبادئ وواجبات يلتزم بها الصحفي على عكس هذه الدراسة السابقة التي كان فحوى اهتمامها هو الالتزام الأخلاقي الخاص بالحق في الخصوصية الذي يعد أحد العناصر ضمن أخلاقيات الإعلام، هذا وتقوم أيضا بمقارنة مكانية بين دولتين مختلفتين (مصر و المملكة المتحدة) في حين دراستنا لا تقوم على المقارنة.

- وفي دراسة الباحثين شيرين محمد كدواني و شريهان محمد توفيق بعنوان: الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية (دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية) اهتمت بالصفحات التابعة للصحافة الورقية و صحافة المواطن عبر شبكات التواصل الاجتماعي، في حين أن الدراسة الحالية تهتم فقط بالنوع الأول أي الممارسة المهنية دون ممارسة الهواة، هذا وانحصرت دراسة الباحثين في الصحافة الإقليمية (محافظة من محافظات مصر) على عكس الدراسة الحالية التي تهتم بالصحف الوطنية التي تغطي كامل شؤون البلاد وليس منطقة واحدة فقط.

- أما دراسة Mark Deuze بعنوان: الصحفيون عبر الإنترنت في مواجهة معضلات أخلاقية جديدة، فرغم أنها تتشابه مع الدراسة الحالية إلى حد كبير إلا أنها تتقاطع معها في نقطتين هامتين وهما:

➤ النقطة الأولى: دراستها للمواقع الإخبارية فقط على عكس دراستنا التي تهتم أيضا بصفحات المؤسسات الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي.

➤ النقطة الثانية: دراستها لكل من الصحفيين في الميدان (المواقع الإخبارية) والطلاب المتدربون بمعهد الصحافة، في حين تركز هذه الدراسة على المضامين فقط.

- دراسة كل من Jesus Diaz Campo و Francisco Segal Dobojo بعنوان: أخلاقيات الصحافة في بيئة رقمية (كيف تتكيف مبادئ الشرف الأخلاقية مع الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات حول العالم) فاهتمت بأخلاقيات الإعلام في البيئة الرقمية من جانبها التنظيمي، المتعلق أساسا بمدى ملائمة مبادئ الشرف الخاصة بالإعلام في البيئة التقليدية للإعلام في البيئة الرقمية سواء بالنسبة للصحافة الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي، في حين الدراسة الحالية تحاول الكشف عن أخلاقيات الصحفيين في البيئة الرقمية بالرجوع إلى الأخلاقيات التي تحكم الإعلام عامة، بمعنى أنه سيتم التعامل مع مجموعة من المبادئ والمعايير في ميدان الممارسة وليس في ما هو في نصوص الميثاق المهنية.

- دراسة Michele Kathleen Jones والمعنونة بأخلاقيات الصحف اليومية في عصر التغيير الاقتصادي والتكنولوجي، و Juhi.P.Pathak والمعنونة بالعصر الرقمي وتحدياته على أخلاقيات الإعلام، فهي تبحث عن التحديات الأخلاقية التي أصبح يواجهها الإعلام في العصر الرقمي وأضاف عليها الباحث Michele Kathleen Jones البعد الاقتصادي والتكنولوجي، في تأثيرهما على صحافة الويب، وهذا ما يعد إضافة للدراسة الحالية التي تركز على رصد الالتزام الأخلاقي لصحيفة يومية على موقعها الإلكتروني وصفحتها على الشبكات الاجتماعية، بحيث سنحاول إدراج ذلك في التحليل.

❖ الاستفادة من الدراسات السابقة

أفادت الدراسات السابقة الدراسة الحالية في نقاط أهمها:

- الفهم الجيد لموضوع الدراسة.
- صياغة تساؤلات الدراسة التي تتماشى وأهداف البحث.
- إثراء عناصر من الفصل النظري.
- توضيح مجموعة من المعايير الأخلاقية التي يجب على الصحفي في الإعلام الجديد أن يدركها ويلتزم بها، وهذا من خلال النتائج المتوصل إليها في كل دراسة، حيث تشكل نتائج كل دراسة بمثابة إجابات قبلية عن تساؤلات دراستنا، ورسمت الطريق البحثي المناسب.

7. مفاهيم الدراسة والتعاريف الإجرائية

- أخلاقيات

قبل التطرق لمفهوم الأخلاقيات نعرج على مفهوم الأخلاق:

- أخلاق

لغة:

من الفعل أخلَقَ، يقال أخلَقَهُ أي كساه ثوبا، وتخلَّقَ بغير خلقه تكلفَهُ، وحَالَفَهُمُ عاشرهم بخلق حسن، مفرده خُلِقَ بالضم ويعني: السجية والطبع والمروءة والدين¹.

¹ مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزبادي، القاموس المحيط، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص: 895.

اصطلاحاً:

تدل في المعنى العام على العادات والأعراف المميزة لحضارة، لشعب أو فرد، وتدل في المعنى الفلسفي الدقيق على التفكير المنهجي في معايير العمل الإنساني، والفعل الأخلاقي يتميز عن الفعل الطبيعي بأنه يعبر عن قيمة.

وهي أيضاً مجموعة من المبادئ والقيم المكتسبة والراسخة في نفس الإنسان، التي تصدر عن اختيار والتزام، وعلى ضوءها يحكم على سلوكه وتصرفاته وقراراته، وهي فرع من الفلسفة تتناول المسائل المتعلقة بالصواب والخطأ، الخير والشر¹.

علم الأخلاق هو أحد العلوم المعيارية تخضع للتقويم والقياس والحكم، وهو نوعان: عملي ويسمى علم السلوك أو الأخلاق العملية، ونظري وهو الذي يبحث في حقيقة الخير والشر، والقيم الأخلاقية². وعلى هذا فإن الأخلاق هي بمثابة المعيار الذي يحدد الصواب والخطأ في أي سلوك إنساني حتى يكون سلوكاً سويًا، كما أنها هي التي تضمن للمجتمع استقامته، وتضمن للأفراد حقوقهم وواجباتهم، وانطلاقاً منها جاءت فكرة أخلاق الإعلام كمهنة يجب أن تقوم على مبادئ أخلاقية حتى تكون مهنة ذات دور فعال في المجتمع.

أما الأخلاقيات (Ethique) تعود إلى الكلمة اليونانية Ethos التي تعني العادات الأخلاقية³، وحسب "سمير الباجوري" هي نظام من المبادئ التي ترشد وتوجه العمل وتحدد له ما يجب أن يفعله، وهي مبنية على قيم شخصية ومهنية واجتماعية وأخلاقية، وتنشأ عن التفكير السليم واتخاذ القرارات الأخلاقية⁴. ولهذا نجد أن كل مهنة في المجتمع لها أخلاقيات وضوابط تحكمها، وتنظم العلاقات داخلها (بين أصحاب المهنة الواحدة) وبينهم وبين المجتمع الذي ينتمون إليه، والتي قد تكون متعارف عليها ومسلم بها، أو تأتي في شكل تنظيمات مهنية.

¹ خليل أحمد خليل، مفاتيح العلوم الإنسانية (معجم عربي-فرنسي-إنجليزي)، د.ط، دار الطباعة والنشر، بيروت، د.س.ن، ص:28.

² طه أحمد الزبيدي، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي: دراسة تأصيلية وتحليلية لأخلاقيات الإعلام في مواثيق الشرف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص:19-20.

³ أبو النور حمدي وأبو النور حسن، يورجين هابرماس: الأخلاق والتواصل، د.ط، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2012، ص:240.

⁴ سميير الباجوري، أخلاقيات الإعلام: القيم، التنظيم، القانون، د.ط، المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان، القاهرة، د.س.ن، ص:9-10.

أما أخلاقيات الإعلام هي مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في موثيق شرف مهنية يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات عليهم في حالة الخروج عنها¹، وهذه القواعد تحدد ما هو موضوعي ومثالي في العمل الاعلامي².

من هذا التعريف نجد أن أخلاقيات الإعلام الغرض منها هو التأسيس للعمل الإعلامي المثالي حتى تكون ممارسة إعلامية صحيحة، ويضم هذا التعريف كل من القيم المهنية والأخلاقية، وهذا ما سنتضمنه الدراسة الحالية، كما أنه يحمل فكرة عدم وجود العقوبة والتي بموجبها تكون موثيق الشرف غير إلزامية، ذلك أن الالتزام الأخلاقي هو التزام ذاتي من طرف الصحفي أكثر منه التزام بموئيق الشرف.

يعرفها "طه أحمد الزبيدي" على أنها منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الصحفيين خلال قيامهم بأعمالهم، واتخاذ قراراتهم بما يتناسب مع وظيفة المؤسسات الإعلامية، ويضمن الوفاء بحقوق الجمهور³.

يحمل هذا التعريف فكرة الوفاء بحقوق الجمهور، ما يعني أنه الهدف الأساسي لأخلاقيات الإعلام، وهذا الجمهور يمثل المجتمع وبالتالي الوفاء بواجبات المؤسسات الإعلامية تجاه المجتمع، وهذا ما يعرف بالمسؤولية الاجتماعية.

هذا ويرى "محمد عبود مهدي" أن التزام الصحفيين يكون أولاً وقبل كل شيء تجاه أنفسهم ثم تجاه جماهيرهم، وأن هذا الالتزام يجب أن يتخذ كواجب شخصي على الصحفي قبل أن يكون واجبا مجتمعياً⁴.

وعلى هذا فإن الصحفي بحكم الالتزام بالأخلاقيات المهنية يجب أن يكون مراقبا للأحداث من أجل المصلحة العامة والدفاع عن حقوق الأفراد، وكشف مكامن الفساد وتحليل الظواهر السياسية والاجتماعية التي يعاني منها المجتمع، وهذا في سبيل الخدمة العامة والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، ومراقبا لنفسه وهذا في سبيل النزاهة المهنية والالتزام بالمسؤولية الشخصية.

¹ محفوظ حافظ وآخرون، معجم المصطلحات الإعلامية، د.ط، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 2008، ص:28.

² يوسف التامري، الأبعاد الأخلاقية في العمل الصحفي والإعلامي، تاريخ النشر 2017.01.16، تاريخ الإطلاع 2018.12.13.

الساعة 21:20، الرابط <https://www.aljami3a.com>

³ طه أحمد الزبيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي: عربي-إنجليزي، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2010، ص:29.

⁴ محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، المجلد 1، العدد 3، 2006، ص:195، بتصرف.

وبالنسبة لـ"عزي عبد الرحمن" فإن الأخلاق في الممارسة الإعلامية تعني الحجة الأخلاقية في التمييز بين الخير والشر (بين الصحيح والخطأ)، عند اتخاذ القرارات اليومية في إنتاج الرسالة الإعلامية، وعادة ما تقوم على ثنائية القيم والواجب¹.

يبين هذا التعريف أن القيم تتداخل مع الأخلاق فغالبا ما يعتبر خلق معين هو قيمة أيضا، وفي الممارسة الإعلامية هناك من القيم المهنية التي تعتبر أخلاق قبل كل شيء مثل الصدق، وهناك من الأخلاق ما تعتبر واجب مثل تحري الحقيقة، لهذا عند الحديث عن أخلاقيات المهنة فإننا نتحدث عن مجموعة قيم وواجبات مفروضة على الصحفي، وهذا ما سنوضحه من خلال التعريف الإجرائي في الدراسة.

- التعريف الإجرائي

هي مجموعة من القيم والمسؤوليات التي تتجلى في شكل مبادئ ومعايير تحكم الممارسة الإعلامية والعمل الإعلامي، سواء في البيئة الإعلامية التقليدية أو الجديدة على شبكة الإنترنت، بدأً بعملية جمع الأخبار مروراً بمعالجتها حتى نقلها إلى الجمهور، وهذا لكي تكون الممارسة الإعلامية ممارسة مهنية ومسؤولة اجتماعيا.

- الممارسة الإعلامية

لغة:

من الفعل مارس أي زاول وعالج²

اصطلاحا:

إن الممارسة Practice كلمة من أصل يوناني وهي كلمة "براكتيكوس" تدل على معنى المداومة وكثرة الانشغال بالشيء، وتستخدم عموما للدلالة على النشاط المستمر الذي توضع من خلاله مبادئ العلوم موضع التطبيق³.

ولما كان الإعلام هو ممارسة أيضا فإن الممارسة الإعلامية تعني:

¹ عزي عبد الرحمن، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الطبعة الأولى، دار المتوسطية للنشر والتوزيع، تونس، 2016، ص ص: 8-9.

² أمل عبد العزيز محمود، الأداء: القاموس العربي الشامل عربي-عربي، الطبعة الأولى، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997، ص: 517.

³ مبروك بوطوقة، مفهوم الممارسة، تاريخ النشر 2018.07.24، تاريخ الإطلاع 2019.03.21، الساعة 23:32، الرابط <https://www.aranthropos.com/%d8%a7%d9%84%d9%85%d9%85%d8%a7%d8%b1%d8%b3%d8%a9-praxis>

تلك الممارسة المرتبطة بالوسائط وذات الصلة بوسائل الإعلام، تزيد من قدرة الأفراد على التعبير وتطرح إشكالا مختلفة من النشاط الإعلامي¹.

هي أيضا: مزاولة العمل الإعلامي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للمؤسسات الإعلامية، والتي تحدد حقوق وواجبات القائمين بالاتصال فيها، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية².

انطلاقا من هذا التعريف يتبين أن الممارسة الإعلامية تحكمها ضوابط تحددها المؤسسة الإعلامية، وهذه الضوابط تحدد للصحفي ما يجب أن يكون عليه، ومن ضمنها أخلاقيات المهنة، وهذا حتى لا تكون ممارسة عشوائية أو خاطئة.

وهذه الممارسة تتأتى من المعرفة الدقيقة للنشاط المزاول من طرف الصحفي سواء كان إخباريا أم فنيا أم تقنيا.

وتعرف أيضا على أنها مجموعة من الأنشطة، يؤديها الصحفيون في سبيل نقل المعلومة بدرجات متفاوتة من الانتظام والقدرات والميولات، والتي تغطي صناعة الأخبار عبر الجرائد أو التلفزيون، الإذاعة السينما، أو عبر نشر الفيديوهات عبر اليوتيوب أو عبر استخدام الهاتف النقال لجمع الأخبار³.

- التعريف الإجرائي

هي نشاط المؤسسات الإعلامية في البيئة الإلكترونية والمتمحور حول النشر على المواقع الإلكترونية المختلفة، سواء مواقع الصحف الإلكترونية أو مواقع الشبكات الاجتماعية، والتي تتشابه إلى حد ما مع ممارسة وسائل الإعلام في البيئة التقليدية، والتي تعبر في الأخير عن مجموعة متنوعة من المضامين الموجهة للجمهور إلكترونيا.

- وسائط الإعلام الجديد

ويتكون هذا المفهوم من مفهوم الوسائط والإعلام الجديد:

- وسائط

كلمة "الوسائط" Media هي جمع كلمة "وسيط" Medium، وله معان كثيرة منها كل شيء يستطيع إيصال المعلومة⁴.

¹M.Hobort, what do we mean by media practices, published on 6.7.2008, retrieved on 22.03.2019 at 15 :40h from <https://johnpostill.com>

²محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 213-214.

³Birjit Brauchler and John Postill, Theorizing media and practice, Bergbahn Books, New York, 2010, p: 3.

⁴حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، د.ط، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص: 13.

يشير مصطلح الوسائط إلى أي وسيلة للتوزيع أو النشر أو الاتصال أو الرسائل الصوتية أو السمعية البصرية (إذاعة، تلفزيون...)، وغالبا ما يستخدم هذا المصطلح كاختصار لمصطلح وسائل الإعلام الجماهيرية¹.

هذا التعريف أقرب إلى مفهوم الوسيلة أو الدعامة، والتي من خلالها يتم إيصال المعلومة أو الخبر وهذا ما هو مقصود في الدراسة، بحيث تشير إلى مجموعة الوسائل المستخدمة من طرف المؤسسات الإعلامية في نشر الأخبار على شبكة الأنترنت.

وعموما يشير اصطلاح Media إلى الإعلام، وكلما ينطوي على معلومة تذاغ أو تنشر على الملأ كمرحلة أولى، ويتناقلها الأفراد وتنتشر بصورة أكثر².

- الإعلام الجديد

يعبر عن مجموعة من الوسائط والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكن الأشخاص من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى بمختلف أشكاله من خلال شبكة الأنترنت، والتي تتيح إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الأنترنت مثل فيسبوك³. ومن مرادفاته: الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الرقمي، الإعلام الشبكي وغيرها⁴.

نجد أن أهم ما يميز الإعلام الجديد هنا هو فكرة إنتاج المحتوى ومشاركته من طرف المستخدم أي كان مضمونه: أفكار، معلومات، تجارب، خبرات، وكافة التسميات للإعلام الجديد ومهما تعددت فإنها تدور حول فكري الرقمية والتفاعلية، واللذان يكون مجالهما هو شبكة الأنترنت.

مصطلح "الإعلام الجديد" يشير في الواقع إلى مجموعة واسعة من التغيرات في إنتاج المحتوى وتوزيعه واستخدامه، تغييرات تكنولوجية تتصف بأنها: رقمية-تفاعلية-افتراضية-شبكية⁵.

تعرفه "بشرى جميل اسماعيل" في مقالها بعنوان "مدخل الإعلام الجديد" بأنه: جملة الممارسات الإعلامية التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة، التي تشغل داخل بيئة تواصلية متغيرة، تسهم في تشكيلها

¹<http://fr.wikipedia.org/wiki/Media> retrieved on 23.03.2019 at 14 :45h

²حسنين شفيق، مرجع سبق ذكره، ص: 13.

³محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، الطبعة الأولى، الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص: 11.

⁴ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 19-20.

⁵ Martin Lister and others, New Media: a critical introduction, second edition, Routledge, New York, 2009, p : 13.

تقنيات المعلومات والاتصال، يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه، وهي من أهم سماته¹.

يتضح من التعريف أن الإعلام الجديد أوجد تغييرات في إنتاج وتلقي المضمون الإعلامي عبر مختلف الوسائط، بالاعتماد على الاستخدام المتكامل للنص والصورة والفيديو، وبهذا قد يعوض ما كان غير متوفر في الإعلام التقليدي.

ويقسم الى قسمين²:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت Online وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات وميزات غير مسبوقة.

- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية.

وعلى هذا سيكون النوع الثاني هو النوع المختار بالدراسة، ذلك أنها تتعامل مع كيان إعلامي موجود في البيئة الإعلامية التقليدية، ثم انتقل إلى البيئة الإلكترونية، وبالتالي يحدث حالة من الاندماج بين كلا الشكلين.

- التعريف الإجرائي

يقصد بها في الدراسة مواقع الصحافة الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر)، والتي تكون تابعة لمؤسسات إعلامية صحفية أو سمعية بصرية، وهذا في إطار التكامل بين كل من الإعلام التقليدي والجديد.

- الصحافة الإلكترونية

تسمى صحافة الإنترنت وصحافة الويب، صحافة الوسائط المتعددة، وهي أي إصدار لا ورقي يتم إصداره بالاستعانة بشبكة الإنترنت وعرضه على الشبكة أو أي وسائط أخرى غير ورقية.

¹ بشرى جميل إسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14، 2012، ص ص: 10-11.

² محمود الفطاطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجاً، د.ط، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، رام الله، 2011، ص: 19.

وهي نوع من الاتصال بين البشر عبر الفضاء الإلكتروني تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي¹.

يذكر هذا التعريف خصوصية الصحافة الإلكترونية في أنها نوع من الاتصال الإلكتروني متعددة الوسائط، بالإضافة الى تفاعلية هذا النوع من الاتصال، بحيث أن الإنترنت أضافت التعددية في الوسيط على عكس ما كان موجود من قبل في الصحافة الورقية، إضافة الى البعد التفاعلي بين الصحيفة والقارئ، وهذا ما كان غائبا أيضا في الصحيفة الورقية.

وهي أيضا الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية أو موجز لأهم محتويات النسخ الورقية، أو صحف إلكترونية ليست لها إصدارات ورقية، وتتضمن مزيجا من الرسائل الإخبارية والقصص والمقالات والتعليقات والصور وغيرها².

يضيف هذا التعريف أنواع الصحف الإلكترونية بحيث يمكن أن تكون نسخ إلكترونية لصحف ورقية، أو صحف إلكترونية خالصة تنشر مضامين متنوعة.

- التعريف الاجرائي

تعرف الصحافة الإلكترونية في الدراسة على أنها النسخ الإلكترونية للصحف الورقية، تقوم بنشر مختلف المضامين بحيث تضيف محتويات جديدة إلى محتوى الصحيفة الورقية بصفة دورية، وهذا بالإعتماد على الوسائط المتعددة بين النص والصورة والفيديو.

- مواقع التواصل الاجتماعي

هي منصات إعلامية أو مجموعة من قنوات الاتصال المباشر المتخصصة في النشر والتفاعل ومشاركة المحتوى (الرسائل والصور والمقاطع الصوتية والمصورة) على مستوى الأفراد والمجتمع، وهي

¹ فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية: الحاضر والمستقبل، د.ط، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص:20.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص:8.

مصطلح يشمل منصات وسائل الإعلام الجديد أو المواقع التفاعلية على شبكة الإنترنت ذات المكونات الاجتماعية وقنوات التواصل عامة¹.

من خلال هذا التعريف نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع اتصال تفاعلية بدرجة أولى، ثم تأتي خاصية النشر للمحتويات متعددة الوسائط ومشاركتها، كما أن الجانب الاجتماعي فيه مهم جدا من خلال بناء علاقات اجتماعية عبر التواصل، كما يضيف البعد الإعلامي إذ يمكن لها أن تكون منصات إعلامية وهذا يتأتى من خلال إنشاء صفحات إخبارية سواء لمؤسسات إعلامية أو صحفيين مواطنين.

وتعرف أيضا أنها مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبنى على أسس إيدولوجية وتكنولوجية من الويب 2، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي يتم انشاءه بواسطة الإنترنت، ليتحول الاتصال الى حوار تفاعلي².

يضيف هذا التعريف الجانب الأيدولوجي بالموازاة مع الجانب التكنولوجي، ومنه نستنتج أن مواقع التواصل الاجتماعي يمكن أن يكون لها مرجعية أيدولوجية والتي يفرضها الشخص المؤسس للتطبيق، وبدورها يخضع كل المستخدمون لتوجيهات وتعاليم صاحب التقنية.

- التعريف الإجرائي

تعرف في الدراسة على أنها مواقع اتصالية إلكترونية تتواجد عبرها المؤسسات الإعلامية، لنشر ومشاركة مضامين إخبارية مختلفة، وهذا على شكل صفحات إخبارية يتابعها الكثير من أفراد الجمهور الذين هم بالأساس مستخدمو هذه المواقع، بحيث هناك نوع من التفاعل بينها وبين هؤلاء المستخدمين.

8. منهج الدراسة

يتمثل المنهج المعتمد في الدراسة في منهج دراسة الحالة لأنها ستتركز على حالة واحدة، المتمثلة في مؤسسة إعلامية واحدة ذات أشكال عدة وهي جريدة البلاد بأشكالها الإلكترونية الثلاث: صحيفتها الإلكترونية، صفحتها على موقع فيسبوك، صفحتها على موقع تويتر، بحيث ستقوم الدراسة برصد وتحليل الالتزام بأخلاقيات المهنة في هذه الأنماط الإعلامية الثلاث، من خلال إحاطة شاملة بكافة أساسيات

¹ راند حسان قمجية وحسان أحمد قمجية، الفيسبوك تحت المجهر، الطبعة الأولى، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2018، ص: 23.

² علي عبد الفتاح، الإعلام الإلكتروني، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص: 4.

وجزئيات هذه الأخلاقيات بمؤشراتها، للوصول الى نتائج أعمق خاصة وأن هذه الحالة تتوفر على الخصائص المناسبة: انتظام النشر، تنوع المضامين والوسائط المتعددة، متابعة معتبرة... الخ.

ومن أهداف المنهج في الدراسة:

- عرض صورة دقيقة ومعقدة لطرق وكيفيات العمل الإعلامي والنشر الصحفي لصحيفة البلاد في الوسائط الإعلامية الجديدة المحددة في الدراسة، من حيث إحترامها لمعايير وقواعد المهنة.
- جمع بيانات شاملة عن الأخلاقيات سواء التي التزمت بها جريدة البلاد، أم التي لم تلتزم بها، وأشكالها التي ظهرت في المضمون، وهذا من أجل الفهم الجيد للممارسة الإعلامية لها في البيئة الإعلامية الإلكترونية.
- البحث في المتغيرات التي يمكن أن تؤثر في الالتزام الأخلاقي لصحيفة البلاد في وسائط الإعلام الجديد، وهذا يظهر في التحليل.

9. عينة الدراسة ومجتمعها

يشمل مجتمع الدراسة الصحيفة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لصحيفة البلاد ممثلة في صفحة فيسبوك وتويتر.

فبالنسبة لصحيفة البلاد الإلكترونية فيلاحظ أنها تعتمد تقريبا نفس الطريقة المتبعة في الصحيفة الورقية، فهي تقوم بنشر الأخبار بصفة دورية يومية ودون توقف، فالنشر في الصحيفة الإلكترونية يتسم بالانتظام، الأمر الذي دفعنا إلى اختيار عينة غالبا ما تستخدم في دراسات الصحافة المكتوبة وهي عينة الأسبوع الصناعي طيلة الفترة الزمنية للدراسة والمقدرة بسنة كاملة من 1 جانفي 2019 الى 31 ديسمبر 2019، وتسمح هذه العينة بإضفاء نوع من المرونة في الاختيار، من خلال اختيار اليوم الموالي للعدد الذي تم اختياره في المرة السابقة، وذلك باختيار العدد الأول من اليوم الأول من الأسبوع الأول من الشهر الأول، ثم العدد الثاني من الأسبوع الثاني من الشهر الثاني وهكذا، حيث تم اختيار العدد الأول عشوائيا، ذلك أن هذا النوع يسمح بتغطية فترات زمنية متنوعة، خاصة وأن الدراسة تتمحور حول تحليل مضامين تتميز بالنشر المنتظم متعددة الوسائط.

وبالإضافة إلى ذلك فإن عينة الأسبوع الصناعي تتمتع بعدد من المزايا التي وجهت اختيارنا، فحسب "محمد عبد الحميد" فإن أسلوب الدورة يحقق العديد من المزايا منها أنه يعطي فرصا متساوية لجميع أيام

الصدور في تمثيل العينة. كما تمكن الباحث باستخدام هذا الأسلوب من بناء الفترات الصناعية المنتظمة لأغراض التحليل، مع ضمان نفس البعد الزمني بين كل الأيام، بدلا من اقترابها أو ابتعادها في الاختيار العشوائي لبناء هذه الفترات، مع ضمان تمثيل أيام الفترات الصناعية في العينة بنفس المستوى¹.

وتتشكل عينة الأسبوع الصناعي من 12 عدد، وكان ذلك بالاستناد إلى بعض الإرشادات لاختيار عينة وسائل الاعلام، حيث قارن أحد الباحثين (Stempel) النتائج المتعلقة بكل حجم من أحجام العينات المترواحة بين 6 اعداد، 12 عدد، 24 و 48 عدد، فوجد أن كل حجم من أحجام العينات الخمس كانت ملائمة وأن زيادة العينة لأكثر من 12 عدد لم يحسن من دقة التعيين بشكل عام².

والجدول أدناه يبين عينة الدراسة في الصحافة الإلكترونية:

جدول رقم (1) يمثل مفردات عينة الصحافة الإلكترونية

رقم العدد	يوم العدد	تاريخ العدد
الأول	الأربعاء	02 جانفي 2019
الثاني	الخميس	14 فيفري 2019
الثالث	الجمعة	15 مارس 2019
الرابع	السبت	27 أفريل 2019
الخامس	الأحد	05 ماي 2019
السادس	الإثنين	10 جوان 2019
السابع	الثلاثاء	16 جويلية 2019
الثامن	الأربعاء	28 أوت 2019
التاسع	الخميس	05 سبتمبر 2019
العاشر	الجمعة	11 نوفمبر 2019
الحادي عشر	السبت	16 أكتوبر 2019
الثاني عشر	الأحد	22 ديسمبر 2019

المصدر: الباحثة

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2000، ص: 146.

² روجر ريمر وجوزيف دومنيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013، ص ص: 290 و 291.

أما بالنسبة لعينة مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) وبالنظر لطبيعة وخصائص المجتمعات البحثية المرتبطة بهذه الوسائط والمتعلقة أساسا بغياب صفة الانتظام الزمني، ففي فترات زمنية لا يوضع فيها أي منشور كما قد يتوقف النشر بصفة مؤقتة خلافا لوسائل الإعلام التقليدية. أيضا هناك صعوبة في الحصول على كل المنشورات بدقة وتحديد إطار كامل وشامل لكل المفردات في فترة زمنية كبيرة، بالإضافة إلى كون محتوى شبكات التواصل الاجتماعي هو محتوى متعدد الوسائط حيث يجمع بين النصوص والصور والفيديوهات مع عدد غير محدود من المنشورات، على عكس وسائل الإعلام التي قد تعتمد على النص والصورة أو الفيديو.

ومما يؤكد ذلك ما تراه الباحثة "مها عبد المجيد صلاح" في أن محتوى الشبكات الافتراضية في حالة تجدد باستمرار وتغير بنسبة مستمرة سواء كان بالإضافة أو الحذف¹، وبالتالي لا تتوفر المعايير المطلوبة لاختيار فترة أطول بطريقة عشوائية بحيث لا يمكن الاستناد إلى إطار عام محدد لمجتمع البحث. كما أن شبكة الإنترنت مزيج فريد من محتوى سريع الزوال ولا يستمر لفترة طويلة مما قد يحتاج فيه الباحث إلى أدوات وتقنيات لاسترجاع محتوى الويب لاحقا. أيضا وفي دراسة لباحثين (Were) و (Lin) لعينة من الورقات البحثية وجدوا أن انتشار إطار لأخذ العينات بشكل صحيح كان صعبا وهذا بحكم عدم وجود قاعدة بيانات لمحتوى الويب حيث أنه دائم التغير².

وعلى هذا الأساس، فقد تم حصر العينة في فترة زمنية واحدة وليس في فترات زمنية ممتدة وتمثلت في شهر واحد وهو شهر ديسمبر.

وقد تم اختيار شهر ديسمبر كفترة زمنية للدراسة قصديا للأسباب الآتية:

- ضمت هذه الفترة العديد من الأحداث والقضايا الهامة خصوصا على المستوى الوطني، والمتمثلة أساسا في الحراك السياسي، الانتخابات الرئاسية وتغطية مرحلتي ما قبلها وبعدها، المحاكمات التاريخية لأطراف الفساد حيث أن هناك كثافة في التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام الرقمية خاصة عبر صفحات شبكات التواصل الاجتماعي التي أصبحت تنافس وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية

¹ مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الإعلام الاجتماعي: رؤية تحليلية، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي...التطبيقات والشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، يناير 2015، ص:5.

²Jian Zhang, Content Analysis of Web Sites From 2000 to 2004: A Thematic Meta-Analysis, A Thesis under The Requirements of Master Degree, Texas University, 2005, p p 8 and 82.

البصرية، وبالتالي هناك حاجة كبيرة لقياس الالتزام الأخلاقي لهذه الأخيرة عبر هذه الوسائط في مثل هكذا قضايا كبرى خاصة في ظل غياب قوانين واضحة تحكم الإعلام الجديد.

- الفترة متنوعة الأخبار بحيث لم تقتصر على حدث واحد فقط مما يسمح بتغطية الأخلاقيات المرتبطة بعينة متنوعة من المضامين، خاصة وأن التنوع الموضوعي والمتمثل في المواضيع المختلفة التي تغطيها منشورات ما من أهم الاعتبارات لاختيار عينات ما¹.

- هي فترة تزداد فيها الحاجة إلى مساءلة وسائل الإعلام أكثر من أي فترة أخرى، والتي من الممكن أن لا تبرز فيها مشكل الأخلاقيات لأنها تغطية عادية للأحداث اليومية، حيث أن الأخبار العامة لا تساعد على استخلاص مبادئ معينة في التحليل مقارنة بالأخبار المتعلقة بقضايا وأحداث خاصة، ذلك أن هذه الفترة تهتم فيها وسائل الإعلام بنوعية المعلومات ودقتها ما يعرف بالجودة².

وبعد تحديد الفترة الزمنية، تم تحديد عينة الدراسة والمتمثلة في العينة الطباقية المنتظمة والتي تجمع بين العينة الطباقية و هي العينة التي يقسم فيها المجتمع إلى مجموعات فرعية مميزة (طبقات) حيث أن كل وحدة من العينة تنتمي إلى طبقة واحدة فقط³، والعينة المنتظمة و هي أحد أساليب المعاينة العشوائية التي يكون فيها أسلوب السحب وفق انتظام متسلسل وتضمن انتشار العينة على أكبر مساحة في المجتمع⁴، ذلك أن مجتمع الدراسة في موقعي فيسبوك وتويتر هو مجتمع متباين من حيث نوع وشكل الأخبار، إذ تتراوح المنشورات بين: النصوص - الصور - الفيديوهات والوصلات الخارجية لأخبار الصحيفة الإلكترونية، وعلى هذا الأساس تم تقسيم مجتمع الدراسة إلى أربعة طبقات رئيسية يتم اختيار عينة من كل طبقة بالأسلوب المنتظم وهي: طبقة النصوص، طبقة الصور، طبقة الفيديوهات، طبقة الوصلات الخارجية، هذه الأخيرة تم استثنائها من العينة تجنباً للتكرار لأنها تمثل أخبار الصحيفة الإلكترونية التي حددت لها عينة مسبقاً (عينة الأسبوع الصناعي) شملت شهر ديسمبر.

¹ Muhammad Bilal Zafar and others, Sampling Content from Social Networks: Comparing Random VS Expert Sampling of the Twitter Stream, ACM Transactions on the Web, Vol 9, No3, June 2015, p p 128 and 129.

² Ibid.

³ Klaus Krippendorff, Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, second Edition, Sage Publications, United States of America, 2004, p: 115.

⁴ مركز الإحصاء، دليل المعاينة الإحصائية: أدلة المنهجية والجودة، د.ط، أبو ظبي، د.س.ن، ص:10.

إن أخذ العينات العشوائية أمر جذاب لتحليل البيانات لأن التغريدات النموذجية في العينة تحافظ على عدد من الخصائص الإحصائية لمجموعة التغريدات الكلية المرتبطة بموضوع معين، كما أن أخذ العينات العشوائية يحافظ أيضا على كمية كبيرة من المحتوى غير المرغوب فيه في التغريدات الأصلية¹. وتشكل العينة الكلية مجموع العينات الجزئية في كل طبقة وهذا بالاعتماد على الأسلوب المنتظم، ذلك أن حجم مجتمع الدراسة كبير نوعا ما، والاعتماد على المسافة بين المفردات هو الأسلوب الأمثل.

وبالاعتماد على الاعتبارات التالية:

- وجود تجانس كبير داخل كل طبقة حيث غالبا ما نجد عدة مفردات لخبر واحد لا تختلف كثيرا في الشكل والمضمون، خاصة وأنه كلما زاد التجانس كلما قل حجم العينة.
- نوع الدراسة حيث أنها دراسة تحليلية تتعامل مع مضامين متنوعة بين النص والصورة والفيديو، هذا الأخير الذي يتجاوز أحيانا مدة 30 دقيقة وأحيانا أخرى ساعة فأكثر.
- دراسة متغير واحد والمتمثل في أخلاقيات الممارسة الإعلامية وليس متغيرات عديدة، تحتاج بدورها إلى عدد أكبر في العينة.

تقرر اعتماد نسبة 10% من مجتمع الدراسة والمقدر بـ 1463 مفردة، وبالتالي يكون عدد العينة

كالآتي:

$$n=10 \times N/100=10 \times 1463/100=146$$

حيث:

n هي العينة

N هو مجتمع الدراسة

وبالتالي فإن عينة الدراسة تتكون من 146 مفردة وتمثل مجتمعي الدراسة في موقعي فيسبوك وتويتر وهذا بسبب وجود تطابق تام في منشورات الموقعين، بحيث أن ما ينشر على تويتر هو نفسه ما ينشر على فيسبوك.

أما بالنسبة للعينة داخل كل طبقة من الطبقات الأربع فقد تم استخدام "أسلوب التوزيع المتناسب مع

حجم الطبقة"² وهذا بالاعتماد على المعادلة التالية:

¹ مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الإعلام الاجتماعي: رؤية تحليلية، مرجع سبق ذكره، ص:5.

² مها عبد المجيد صلاح، مرجع سبق ذكره، ص:5.

$$n_h = n (N_h/N)$$

حيث أن:

n_h هي عينة الطبقة

N_h هو مجتمع الدراسة في الطبقة

N هو مجتمع الدراسة

وبالتالي نتحصل على الآتي:

$$n_{h1} = 146(30/1463) = 3$$

$$n_{h2} = 146(259/1463) = 26$$

$$n_{h3} = 146(1174 /1463) = 117$$

حيث أن:

n_{h1} هي عينة طبقة النصوص

n_{h2} هي عينة طبقة الصور

n_{h3} هي عينة طبقة الفيديوهات

وسيتم اختيار المفردات في الطبقة الواحدة بالأسلوب المنتظم بحساب $k=10$ ، حيث أن k هو فترة الانتظام وتم حسابه كالتالي:

$$k = N / n = 1463 / 146 = 10$$

10. أدوات جمع البيانات

اعتمدت الدراسة على أدواتي:

الملاحظة التي استخدمت كأداة أولية، وهذا في متابعة المواد الإعلامية المختلفة بين النصوص والصور والفيديوهات، وتسجيل البيانات اللازمة التي تكون بحاجة إليها الدراسة.

تحليل المضمون وهذا لتحليل مضمون ما ينشر من طرف صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتتر، في الفترة الزمنية الممتدة من 01 جانفي 2019 الى غاية 31 ديسمبر 2019.

يعرفه الأستاذ "يوسف تمار" بأنه: تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية، الظاهرة دون الباطنة، الساكنة منها والمتحركة، شكلها ومضمونها، والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف¹.

تهتم الدراسة الحالية بالتحليل الكمي والكيفي، ذلك أن أغلب تعاريف تحليل المضمون تركز على الجانب الكمي، وهذا يحول دون تحقيق أهداف الدراسة كاملة، التي تهتم أكثر بالإجابة عن سؤال "كيف"، بالإضافة إلى أن التحليل الكيفي هو المفسر للنتائج الكمية، مثلما يعمل التحليل للوصف، وبالتالي فالدراسة تفرز وجود تكامل بين التحليل الكمي والكيفي.

ويستخدم تحليل المحتوى ليس فقط في مجال الاتصالات التقليدية، ولكن أيضا في دراسات التفاعل بين الإنسان والحاسوب، مثل التطبيقات على شبكة الإنترنت².

❖ وحدات التحليل

يقوم تحليل المضمون على تجزئة المحتوى، وهذا من خلال مجموعة من الوحدات التي يتم تفسيرها في سياقها، لتحديد مفهومها واتجاهها، ودرجة ارتباطها بالسياق الكلي للموضوع.

ووحدة التحليل: هي مقطع محدد من رسالة أو مجموعة من الرسائل³

ويمكن أن تكون وحدة التحليل كلمة أو جملة، أو فقرة أو جزء من صفحات، ومن خلالها يتم تنظيم البيانات النوعية وبناء الترميز المناسب، والفئات⁴.

ولقد اعتمدت الدراسة الحالية على وحدة الفكرة، ذلك أن الدراسة تتعامل مع مضامين نصية ومصورة وصوتية، حيث سيتم رصد مختلف أخلاقيات المهنة في شكل أفكار، قد يلتزم بها الصحفي أو يتجاوزها.

والفكرة قد تكون عبارة أو جملة، وقد تمتد على طول الفقرة وقد يكون كل المحتوى عبارة عن فكرة واحدة.

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، د.ط، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص:12.

²Inhwa Kim and JasnaKuljis, Applying content analysis to web based content, journal of computing and information technology,N^o4,2010,p:369.

³يوسف تمار، المرجع السابق، ص:84.

⁴SatuElo and HelviKyngas,The Qualitative content analysis process, journal of advanced nursing Vol62, N1, 2008 ,p:107.

وهي من أكثر وحدات التحليل استعمالاً في بحوث الإعلام، لأنها تعطي دلالة أكثر لاتجاه المضمون، وعن طريقها يمكن فهم المعاني المتضمنة فيه¹.

❖ فئات التحليل

اعتمدت الدراسة في التحديد الإجرائي لفئات التحليل على عينة من موثيق الشرف الصحفية عموماً،

وهي:

- ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين
- ميثاق الاتحاد الدولي لناشري الصحف
- ميثاق اليونسكو للأخلاقيات المهنية في الصحافة
- ميثاق اتحاد الصحفيين العرب
- ميثاق الشرف الإعلامي العربي
- ميثاق الشرف الصحفيين الجزائريين

وذلك أن القواعد الأخلاقية للعاملين في البيئة الإعلامية التقليدية تنطبق على الممارسات المهنية في بيئة الإعلام الجديد، وتواجه صعوبة في التطبيق من طرف الصحفيين في الوسائط الجديدة.

إضافة إلى القانون العضوي للإعلام 12-05 في الجزائر.

وقد تم تقسيمها إلى الفئات التالية:

1/ فئة الأخلاقيات تجاه المبادئ الإنسانية (الأخلاقيات الإعلامية العالمية للصحفي): وهي الفئة الخاصة ببعض المبادئ الإنسانية العالمية، نص عليها ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين وميثاق اليونسكو الخاص بالمبادئ الأساسية لمشاركة وسائل الإعلام في تدعيم السلام والتفاهم الدولي وحقوق الإنسان ومواجهة التفرقة العنصرية، إضافة إلى الاتحاد الدولي لناشري الصحف وتضم المبادئ التالية:

1/1 مبدأ احترام كرامة الدول: وهو المبدأ الخاص باحترام الصحفي للدول المختلفة في تغطيته للأخبار الدولية ويكون ذلك من خلال: احترام سيادة الدول، عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول، عدم التحقير أو الإذلال لأي دولة، عدم التصوير السلبي لأي دولة.

¹ يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، ص: 87.

2/1/ مبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله: وهو المبدأ الخاص بامتناع الصحفي عن أي تمييز من خلال المضمون مهما كان نوعه، ويظهر من خلال: المساواة في التغطية الإعلامية، عدم الإشارة إلى جنس الشخص أو عرقه أو طبقتة أو دينه أو انتمائه السياسي، الإمتناع عن التتميط السلبي للآخر، عدم التجريح اللفظي للآخر، الامتناع عن الإسقاطات التاريخية.

3/1/ مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية: وهو المبدأ الخاص بامتناع الصحفي عن نشر خطاب الكراهية في المضمون الإعلامي، ويظهر من خلال: تعزيز قيم التسامح، تعزيز قيم الحوار، الامتناع عن التهيب من الآخر، الامتناع عن التتميط السلبي للآخر، الامتناع عن تحقير الآخر بسبب عرقه أو دينه أو جنسه أو إعاقته.

4/1/ مبدأ نبذ الإرهاب: وهو المبدأ الخاص بنبذ الأعمال الإرهابية من خلال المضمون الإعلامي، وذلك من خلال: تجريم العمل الإرهابي، تعزيز السلام، استحضار القانون، الامتناع عن التضخيم في عرض العمل الإرهابي.

2/2/ فئة الأخلاقيات تجاه المجتمع: وهي الفئة الخاصة ببعض المبادئ المتعلقة باحترام ضوابط المجتمع ومعايير وقيمه، بالإضافة إلى بعض وظائف المؤسسة الإعلامية تجاهه، تضمنت في ميثاق الصحفيين الجزائريين، ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين وميثاق الشرف الإعلامي العربي، وقسمناها إلى:

1/2/ مبدأ الامتناع عن التحريض على العنف: وهو المبدأ الخاص بامتناع الصحفي عن أي نشر لمظاهر العنف أو التحريض عليه، وذلك من خلال: عدم نشر مشاهد تصف العنف، الامتناع عن تضخيم حادثة العنف، عدم استخدام الألفاظ النابية، إبراز الآثار السلبية للعنف.

2/2/ مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة: وهو المبدأ الخاص بعدم نشر ما يعد تحريضا على الجريمة في المضمون الإعلامي، ويظهر من خلال: الابتعاد عن الوصف التفصيلي للجريمة وأبعادها الدرامية، تجنب عرض صور مرتكبي الجريمة، عدم إضفاء البطولة على مرتكب الجريمة، عدم التبرير لمرتكب الجريمة، بيان تأثير الجريمة على المجتمع، التخلي عن التغطية الموسعة للجريمة.

3/2/ مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير: وهو المبدأ الخاص بالدفاع عن حق الرأي والتعبير في المجتمع ويظهر من خلال: الدفاع عن حق المشاركة في المظاهرات السلمية، الدفاع عن حق تكوين الجمعيات

والأحزاب السياسية، تشجيع الديمقراطية وتعزيزها، إبراز القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في المجتمع.

4/2 مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة: ويتعلق هذا المبدأ بامتناع الصحفي عن نشر ما يعد انتهاكا للآداب العامة، ويظهر من خلال: عدم نشر كلمات أو صور أو مشاهد مخلة بالحياء، عدم نشر الموضوعات المنافية للآداب العامة، احترام القيم الأخلاقية للمجتمع.

5/2 مبدأ مكافحة الفساد: ويقصد به أن يقوم الصحفي بمكافحة الفساد في المجتمع من خلال المضمون الإعلامي، ويظهر من خلال: إبراز آثار الفساد على المجتمع، اقتراح حلول، نشر قيم النزاهة والشعور بالمسؤولية تجاه المال العام، بناء صورة نمطية سلبية عن الفساد، العرض المتعدد للآراء في تقييم قضايا الفساد، تقديم التفاصيل اللازمة عن قضية الفساد.

6/2 مبدأ دعم العدالة في المحاكم: ويقصد به أن يقوم الصحفي بدعم العدالة في المحاكم وعدم التأثير على سير القضايا فيها، ويكون من خلال: عدم نشر مواد أو آراء حول القضايا المنظورة أمام القضاء، الحياد والتوازن في عرض القضايا، نشر إجراءات المحاكمات (المسموح بها)، عدم إصدار الأحكام قبل صدور الحكم القضائي، عدم نشر ما يجري في التحقيقات (سرية التحقيق القضائي).

7/2 مبدأ تعزيز الهوية الوطنية: ويقضي هذا المبدأ أن يعزز الصحفي الهوية الوطنية لمجتمعه من خلال المضمون الإعلامي، ويظهر من خلال: تحفيز الإلتفاء الوطني، ربط المواطن بواقعه المجتمعي، إلقاء الضوء على الكفاءات الوطنية، تقديم نموذج عن شخصية وطنية عبر تجارب واقعية، التعريف بتاريخ الوطن وما بذل لأجله، نشر الرموز الوطنية، نشر التراث المادي والفكري للمجتمع.

3/ فئة الأخلاقيات تجاه الدولة: وهي الفئة المتعلقة ببعض المبادئ التي يجب على الصحفي الإلتزام بها تجاه الدولة التي يزاول فيها نشاطه ويخضع لقوانينها، وتضمنت في القانون العضوي للإعلام 05-12 وقسمناها إلى:

1/3 مبدأ احترام الدولة ومؤسساتها: ويقصد به أن يحترم الصحفي الدولة ككيان عام بمختلف مؤسساتها ويكون من خلال: احترام الدستور وتعزيز سيادته، احترام القضاء، احترام السلطات المحلية، احترام المؤسسة الأمنية، احترام المؤسسة العسكرية، احترام رموز الدولة.

2/3/ مبدأ حماية الأمن القومي: ويقصد به أن يساهم الصحفي في الحفاظ على أمن الدولة واستقرارها، ويكون من خلال: إظهار الجهود العسكرية في مواجهة أي تهديد أو خطر، إظهار الجهود الشعبية في مواجهة أي تهديد أو خطر، عدم المبالغة في نشر أخبار التهديدات أو الصراعات، معالجة القضايا الوطنية بالشرح والتحليل، تعزيز سيادة الدولة، إبراز جهود الدولة في تنمية المجتمع وحل مشاكله.

3/3/ مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية: ويقصد به أن يساهم الصحفي في تعزيز مفاهيم وقيم المشاركة السياسية في مجتمعه، من خلال: الدعوة إلى التصويت، مناقشة القضايا السياسية العامة (الحريات العامة، الديمقراطية...)، نقل النشاطات السياسية، عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة (تعددية الاتجاهات السياسية)، إعطاء الصوت لجميع المرشحين والأحزاب السياسية.

4/3/ مبدأ الحفاظ على الوحدة الوطنية: ويقصد به أن يساهم الصحفي في الحفاظ على الوحدة الوطنية لدولته ولا ينشر ما يعد مساساً بها، ويكون ذلك من خلال: معالجة مشاكل المجتمع وقضاياها، نشر قيم التعاون والتكافل الاجتماعي، نشر قيم المواطنة والولاء للوطن، نشر قيم التعايش السلمي بين الأفراد، الإبتعاد عن خطاب التعصب والتمييز والكراهية بين أفراد التراب الواحد، إبراز قيمة الوحدة الوطنية.

4/4/ فئة الأخلاقيات تجاه الأفراد: وهي الفئة الخاصة ببعض المبادئ التي يجب على الصحفي الالتزام بها تجاه الأفراد، والمتعلقة بحياتهم وكرامتهم ومكانتهم في المجتمع، والأدوار التي يقومون بها، تضمنت في ميثاق اتحاد الصحفيين العرب، ميثاق اليونسكو، ميثاق الشرف الإعلامي العربي وميثاق الصحفيين الجزائريين، وقسمناها إلى:

1/4/ مبدأ احترام الكرامة الإنسانية: ويقصد به أن يحترم الصحفي كل ما له علاقة بذات الأفراد وكرامتهم واعتبارهم، ويكون من خلال: الامتناع عن السب، الامتناع عن القذف، الامتناع عن الحط من شرف الفرد وسمعته، الامتناع عن الذم والتحقير.

2/4/ مبدأ احترام الخصوصية: ويقصد به أن يحترم الصحفي كل ما له علاقة بحياة الناس الخاصة وتفصيلها ولا ينشر ما يعد تجاوزاً لها، ينقسم إلى:

1/2/4/ مبدأ احترام الخصوصية في الأحداث العادية: ويقصد بها احترام كل ما هو خاص بالأفراد في الأحداث الخاصة بالحياة اليومية، وتظهر من خلال: عدم نشر تفاصيل الحياة الخاصة (الحياة الأسرية، اللقاءات الحميمة، ممارسة المعتقدات...)، عدم نشر أسرار خاصة وعرضها (أسرار الزواج، الطلاق، قضايا النسب...)، الامتناع عن نشر الفضائح الشخصية أو العائلية، عدم نشر اتصالات سرية، الامتناع عن

اقتحام الأماكن الخاصة للأفراد، الامتناع عن التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد، الامتناع عن التدخل في الشؤون الخاصة للفرد.

2/2/4/ مبدأ احترام الخصوصية في أخبار الجريمة: ويقصد بها احترام ما هو خاص بالأفراد في الأحداث الخاصة بالجرائم، وتظهر من خلال: عدم نشر إسم أو صور الشخص المتهم، عدم نشر إسم أو صور أقارب أو أصدقاء المتهم، عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية المتهم، عدم نشر إسم أو صور الضحية، عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية الضحية، عدم نشر إسم أو صور أقارب أو أصدقاء الضحية.

5/ فئة الأخلاقيات تجاه المهنة: وهي الفئة الخاصة بالمعايير المهنية التي يجب أن تتوفر في الخبر، تضمنت في ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين، اتحاد الصحفيين العرب، ميثاق الصحفيين الجزائريين، الاتحاد الدولي لناشري الصحف، وقسمناها إلى:

1/5/ مبدأ الموضوعية: ويقصد به تجرد الصحفي من الذاتية والعمل بمهنية مطلقة، ويظهر من خلال: نشر الآراء المختلفة، الفصل بين الحقيقة والرأي، التوازن، الحياد، التعبير المجرد عن الموضوع.

2/5/ مبدأ الدقة: ويقصد به توفر كل العناصر التي تجعل الخبر واضحا وشاملا، ويظهر من خلال: نقل المعلومات دون مبالغة أو تضخيم، الإحاطة الكافية والشاملة بالموضوع، وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه، إثبات المصادر، إثبات التواريخ، إثبات الأسماء، إثبات الأرقام والإحصائيات، غياب الأخطاء اللغوية والإملائية.

3/5/ مبدأ المصدقية: ويقصد به كل العناصر التي تجعل الخبر قابلا للتصديق من طرف المتلقي، ويظهر من خلال: الإسناد إلى المصدر، وضوح الأفكار والاتجاهات، الأمانة في نقل ما حدث وما قيل، استخدام الاقتباسات، اكتمال كافة مكونات الخبر.

6/ فئة الأخلاقيات تجاه الإعلان: وهي الفئة الخاصة بالمبادئ التي يجب مراعاتها عند نشر الإعلانات في صحيفة الدراسة، وتضمنت في ميثاق اتحاد الصحفيين العرب، ميثاق الشرف الإعلامي العربي، ميثاق الصحفيين الجزائريين، قسمناها إلى:

1/6/ مبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية: يقصد به التمييز بين ما يعد مضمون تحريري وما هو مضمون إعلاني، ويظهر من خلال: عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية، عدم نشر مضامين صحفية تتضمن مادة إعلانية.

2/6/مبدأ الإمتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك للآداب العامة: ويقصد به عدم نشر أي إعلان قد يتضمن انتهاك للآداب العامة والقيم الأخلاقية للمجتمع، ويظهر من خلال: عدم نشر إعلانات تخدش الحياء، عدم نشر إعلانات تسيء الى المعتقدات الدينية، عدم نشر إعلانات تروج للعنف والجريمة.

11. مجالات الدراسة

1.11. المجال المكاني

يتمثل المجال المكاني للدراسة في صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتي البلاد على الفيسبوك والتويتر، حيث سنقوم بدراسة تحليلية لعينة من المضامين التي تقوم بنشرها. فالصحيفة الإلكترونية هي عبارة عن الموقع الإلكتروني التابع لجريدة البلاد على شبكة الإنترنت تحت إدارة السيد "أنس جمعة"، وهو موقع إخباري شامل لمستجدات الأحداث والأخبار في الجزائر والعالم على مدار الساعة، ورابط الموقع هو www.elbilad.net

وجريدة البلاد هي جريدة جزائرية تصدر عن شركة "إيدكوم للنشر والإشهار"، كانت أول إطلالة لها في الساحة الإعلامية الوطنية يوم 2 نوفمبر 1999، مقرها كائن بـ 52 ديدوش مراد، مديرها العام هو السيد "يوسف جمعة"¹.

وتملك صفحة على موقع فيسبوك أنشأت في 25 أوت 2010، وصفحة على موقع تويتر أنشأت عام 2016.

2.11. المجال الزمني

تمتد فترة التحليل على المدة المحصورة بين 01 جانفي 2019 الى 31 ديسمبر 2019، والمقدرة بسنة كاملة ذلك أنها الفترة المتزامنة مع إجراء الدراسة التطبيقية، خاصة وأنها لا تختص بالبحث في مضمون محدد بل تهتم بالبحث في مختلف المضامين الإعلامية.

12. إجراءات الصدق والثبات

يسعى الصدق إلى معرفة مدى قدرة الأداة على قياس ما وضعت لقياسه، وفي دراستنا الحالية يكون ذلك من خلال تحديد مدى صلاحية الفئات ومؤشراتها في جمع البيانات اللازمة لأهداف الدراسة.

¹www.elbilad.net

واعتمدت الدراسة على الصدق الظاهري من خلال عرض استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الخبراء والذين هم عبارة عن أساتذة الإعلام من جامعات مختلفة، وهذا لتحكيم الاستمارة وفئات التحليل.

وبناء على ملاحظات المحكمين الخمس¹ التي كانت تتمحور حول:

- مدى الإتساق بين الفئات الرئيسية والفرعية
 - مدى وجود تكرار في بعض الفئات ومؤشراتها
 - مدى صلاحية المؤشرات لقياس كل مبدأ من المبادئ الأخلاقية
- تم تعديل الاستمارة بالصيغة النهائية.

أما الثبات فيقصد به الوصول إلى النتائج نفسها بتكرار تطبيق المقياس على المفردات نفسها في المواقف والأوضاع ذاتها، بحيث يحصل الباحث عند القياس على النتائج نفسها إذا استعمل الأساليب نفسها على المادة الإعلامية المبحوثة².

وفي بحوث تحليل المحتوى فمن معاملات الثبات المستعملة بكثرة معادلة "هولستي" للإتفاق بين محللين (عدد الفئات التي اتفق عليها المحللان على مجموع الفئات التي توصلوا إليها)³، وهي

كالآتي:

$$R = 2(C1,C2) / C1+C2$$

وعليه بتطبيق هذه المعادلة تحصلنا على الناتج التالي:

$$5(138)/786 = 690/786 = 0.87$$

وعليه فمعامل الثبات بالنسبة لاستمارة الدراسة يساوي 0.87 وهي نسبة مقبولة تعني أن فئات التحليل

قادرة على قياس ما وضعت لأجله.

¹ الأساتذة المحكمون:

1. أحلام باي، أستاذ محاضر ب، جامعة قسنطينة 3
2. هند عزوز، أستاذ محاضر أ، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل
3. زكريا بن صغير، أستاذ محاضر أ، المدرسة العليا العسكرية للإعلام والاتصال
4. ميلود مراد، أستاذ محاضر أ، جامعة قسنطينة 3
5. الصادق رابح، أستاذ مشارك، جامعة قطر

² صباح أنور محمد، تسويق الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص: 43.

³ فضيل دليو، معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، تاريخ النشر 2015.08.22، تاريخ الإطلاع 2021.02.28 الساعة

22:08، الرابط https://badislounis.blogspot.com/2015/08/blog-post_22.html

الإعلام الجديد
وأخلاقيات الممارسة
الإعلامية

تمهيد

يضم هذا الفصل كل ماله علاقة بموضوع الدراسة في جوانبه المختلفة، سواء ما تعلق بالإعلام الجديد أو الأخلاقيات المهنية وهذا في شكل مباحث ومطالب تتفرع بدورها إلى عناصر جزئية، لذا فقد كان المبحث الأول حول الإعلام الجديد أشكاله المختلفة وأطره القانونية، حيث يقوم بداية بتقديم فكرة عن ماهية الإعلام الجديد من حيث خلفيته التاريخية وخصائصه ووظائفه، جوانبه الإيجابية والسلبية وعلاقته بالإعلام التقليدي، ثم بعدها التعرف على مختلف أشكاله وتتمثل في ثلاثة أشكال رئيسية: الصحافة الإلكترونية- مواقع التواصل الاجتماعي- المدونات، أما الأطر القانونية فقد كانت عموماً وبعدها في الجزائر.

أما المبحث الثاني فتمحور حول الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد، وقد ركزنا فيه على مدخل عام حول الأخلاق الإعلامية عموماً وكل ما تعلق بخلفيتها التاريخية، أهميتها، أشكالها ومصادرها والصعوبات التي تعترضها، ثم خصصنا فيما بعد الحديث عن أخلاقيات الإعلام الجديد من حيث بدايات الاهتمام بالأخلاقيات في البيئة الإعلامية الإلكترونية وما صاحبها من رؤى متعددة، وأهم الأنواع والأشكال المجسدة لأخلاقيات الإعلام الجديد وما يعرفه هذا الأخير من إشكالات أخلاقية مرتبطة بمختلف الوسائط، وفي الأخير التنظيم المهني لأخلاقيات الإعلام الجديد من خلال مواثيق الشرف وأهميتها التنظيمية وأنواعها والمواثيق الخاصة بالإعلام الجديد عموماً وفي الجزائر.

المبحث الأول: الإعلام الجديد: الأشكال والأطر القانونية

المطلب الأول:

ماهية الإعلام الجديد

1. خلفية تاريخية عن الإعلام الجديد

استأثر الإعلام الجديد بالكثير من الاهتمام من قبل المشتغلين بالإعلام بصفة عامة وأساتذة الإعلام بشكل خاص كمدخل لتساؤلات عديدة هي: هل نعيش حالياً في مرحلة الإعلام الجديد؟ أم أن غيرنا مر بهذه المرحلة مرات عديدة تطبيقاً لـ"مارشال ماركوهان" في فكرة "الحنمية التكنولوجية"، أم أن الإعلام الجديد هو انعكاس لحالة الانقلاب في نظم الاتصال كلها بعد التقاء الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال؟

ويرى البعض أن فكرة البحث عن إعلام جديد ليست وليدة التغيير الذي تشهده حالياً في كافة مناحي الحياة، فعند إنبهار المعسكر الاشتراكي تحدث الناس كثيراً عن النظام العالمي والإعلامي الجديد، وقد شهدت فترة الحرب الباردة الكثير من الشد والجذب حول المبادئ الإعلامية التي ينبغي أن تسود في العالم، ومنها فكرة بناء نظام إعلامي جديد، لكن التقنية تجاوزت هذه الأسئلة دون عودة.

وكما يرتبط النظر في موضوع الإعلام الجديد بالانتقال التكنولوجي مثلما حدث بعد ظهور المطبعة، التلغراف الراديو والتلفزيون ثم الإنترنت التي قسمها المختصون إلى وسائل وتكنولوجيا تقليدية وأخرى مستحدثة جديدة، فإنه يرتبط بالنظام الإعلامي نفسه¹.

لهذا فقد ظهرت وسائل الإعلام الجديد كمصطلح واسع النطاق في الجزء الأخير من القرن العشرين ليشمل دمج وسائل الإعلام التقليدية مع القدرة التفاعلية للكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصالات، حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في مجال الاتصال في التغلب على الحيز الجغرافي والحدود السياسية².

وقد مثل اختراع الإنترنت التغيير الأكبر في تاريخ الاتصال الإنساني منذ ظهور التلفزيون، وقد أصبح مصطلح الإعلام الجديد والويب 2.0 من المصطلحات الشائعة في السنوات الأخيرة لوصف تطبيقات الويب

¹ محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجاً، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، رام الله، 2011، ص ص: 17-18.

² مها فالح ساق الله، ماهية الإعلام الجديد، تقرير ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013، ص: 25.

مثل المدونات، مواقع التواصل الاجتماعي ومنصات مشاركة الفيديو والصور والملفات ومنصات التحرير الجماعي، وكذلك تطبيقات الهواتف الذكية.

ويعود مصطلح الويب 2.0 إلى Tim O'Reilly الذي وضعه عام 2005، وتقوم الفكرة الأساسية له على استخدام الويب كمنصة، إذ حلت المشاركة Participation محل النشر publishing في ويب 1.0، وحل التدوين blogging محل المواقع الشخصية Personal Websites وغيرها¹.

❖ ومن أهم العوامل المساعدة على ظهور الإعلام الجديد:

أ. المتغير السياسي: فقد تغيرت السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي خاصة مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة، وتشجيع الغرب للانفتاح الإعلامي وتمكين الدول النامية والمجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها من خلال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدي، كل ذلك ساهم في نشر مبادئ الديمقراطية والتقرب من الغرب والثقافة الغربية.

ب. المتغير التقني: إن تطور تقنيات الاتصال وتطور الإنترنت بظهور الويب 2.0 بجوانبه وتقنياته بالإضافة إلى انخفاض أسعار خدمة الإنترنت وزيادة السرعة للتحميل، كل ذلك ساهم في تطور الإعلام الجديد وسيادته للمشهد الإعلامي العالمي وتفوقه على الإعلام التقليدي.

ت. المتغير الاجتماعي: فتغير الثقافات والعادات والتقاليد ساهم في انجذاب الناس لاستقاء الأخبار من خلال وسائل الإعلام الجديد، كمواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي أو التطبيقات الإعلامية على الموبايل، خاصة وأن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسرع للمعلومة، بالإضافة إلى زيادة التعليم وثقافة الإنترنت، فلم يعد أحد ينتظر صدور الصحف اليومية وتوزيعها بشكلها الورقي بينما يمكن الوصول مجاناً للخبر فور صدوره عبر المواقع الإلكترونية.

ث. المتغير الاقتصادي: إن سياسات الانفتاح الاقتصادي المطبقة عالمياً عبر منظمة التجارة العالمية وصندوق النقد الدولي، ساهمت في إزالة الحدود والعقبات أمام التبادل التجاري، وفي عصر الإصلاحات الاقتصادية هذه خاصة في الدول النامية، تغير الدور التقليدي للإعلام من مجرد ناقل

¹ حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد سعود الإسلامية، الرياض، السعودية، 10-11 مارس 2015، ص: 1.

للحدث الاقتصادي إلى لاعب أساسي في العملية الاقتصادية خاصة مع وسائل الإعلام الجديد ودخول مواقع التواصل الاجتماعي على خط البث المباشر للمعلومات الاقتصادية والمالية، خاصة وأن تكلفة المعلومات أصبحت تكلفة الإنتاج الأولى مقارنة باليد العاملة أو المواد الأولية.

وبهذا أصبح كل من عنده جهاز حاسوب مع خط إنترنت يمكن أن ينشأ مدونة ينشر فيها رأيه ومقالاته مجاناً، بل ويستطيع أن ينشأ موقعاً إخبارياً كاملاً مع أداة تحكم لتزويد الأخبار بأقل من مئة دولار ثم استضافة الموقع، أو امتلاك قناة إلكترونية عبر موقع يوتيوب تصل للملايين عبر العالم¹.

ج. المتغير المهني (المصدقية): لم يعد الجمهور يشعر بأن وسائل الإعلام تخدم مصالحه وتلبي حاجاته، بعد أن لاحظ على صفحات الصحف ومناقشات التلفزيون وبشكل متكرر أن رواية الأخبار قد تشوه وتحرف، لحماية مصالح هذه الوسائل التقليدية بعد أن غدت جزء من السلاسل التجارية والصناعية ذات المصالح التجارية التي تتجاوز أهداف الوسائل ذاتها.

ولا يغفل الناس أن عملية صنع الأخبار قد أصبحت سلعة تجارية وبشكل مطرد مع استمرار زيادة الضغط لتحقيق أرباح خاصة في الدول الغربية والولايات المتحدة الأمريكية على وجه التحديد، ولذلك كانت هذه الوسائل ومحتواها هدفاً للنقد من طرف مستخدمي الوسائل الجديدة في محاولة لترشيد أدائها وتصحيح أخطائها وانحرافاتهما.

وهذا ما أدى بـ " دان جيلمور " إلى القول في كتابه "نحن الإعلام" أن الوسائل الجديدة أصبحت تهدد سلطة الوسائل التقليدية وهيمنتها على الأنباء ومرورها، حيث بات الجمهور بعد انتشار هذه الوسائل يؤمن بأن فكرة سيطرة الوسائل التقليدية فكرة تجاوزها الزمن في مجتمعات الإنترنت التي تستخدم مواقع الجيل الثاني من الويب.

وهناك مبدأ عام ساد طويلاً بين وسائل الإعلام يقول أن حرية الإعلام ملك للذين يملكون هذه الوسائل، أما بعد انتشار المواقع الشخصية ووسائل الإعلام الاجتماعية فقد أتيح للجميع ملكية الوسائل ببسر وسهولة، وارتفع بذلك سقف الحرية المتاحة للجميع في التغيير وإبداء الرأي².

¹ خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص: 147-149.

² محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2009، ص: 13-14 و ص: 19-20.

2. خصائص الإعلام الجديد ومزاياه

على الرغم من أن وسائل الإعلام الجديد التي أفرزتها التكنولوجيا الاتصالية الراهنة، تكاد تتشابه في عدد من السمات مع الوسائل التقليدية، إلا أن هناك سمات مميزة للوسائل الإعلامية الراهنة بأشكالها المختلفة، وهذا ما أدى بها إلى تأثيرات معينة على الاتصال الإنساني، ومن أبرز هذه السمات:

- التفاعلية

إن المفهوم الأقرب هنا هو المفهوم الذي قدمه "stenor" في تعريفه للتفاعلية بوصفها: المدى الذي تسمح فيه الوسيلة للمستخدم لتعديل المحتوى أو تشكيل بيئة وسيطة في الوقت الفعلي. وتعد التفاعلية كما يقول "Andie Tucher" واحدة من أهم الإضافات المتميزة للإعلام الجديد وعلى نفس المنوال يؤكد Deuze و Paulussen أن التفاعلية هي ثاني أهم عامل بعد الحالية من خلال تقديم نوع من الاتصال الثنائي والتعددي يتحدى التدفق التقليدي غير المباشر للوسائل الإعلامية.

وتحدد "ليندا بيترس" أربعة خصائص اتصالية للتفاعلية تتميز بها الوسائل الجديدة عن الوسائل التقليدية وهي: تغيير أسلوب الاتصال، التواجد الاجتماعي، التحكم في محتوى وطريقة الاتصال.

ومن ناحية أخرى فإن التفاعلية يمكن النظر إليها على أنها عملية يقوم بها القراء من خلال اختيار المحتوى المناسب لهم، ويطلق على هذه التفاعلية تفاعلية الاختيار selection interactivity أو تفاعلية المحتوى content interactivity، وهي التي تتيح للقارئ صنع صحيفته الخاصة من محتوى الصحيفة الإلكترونية بتحديد أنواع الأخبار والخدمات التي يريدونها ويرى أنها تلبي احتياجاته.

وتتحدد آليات التفاعلية المتاحة لمستخدمي الصحف الإلكترونية في: البريد الإلكتروني الخاص بالصحيفة، جماعات النقاش، الاستطلاعات الفورية للرأي العام، الاشتراك في النشرات الإلكترونية¹. وبهذا أصبح القائم بالاتصال والجمهور يعيشون معاني بيئة افتراضية تلاشى فيها البعد الفيزيائي، وباتت فيها التغذية المرتدة والنقاش العلني والتعبير عما تطرحه وسيلة الإعلام التقليدية محل نقد وإعجاب لدرجة أن بعض ردود الأفعال أحيان تكون أكثر عمقا من المادة الأصلية ذاتها².

¹ حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص ص: 13-14.

² عمار طاهر، الإعلام الجديد بين الثورة التقنية والانقلاب المفاهيمي على بديهيات الإعلام، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الثاني للتربية الإعلامية الرقمية، بغداد، 21 شباط 2018، ص: 08.

- اللاجماهيرية

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، فقد سمحت الوسائل الجديدة للفرد أن يستقبل عن المجموع من حيث الرسائل التي يتابعها¹.

- حرية النشر

أتاحت وسائل الإعلام الجديدة أن يصبح أي شخص يستعمل الإنترنت ناشراً، وتوفر شبكة الإنترنت تحريرية ومرونة في التواصل، فعلى سبيل المثال في المدونات يمكنك أن تقول ما تشاء من خلالها، فهي مواقع يسهل تحديثها في أي وقت تشاء.

فيجد المساهمين في هذه الوسائط الفرصة في عرض أفكارهم وآرائهم وتبادلها مع من يشاءون فضلاً عن عرض مصادر أخبارهم بدون الخوف من الرقيب، سواء كان رئيس التحرير أو مدير النشر بالنسبة للإعلاميين، أو الحكومة، وبالتالي ازدادت قدرة الجمهور على كشف الانحرافات والفساد والمساهمة في نقد الحكومات وسياساتها، فعلى سبيل المثال استطاعت المدونات أن تنافس المعلومة الرسمية التقليدية التي تثبتتها الصحف والإذاعات والمحطات الفضائية².

فكل مستهلك هو منتج، هذه هي السمة المركزية الكامنة المشتركة بين وسائل الإعلام الجديد، حيث يمكن لأي شخص يقرأ مدونة بدء النشر في مدونة فوراً، فالمدون لديه كل صلاحيات الناشر التقليدي على مدونته، فالإعلام الجديد لا يتطلب منصات كامنة خلف السيطرة على المستهلكين سواء آلية الفيسبوك أو أنظمة التدوين أو إيرادات تحرير ويكيبيديا، في حين أنها تمنحهم نفس السيطرة على "من" و"أين" يمكنهم الحصول على النص والصوت أو المحتوى السمعي البصري³.

- التعبير عن النفس أو التمثيل الذاتي في المجتمعات المحلية

يتيح الإعلام الجديد لمستخدميه حرية أكبر في التعبير عن الذات والنفس وعن القيم التي يؤمن بها الفرد، وذلك عبر المدونات أو مواقع التواصل الاجتماعي، ومهما كان نوع هذا الرأي أو مدى صحته، فوسائل

¹ علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، د.ط، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص: 204.

² سحر خليفة الجبوري، الإعلام البديل: الواقع والآفاق: دراسة نظرية في نماذج وأشكال الإعلام البديل، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، 2012، ص: 53.

³ بول ليفستون، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة هبة ربيع، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص: 15 و 19.

الإعلام الجديدة ينبع بعض مضمونها من أفكار أصحابها، فبإمكان الفرد أن يتحول إلى مؤسسة اتصالية مستقلة عن المؤسسات التقليدية الرسمية المقروءة والمسموعة والمرئية المتعارف عليها¹.

فإدلاء الرأي عبر مختلف قنوات الإعلام الجديد متاح أمام الجميع، فلا يحكم المشارك إلى تصريح خاص للاشتراك عبر موقع ما، ولا يحتاج إلى إذن حكومي ليضيف تعليقا على خبر ما على موقع ما، وبالتالي انتقل دور الجمهور التقليدي من متلقي إلى متحدث ومشارك².

- استخدام النصوص الفائقة والوسائط المتعددة

فكرة النص الفائق هي التي تقوم عليها شبكة الويب بأكملها، إذ تخلق بيئة غنية لمساعدة المستخدمين على الحصول على المزيد من المعلومات، من خلال البحث عبر دائرة من المعلومات بدلا من الذهاب مباشرة إليها.

والنصوص الفائقة توضح إمكانية إنشاء نظام لربط النص بطريقة تشعبية Branching أو بطريقة غير خطية، مما يسهل التفاعل والتنقل والإبحار بين محتويات منتج الوسائط الغنية بواسطة الوصلات الموجودة بينها بسرعة.

أما الوسائط المتعددة هي تجميع لعناصر المكتوب مع الصوت والصورة الثابتة والمتحركة في العرض الواحد على صفحات الويب وشبكات التواصل الاجتماعي وتعمل على تعزيز المعلومات بشكل يحسن من الاتصال ويجعله فعالا ومفهوما أكثر ومفعما بالحيوية³.

- تكوين المجتمعات

وسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها المواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي توفر خاصية تكوين مجتمعات إلكترونية ذات اهتمامات مشتركة، سواء كانت اهتمامات سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية، فيجتمعون حول قضية معينة ويتبادلون الآراء والنقاشات حولها، وهي سمة مميزة للإعلام الاجتماعي بمواقعه المخصصة للتواصل والتفاعل⁴.

¹ سحر خليفة الجبوري، مرجع سبق ذكره، ص: 54.

² خالد غسان يوسف المقدادي، مرجع سبق ذكره، ص: 145.

³ وسام محمد أحمد، الوسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018 ص ص 25 و 27.

⁴ خالد غسان يوسف المقدادي، المرجع السابق، ص: 145.

ومن جانب آخر يربط الباحث المصري "عبد الواجد أمين" خصائص الإعلام الجديد بعناصر العملية الإعلامية الأساسية: المصدر-الرسالة-الوسيلة-الاستجابة، في محاولة منه لمفهوم سيرورة الإعلام الجديد، وفي ضوء ذلك يرى أن من خواص الإعلام الجديد ما يلي:

(1) مركزية الإعداد

مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات، لهذا فقد ارتبطت بها ما يسمى بمركزية الرسائل أو حارس البوابة، وهي نظرية قام بوضعها عالم النفس النمساوي الأصل والأمريكي الجنسية "كيرت لوين" التي ترى أنه طول المرحلة الإعلامية التي تقطعها المادة الصحفية حتى تصل إلى الجمهور المستهدف توجد بوابات، يتم فيها اتخاذ قرارات ما إذا كانت الرسالة سوف تنتقل بنفس الشكل والمحتوى، أو بعد إدخال تعديلات عليها، وفي كل حلقة هناك شخص ما يتمتع بالحق في أن يقرر ما إذا كانت الرسالة التي تلقاها سيمررها كما هي إلى الحلقات التالية أم سيضيف عليها أو يلغيها تماما.

لهذا بوجود وسائل الإعلام الجديد لم تعد هناك مركزية وأصبح الجميع يمكنه مخاطبة الجميع بشكل مباشر وبعيد عن تلك الوسائل المركزية أو الوسيط المحوري الذي يحتكر كل فرص وإمكانيات الاتصال.

(2) المحتوى

أحدثت وسائل الإعلام الجديد أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض مستوى الاحترافية المطلوبة للإعداد، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بإعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وبتكلفة منخفضة جدا، وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.

(3) التوزيع

في الوقت الذي تحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدي إلى بنى تحتية ومرتفعة التكاليف تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فإننا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، فالإنترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وتصل بسهولة إلى كافة أنحاء العالم.

(4) التلقي

في ظل وسائل الإعلام الجديد أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة يمكنه الدخول عليها في أي وقت ومن أي مكان في العالم، وهذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية.

(5) الاستجابة

ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية وما بعد التفاعلية، ذلك أن مساهمة المتلقي في وسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجوع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره، وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، على عكس الآن مع المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي ومواقع الفيديو التشاركية حيث مثلت هذه المواقع مهمة ما بعد التفاعلية¹.

3. وظائف الإعلام الجديد

حدد "شرام" و "لازويل" عددا من الوظائف الرئيسية والفرعية للإعلام في المجتمعات، ووجدوا أن هناك أربعة عشر وظيفة أو مهمة رئيسية أو فرعية لوسائل الاتصال الجماهيري وهي: مراقبة الناس والتعلم منهم، توسيع آفاق التعرف على العالم، توسع نطاق الحوار السياسي، تقوية المعايير الاجتماعية وغيرها.

إلا أنه مع الإعلام الجديد تولدت حاجات اجتماعية وسياسية واقتصادية جديدة مما أوجد معها وظائف جديدة لهذا النوع من الإعلام منها:

- تسهيل الاتصال بالمواقع الإخبارية وفورية الإعلام حيث تتوافر الآلاف من المواقع الإعلامية التي تقدم الوظيفة الإخبارية وتنشر الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم لحظة وقوعها.
- القيام بالتعبئة لتأييد الأفكار التي تنادي بها، ومناهضة غيرها من الأفكار بحيث يمكن أن تسهم في تكوين رأي عام إقليمي أو عالمي نحو المواقف والقضايا والأفراد في وقت معين، يتكون من فئات المستخدمين لشبكة الإنترنت وبصفة خاصة المواقع الإعلامية المنتشرة فيها، مما يمكن أن يطلق عليها اسم المواقع الرقمية التعبيرية التي تعمل بمعزل عن كل النظم والأشكال التنظيمية المتاحة في المجتمعات، وبالتالي تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية.

¹ مراد كموش، الإعلام الجديد في البيئة الرقمية: قراءة في تغير الممارسة الإعلامية، المؤتمر الدولي الحادي عشر حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، لبنان، 22-24 أبريل 2016، ص ص: 224-225.

- تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين وسهولة الإتاحة.
- أصبحت وظيفة التسويق والإعلان تجد صدى كبير لدى المعلنين وخصوصا بالنسبة للمواقع التي تحقق نسبة أكبر في الاستخدام والدخول عليها، شأنها في ذلك شأن وسائل الإعلام الأخرى، ويعتبر تحقيق هذه الوظيفة بالنسبة لجمهور المتلقين دليلا إلى اتخاذ القرارات الشرائية، بجانب أنها تحقق تمويلا لهذه المواقع والشركات.
- أسهم الإعلام الجديد في تحقيق وظيفة التسلية والترفيه التي أصبحت تجذب مستويات عمرية مختلفة من خلال تقدمه المواقع الإعلامية من إذاعة للمواد الإعلامية الترفيهية، بالإضافة إلى انتشار برامج الألعاب على مواقع الإنترنت¹.

4. الجوانب الإيجابية والسلبية للإعلام الجديد

1.4. الجوانب الإيجابية

- ارتبط بظاهرة الإعلام الجديد ولاسيما فيما يتعلق بصحافة المواطن وجود عدد من الجوانب الإيجابية المعنية بكونه منتجا ومستهلكا وناشرا للمحتوى الإلكتروني، بيد أنه أصبح طرفا أصيلا في العملية الاتصالية، ويمكن تناول ذلك من خلال النقاط التالية:
- أتاح الإعلام الجديد للفرد فرصة التعبير عن نفسه والتفاعل مع الآخرين بشأن الاهتمامات المشتركة سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو الإقليمي أو الدولي، وأتاح أيضا كسب أنصار ومؤيدين والتواصل معهم بشكل مباشر دون وسطاء، ويكون الحوار تزامنيا أو غير تزامني.
- فالمدونون مثلا يعبرون عن آرائهم السياسية والاجتماعية بواسطة مدوناتهم، ويتاح للمستخدمين التفاعل مع المنشورات، فتتحول المدونة إلى فضاء لعرض الآراء المتعددة، حيث تطرح آراء وتناقش موضوعات لا يمكن للإعلام التقليدي مناقشتها لأسباب منها عدم انسجام مضمونها مع القائمين على هذه الوسائل².

¹ نسرين حسونة، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، تاريخ التحميل 26 أوت 2019، الساعة 10:54 الرابط <https://www.academia.edu/6663194>

² غالب كاظم جواد الدعيمي، الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص ص: 79-80.

- يقدم الإعلام الجديد الأصوات المعارضة والمتحررة للمواطنين الصحفيين كي تقرأ وتسمع وتشاهد، ومن ثم تدون تعليقات الفرد حولها سواء بالنقد أو التأييد أو المعارضة أو التزام الحياد.

- في ظل ديمقراطية الإعلام الجديد يمارس المستخدم دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديو، فضلا عن أنه يضع ويرتب الأجندة التي تقرر أولوية الأخبار التي تنتشر.

وأتاحت التكنولوجيا الجديدة قيادة عملية التغيير في وسائل الإعلام السائدة والتأثير في أجندتها الإعلامية وأسلوب عملها وعرضها للمادة الإعلامية، من خلال توظيفها لتقنيات الوسائط المتعددة Multimedia في مواقعها الإلكترونية بشكل لحظي، فضلا عن المساهمة في تحقيق تغير ملموس في حضور النخب الناشئة في المجالات السياسية والاقتصادية في المجتمع لطرح أفكارها الحبيسة التي لم تجد منفذا للنشر في الإعلام التقليدي.

- يتميز المستخدم للإعلام الجديد بأنه مستقل وحر من أي ضغوط إعلانية أو أي انتماءات تنظيمية أو مؤسسية، حيث يقدم للناس بوصفه صوتا مستقلا، الأمر الذي أسهم في تحول الآلاف من المواطنين إلى وكالات أنباء متحركة لمعرفة ما يحدث على أرض الواقع في المناطق المشتعلة بالأحداث، لاسيما عندما يتعلق الأمر بفقدان الإعلام السائد للموضوعية والمصادقية لدى قطاع عريض من الجمهور، نتيجة سيطرة حالة الشك في جدية وموضوعية تغطيته للعديد من القضايا التي تشغل الرأي العام¹.

إن المحتوى المنشور يمكن الوصول إليه بسهولة accessible كما يمكن تحميله وتبادلته واستخدامه على أجهزة وسائط مختلفة، إذ ساعدت وسائط الإعلام الجديد في تسهيل كل المراحل التي يمر بها المحتوى حتى يصل إلى مستهلكيه، إنتاج المحتوى أصبح رقميا ومتاحا للجميع، كما أصبح استهلاكه والحصول عليه أكثر سهولة على أجهزة الكمبيوتر والهواتف المحمولة وغيرها من أجهزة عرض الملفات بمختلف أشكالها².

¹ شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 12، يوليو 2014، ص:

116.

² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، الطبعة الأولى، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص:371.

2.4. الجوانب السلبية

- يفتقد الإعلام الجديد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل وخاصة المصدقية والموضوعية للموضوعات التي يتناولها.
- إن حرية الدخول والخروج من دون تحديات ومراقبة على المواطنين الموجودين على شبكة الإنترنت ساعد في ظهور مصالح تجارية وعمليات إجرامية، بالإضافة إلى التدوين المزيف الذي يروج للشائعات والأخبار الكاذبة والذي أسهم في تشكيل المواقف الخاطئة¹.
- وهذا نتيجة صعوبة الوثوق والتحقق من صدقية وصحة العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقى، بالإضافة أيضا إلى ضعف ضبط الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية².
- ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.
- غياب التخطيط وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الجديد وعدم خضوعه للرقابة³، إذ يسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه مواطنا صحفيا citizen jonsalist في ظل غياب سند تشريعي يحدد العاملين فيه، فالإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية التي لها مواقع إلكترونية ينتمون مهنيا إلى هذه المؤسسات أكثر من الكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية بالرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات⁴.

5. الإعلام الجديد وعلاقته بالإعلام التقليدي

- تشمل وسائل الإعلام التقليدية: الصحف والمجلات، الإذاعة، التلفزيون هي تلك الوسائل المملوكة للدولة أو المؤسسات الإعلامية الخاصة (جمعيات-مؤسسات-أفراد....)⁵.

¹ شريف درويش اللبان، مرجع سبق ذكره، ص: 116-117.

² نسرین حسونة، مرجع سبق ذكره.

³ ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 32.

⁴ شريف درويش اللبان، المرجع السابق، ص: 119.

⁵ ماهر عودة الشمالية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 23.

ولما شهد عصرنا الحالي موجات متعاقبة من التغيرات السريعة في العديد من مناحي الحياة، حصل الشيء ذاته في الإعلام، فخلال العقود الثلاثة الأخيرة شهدنا سلسلة مستجدات ومتغيرات في أنماط ووسائل الاتصال الجماهيري، شملت اللغة والمحتوى وأثرت على مدى وسرعة انتشار وسائل الإعلام ورسائلها.

فولادة الإعلام الجديد تمثل الحلقة الكبيرة في المستجدات الإعلامية، فالمواقع الإلكترونية الإخبارية وصحافة المواطن المتمثلة في المدونات ووسائل الإعلام المجتمعية غيرت أدوات الإعلام التقليدي ولغته ووظيفته، إذ أخذ يفرض تحديات جديدة مفتوحة للاجتهد والإبداع، فلم يعد بالإمكان التحكم بالإعلام من خلال قوانين النشر الحكومية أو أي من المقيدات التقليدية التي تضاعلت سطوتها¹.

ولقد انقسمت الرؤى في هذا الصدد إلى اتجاهين: الاتجاه الأول يتحدث عن التنافس بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، بينما يؤكد الاتجاه الثاني على التكامل بينهما وسنوضح ذلك كالاتي:

أولاً: التنافس بين الإعلام الجديد ووسائل الإعلام التقليدية

يؤكد هذا الإتجاه على التأثير السلبي للإعلام الجديد، ويرى أنه يمثل تحديات وعائق في وجه وسائل الإعلام المختلفة للوصول إلى الجماهير، فالفرد أصبح منتجا للمعلومة في ظل سرعة تداول المعلومات وإجراءات البث المباشر، وإجراءات السبق الصحفي تدفع بالإعلامي إلى الانزلاق في منحدرات التواكل واستنساخ ما يكتبه الآخرون.

وهناك من يرى في هذا الاتجاه أن المنافسة أصبحت محسومة لتفوق الإعلام الجديد، فبعض الصحف تعاني في دخلها وتوزيعها وتراجع عدد قرائها لصالح الصحافة الرقمية وأوعية المعلومات الجديدة الأخرى، وأن أشكال الإعلام الجديد أصبحت بديلاً لدى كثير من الجمهور عن الصحافة، الإذاعة والتلفزيون وعلى هذا فإنه على المؤسسات الإعلامية أن تلجأ إلى تعديل الأساليب الإنتاجية والتحريرية بما يتلاءم مع التغيرات التكنولوجية ومن ثم رغبات الجمهور، وإلا فلن تكون قادرة على مواكبة التطورات التقنية المتلاحقة التي تميز الإعلام الجديد².

¹ ياس خضير البياتي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 321-322.

² حمدي تيسير محمد علي، الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال بعنوان "الإعلام والاقتصاد: تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الرياض، السعودية، 11-12 أبريل 2016، ص ص: 10-11.

إلا أن هناك من يرى أنها محسومة لتفوق الإعلام التقليدي ذلك أن هذا الأخير يقوم على أسس احترافية متوارثة تخلق قالباً أسلوبياً وأخلاقياً معيناً، والالتزام به يجعل المحتوى جيداً أو احترافياً والخروج عنه يجعل المحتوى دون المستوى المطلوب، أما الإعلام الجديد يتحرر من هذا القالب حين يغطي حدثاً أو يعبر عن رأيه، فالتدوين مثلاً يسمح للأفراد بالتعبير تحت أسماء مستعارة، مثلما حدث مع أحد المدونين المصريين عام 2006 حيث قدم عدداً من المقاطع التسجيلية الساخرة والتصميمات التي تصلح للطباعة كملصقات ضد الرئيس الأسبق حسني مبارك¹.

ثانياً: التكامل بين الإعلام الجديد ووسائل الإعلام

يرى هذا الاتجاه أن هناك مساحات واسعة يتكامل فيها الإعلام الجديد مع الإعلام التقليدي، ويتجلى أكثر في دور التكنولوجيا في تطوير وسائل الاتصال وجعلها أكثر انتشاراً وتنوعاً في تقديم المحتوى الإعلامي بالشكل الذي يجذب إليه الجمهور المتلقي².

وعموماً هناك ثلاث خصائص تصبغ الأداء الإعلامي الذي يوظف التقنيات الحديثة، إذ يقوم النشاط الصحفي على مفهوم الحركة المستمرة وعدم الثبات والتنقل، فالإنترنت تعمل على تعزيز طابع الحركة الذي يصبغ العمل الصحفي.

وتستخدم وسائل الإعلام كافة الموارد المتاحة على شبكة الإنترنت بما فيها وسائل الإعلام الجديد، فهي تساهم في ظهور مصادر جديدة ومنها: المواقع الإخبارية المتخصصة، الويكي، شبكات التواصل الاجتماعي... إلخ، خاصة وأن أغلبية المؤسسات والهيئات الحكومية أصبحت لها مواقع واب، وبالتالي توفر للصحفيين المعلومات اللازمة، فيجد الصحفيون البيانات والصور والفيديو وأجندات الأحداث المختلفة.

كما يمكن للصحفيين الحصول على الوثائق الضرورية للاعتماد لدى هذه المؤسسات أثناء الأحداث الكبرى، كما تشكل المدونات حقلاً خصباً للملاحقة الصحفية يتابع من خلالها الصحفي اتجاهات الرأي العام، وبالتالي تمثل جملة هذه المصادر إمكانات مستحدثة تساهم في توسيع المجال الذي يستغله الصحفي للبحث عن المعلومات، إذ يتجاوز الصحفي مفهوم الميدان في المجال الجغرافي إلى الفضاء الإلكتروني ليشكلاً معاً واقعاً جديداً يمثل العالم.

¹ نهى عاطف، الإعلام الشعبي: بين إعلام الدولة ودولة الإعلام، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص:36. بتصرف

² حمدي تيسير محمد علي، المرجع السابق، ص:11.

إضافة إلى ذلك فإن الصحفي يستخدم الإنترنت لتحقيق أشكال تواصلية جديدة مع الفاعلين في محيطه وخاصة جمهوره، وبهذا الشكل نتحصل على ممارسة إعلامية جديدة خاصة من جانبها التفاعلي ذلك أن التفاعلية كانت محدودة في الوسائط الإعلامية الكلاسيكية.

وهكذا سيجمل الصحفيون الوسائط الجديدة كمجال لتمديد وتعزيز العلاقة مع القارئ والمشاهد والمستمتع، كما توفر إمكانات إنشاء المدونات لصحفيها حتى ينشروا أفكار وتعليقات خارج إنتاجهم المعتاد.

وبفضل هذه الوسائط أصبح الصحفي قادراً على إثراء المضامين التحريرية من خلال إدراج الفيديو واستخدام الأرشيف¹، بالإضافة كذلك إلى استخدام الوسائط المتعددة، التي تمثل عناصر إضافية تجعل صفحات الويب وشبكات التواصل الاجتماعي مفعمة بالحياة تتحرك وتتكلم وتعرض الفيديو.

وبفضل الوسائط المتعددة أصبح الإنتاج لمرة واحدة والنشر متعدد، وهو ما كانت تبحث عنه وسائل الإعلام منذ زمن طويل، إذ كانت القصة الإخبارية قد تم إنتاجها في البداية للطباعة فإنه يمكن توزيعها أيضاً للقنوات الإخبارية الأخرى مثل التلفزيون والصحيفة الإلكترونية وأجهزة الهاتف المحمول دون حاجة إلى تكلفة زائدة أو وقت إضافي.²

ومن ثم يرى هذا الاتجاه أنه لا يمكن أن تلغي وسائل الإعلام الجديدة الوسائل التقليدية، بل ستستمر الوسائل التقليدية في الاستفادة من الجديدة إلى أبعد الحدود بما يكفل لها المواكبة من جهة والمحافظة على خصوصيتها وتقاليدها من جهة ثانية، وأن مظاهر المنافسة المماثلة بين هذين الإعلاميين هي أشبه بما حدث سابقاً بين التلفزيون والراديو، التلفزيون والصحافة، والصحافة والراديو، لذلك يطالب أصحاب هذا الاتجاه بالبحث عن الحلول التي تحد من الصراع والمنافسة بين الوسائل الإعلامية والوسائط الجديدة، كما يطالبونها بالتفاعل معها والاستفادة من قدراتها.

وحتى تصل الصورة بشكل أفضل في العلاقة بينهما، فإن أحداث 2011 في المنطقة العربية جعلت من الإعلام بشكله التقليدي أو الجديد محط نظر، فالكل تابع مواقع التواصل الاجتماعي وهي من وسائل الإعلام الجديد، كما تابع القنوات التلفزيونية وهي من الوسائل التقليدية، كما أن الفضائيات استطاعت أن تستثمر في الجديد وتتكأ عليه لنقل الصورة مباشرة من موقع الحدث، حيث تحولت مواقع اليوتيوب ولازالت

¹ الصادق حمامي، الإعلام الجديد: مقارنة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 4، 2006، ص: 7-9.

² حسني محمد نصر، مرجع سبق ذكره، ص: 17.

أداة فاعلة في يد البث التلفزيوني التقليدي، بل تم تطوير البعض منها لتوجيه الرأي العام في اتجاه ما تقتضيه المواقف السياسية، بالإضافة إلى استعانة الصحف المطبوعة بمواقع فيسبوك وتويتر من أجل نشر أكثر من مادة خبرية¹.

¹ ياس خضر البياتي، مرجع سبق ذكره، ص: 322.

المطلب الثاني:

أشكال الإعلام الجديد وعلاقتها بوسائل الإعلام

1. الصحافة الإلكترونية

1.1. خلفية تاريخية لنشأة وتطور الصحافة الإلكترونية

منحت الصحافة الإلكترونية فرصا كبيرة للفئات المهمشة للتعبير عن آرائها وتوصيل أخبارها للجماهير حول العالم بشكل غير ممكن في الصحافة المطبوعة، وساهمت كثيرا في التقارب الإنساني والتواصل البشري ونقل المعلومة والحدث بين مختلف الأجناس والأعراق البشرية، بل وساهمت تلك المواقع في توفير مساحة ملموسة للحرية والديمقراطية وإبداء الرأي من خلال سرعة تلقي مشتركها للمعلومة والخبر ونقل الصور والتغطية الإعلامية لأفكارهم وآرائهم ومشاكلهم¹.

ظهرت صحافة الإنترنت وتطورت كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية، التي جاءت أيضا نتيجة المزج بين ثورة تكنولوجيا الاتصالات وثورة تكنولوجيا الحاسبات بما يعرف بالتقنية الرقمية، وكانت البدايات الفعلية نتيجة لما أحدثته ثورة الاتصال والمعلومات مما نجم عنها من تقنيات وتطورات ألقّت بظلالها على الصحافة المطبوعة كجزء من منظومة وسائل الإعلام التقليدية، فلم تكن تمضي سنوات على ظهور الإنترنت حتى امتلأت بالعشرات من المواقع الإلكترونية الإخبارية².

ويعود تاريخ بداية الصحافة الإلكترونية إلى عام 1976 حيث جاءت نتيجة تعاون بين مؤسستي BBC الإخبارية و (IBA) Independent Broadcasting Authority ضمن خدمة التلكتست، فالنظام الخاص بالمؤسسة الأولى ظهر تحت إسم سيفاكس ceefax بينما عرف نظام المؤسسة الثانية باسم "أوراكل" Oracle.

وفي عام 1979 ظهرت في بريطانيا خدمة ثانية أكثر تفاعلية عرفت بإسم خدمة الفيديوكتست مع نظام Prestel على يد مؤسسة British Telecom Authority البريطانية، إلا أن هذه المحاولات لم تلق النجاح المطلوب.

¹ ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي: أمم صاعدة وأمم مندهشة، الطبعة الأولى، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص:187.

² فيصل أو عيشة، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص: 102.

وفي منتصف التسعينات ظهرت هذه الصحافة بوجه جديد وشكلت ظاهرة إعلامية جديدة مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فأصبح المشهد الإعلامي والاتصالي أقرب لأن يكون ملكا للجميع وأكثر انفتاحا¹، وبهذا شهدت فترة نهاية التسعينات من القرن العشرين ميلاد عشرات الصحف الإلكترونية في العالم وخاصة الصحف الكبرى منها والتي أسست لنفسها مواقع على شبكة الإنترنت.

وتعد صحيفة "الواشنطن بوست" الأمريكية هي أول صحيفة تتفد مشروعاً إلكترونياً صحفياً على الإنترنت، كلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات²، والتي تقوم بإعداد نشرة يعاد صياغتها في كل مرة تغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات ميوية أطلق عليها مصطلح "الحبر الرقمي"، وبعدها زاد عدد الصحف الأمريكية التي أنشأت مواقع إلكترونية من (60) صحيفة عام (1994) إلى 115 صحيفة في 1995 ثم إلى 368 صحيفة إلكترونية في منتصف 1996³.

وفي مارس 1997 تمكنتا صحيفتا اللوموند Le monde و" الليبراسيون" Liberation من الصدور بدون أن تتم عملية الطباعة الورقية بسبب إضراب عمال مطابع الصحف الباريسية، وقد صدرت الصحيفتان على موقعهما في الإنترنت لأول مرة.

وقد كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة، وتحديدا انطلقت من منتديات الحوار التي تنتمي بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها، ويكفيك أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب ورقمها لموقعك في أقل من ساعة.

أما عن بناء المحتوى الإخباري للصحافة الإلكترونية، فقد تطور حسب Pavlik عبر ثلاث مراحل:

- في المرحلة الأولى: كانت الصحيفة الإلكترونية تعيد نشر معظم أو كل أو جزء من محتوى الصحيفة الأم، وهذا النوع مازال سائدا.
- في المرحلة الثانية: يقوم الصحفيون بإعادة إنتاج بعض النصوص لتلائم مع مميزات ما ينشر في الشبكة وذلك بتغذية النص بالروابط والإشارات المرجعية وغيرها....

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، د.ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص: 12.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، د.ط، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص: 119.

³ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الصحافة الإلكترونية: الرقمية، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص: 50.

• في المرحلة الثالثة: يقوم الصحفيون بإنتاج محتوى خاص بصحيفة الإنترنت يستوعبوا فيها تنظيمات النشر الشبكي ويطبقوا فيه الأشكال الجديدة للتعبير عن الخبر، وهكذا بدأت الصحف بإنشاء إدارات تحرير خاصة بنسختها الإلكترونية، تتولى تحرير صحيفة مختلفة بنسبة تتجاوز 60 % عن النسخة الورقية، مستفيدة في ذلك من المزايا التي توفرها شبكة الإنترنت¹.

ويرى بعض الباحثين أن هناك ثلاثة عوامل ساهمت في ظهور وتطور الصحافة الإلكترونية وهي:

- 1-الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين ومعالجة المعطيات.
- 2-التقدم في مجال ترقيم المعطيات، فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل وتبادل المعطيات الرقمية من نقطة إلى أخرى من العالم دول النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.
- 3-ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الإطلاع على الأخبار والمعلومات في المواقع الإلكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار وتوفيرها على كم هائل من المعلومات واقتنائها بطرق تفاعلية مختلفة.
- 4-مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة بسبب غلاء مادة الورق والطباعة وقلّة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون والإنترنت، خاصة وأن الصحافة الإلكترونية لا تحتاج إلى إمكانات مالية أكثر (النقل والتوزيع)².
- 5-الاستخدام المتزايد لوسائل الإعلام من طرف السلطات السياسية بهدف إحكام قبضتها على الأمور وحفظ الاستقرار³

2.1. خصائص ومميزات الصحافة الإلكترونية

تتسم الصحف الإلكترونية بعدد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة لتكون بمثابة المعالم المميزة للنشر الإلكتروني وأهم هذه الخصائص:

- التفاعلية

تعد الأدوات التفاعلية من أهم الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت في مجال إفادة الصحافة الإلكترونية من الإنترنت، فهي بمثابة وسيط للاتصال التفاعلي الذي يوسع فرص مشاركة القراء عن طريق

¹ فيصل أبو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص: 107.

² ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص: 178.

³ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، مرجع سبق ذكره، ص: 121.

البريد الإلكتروني والروابط والمنتديات الإلكترونية وغرف الدردشة وغير ذلك من سبل الاتصال التفاعلي بينها وبين قرائها¹.

وتتجلى من خلال توجيه الأسئلة للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ أو المشاركة في استطلاعات الرأي التي تعطي مساحة كبيرة للقارئ من إبداء رأيه دون قلق، وتوفر النقد والتعليق على الخبر الإلكتروني، وهذا يزيد من مستوى مشاركة الفرد في صنع القرار².

وتوجد أنماط وأشكال عدة للتفاعلية المستخدمة في الصحف الإلكترونية:

1. الوصلات الفائقة: يدرك مصممو الصحف على الإنترنت بأنه كلما زادت الوصلات الفائقة على الموقع كلما زادت اختيارات المستخدمين للإبحار من خلال موقع الصحيفة، لذا فإن هذه الاختيارات المتعددة مهمة لإحداث التفاعلية وتعكس هذه الوصلات الفائقة قدرة الإنترنت على ربط كمية هائلة من المعلومات والمصادر المتعددة بضغط زر.

2. البريد الإلكتروني: الذي هو عبارة عن عنوان فريد ومميز لكل صندوق بريد على الإنترنت.

3. غرف الدردشة ومنتديات الحوار: تستخدم في المقام الأول عن طريق وسائل الإعلام لوصف أي شكل من أشكال المقابلات على الإنترنت التي تكون على هيئة مؤتمرات متزامنة أو غير متزامنة.

4. تطبيقات التواصل الاجتماعي: تقوم الصحف الإلكترونية بتوظيفها في نشر مواضيعها وتخصيص صفحات خاصة بها على هذه المواقع الاجتماعية لما تملكه من سعة انتشار وشهرة بين مختلف المستخدمين³.

وقسم بعض الباحثين التفاعلية في صحافة الإنترنت إلى:

أ- التفاعلية الملاحية: تسمح للقارئ بالتحرك في المواقع للحصول على المعلومات التي يريدونها بالنقر على الوصلات ذات العلاقة.

¹ عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، د.ط، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص:12.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سبق ذكره، ص: 28.

³ بيريح حسين جمعة الربيعي، دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص: 29-30.

ب-التفاعلية الوظيفية: تسمح للقراء بالمشاركة والتفاعل مع الزوار الآخرين والصحفيين الذين يعملون في الموقع من خلال منتديات الحوار وغيرها.

ج-التفاعلية التكيفية: تسمح بتخصيص أو تكييف الموقع لمستخدم معين، وهذا يمكن المستخدمين من التأثير على محتويات الموقع الصحفي ليقع الموقع تحت تأثير مصالح الجمهور واهتماماتهم.

- تعدد الوسائط

أصبح استخدام الوسائط المتعددة مألوفاً في الصحافة الإلكترونية منذ نشرت صحيفة "الجارديان" Guardian بلندن 1998 مقاطع صوتية، الأمر الذي جعل إدراك الصحفيين يتزايد وإمكانية استخدام الوسائط المتعددة في إنتاج القصص الإخبارية وتغيير نموذج الخطية من خلال تعدد الخيارات التي تدعم عمق المحتوى لجذب المستخدمين.

وتستهدف الوسائط المتعددة المساعدة في إيضاح المعاني بما يتيحها للصحف الإلكترونية من فرصة لتقديم الأخبار والمعلومات بأشكال ووسائل عديدة، تقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة¹.

لهذا فقد أصبح تقديم القصص الإخبارية عبر الإنترنت يتسم بالتحدي بسبب هذه الأدوات المتاحة، حيث يجب على الصحفي أن يفكر في عدة مستويات في آن واحد: الكلمات وبناء القصة الإخبارية، الصوت والفيديو والصور، فإذا كانت مهمة التلفزيون هي عرض الخبر ومهمة الصحف المطبوعة هي الشرح والإيضاح، فإن الصحافة الإلكترونية تعرض وتشرح وتوضح وتتفاعل².

- الحدود المفتوحة

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصصة للنشر، وهذه المشكلة ليست موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيود تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيات الإنترنت خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة، تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفرعات لانهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات³.

¹ وسام محمد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 9-10.

² المرجع نفسه، ص: 12.

³ محمد عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، د.ط، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص: 177.

- الفورية ومواكبة الأحداث

إن صحافة الإنترنت سريعة لا تترك أخبار اليوم ليوم غد، وهذا ما دفع أغلب الصحف إلى التوجه إلى الإنترنت التي تعد وسائطها بمثابة وسائط بديلة مع الميزات التي تملكها¹. فعملها يقوم على سرعة إمداد المتصفح و المستخدم بالمعلومة أو الخبر أولاً بأول، وهذا يعني تخطي الكثير من الخطوات التقليدية كالإرتباط بوقت الأعداد والطبع والتوزيع، تمثل هذه السمة قفزة هائلة في الوقت نفسه كانت الصحف الورقية تحاول أن تحققها ولكن بوسائل تقليدية، تعوق كثيراً من حركتها مما يحدث فجوة في سرعة الاتصال والمتابعة الفورية للأحداث.

فالصحيفة الإلكترونية لها طبيعة متحركة مرنة وهذا يؤدي إلى مواكبة الحدث ومتابعة تطوراته بشكل لحظي ومتلاحق، وكأنها عدة صحف داخل صحيفة وليست صحيفة واحدة².

- تغليب العالمية على المحلية

بالنظر إلى اتساع قاعدة الجمهور الذي يتعامل مع النشر الإلكتروني فإن هذا الأمر أصبح هو الأساس في إعادة ترتيب الأولويات، مما يعني الخروج من المنظور المحدود والقصير إلى رؤية عالمية وشاملة للأحداث تفرض نفسها على الجميع، خاصة وأن العالم أصبح قرية صغيرة.

لهذا نجد كثير من الصحف الإلكترونية تتعامل مع الأخبار والقضايا العالمية وتبرزها في صفحاتها الأولى مقابل إقصاء المحليات، وكأن هذا الأمر قد بات لزاماً على الجميع³.

- عامل الكلفة

يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزء من تكاليف الطبع والتوزيع، وتضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توفق بين إصدار أعداد ورقية، وفي الوقت نفسه تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الإنترنت⁴.

- العمق المعرفي

¹ Aysenur Akyazi, The Reflection of Ethical Principles of Press to The Internet Media, journal of Media Critique, Vol3, No 12, 2017, p: 274.

² خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، د.ط، وكالة الصحافة العربية للنشر، الجيزة، 2018، ص:49. بتصرف

³ المرجع نفسه، ص:175.

⁴ علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص:12.

تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، ذلك أنها لا تنقيد بالمساحة كما في المطبوعة، وتعمل الصحف الإلكترونية على تقديم عمق معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، ويتم ذلك من خلال الروابط والضغط على الأيقونات الخاصة بذلك في الصحيفة لتنتقل بالقارئ لخدمات معرفية أخرى تقتصها الصحيفة نفسها¹.

- سهولة التعرض

إن سهولة التعرض أحد أهم عوامل تفضيل الوسائل لدى الجمهور، لذلك فإن إقبال الجماهير يزداد على الوسائل التي يقل فيها ما يجب أن يبذله من جهد جسدي وعقلي لفهم واستيعاب ما يتوافر عليها من مواد. وتبعاً لما تتيحه الصحف الإلكترونية من مزايا عديدة تستهدف تسهيل عمليات التعرض لها فقد أصبحت الخيار الاتصالي المفضل للجيل الجديد من القراء الشباب، ذلك أن أفراد هذا الجيل يهتمون بالإنترنت ويميلون إلى تلقي الأخبار من الشاشة أكثر من الورق، وتتحقق سهولة العرض التي تنسم بها الصحف الإلكترونية من خلال الالتزام بالسماوات التحريرية المميزة لمضامين الصحف الإلكترونية، إضافة إلى أهمية دعم هذه المضامين من خلال لغة ميسرة ووسائط متعددة².

- الأرشيف الإلكتروني الفوري

تتيح الصحف الفورية ميزة استخدام الأرشيف الخاص بها، وهي بهذا تقدم مخزونا وافرا من المعلومات حول نقطة واحدة وفي ثوان معدودة.

ويتميز الأرشيف الإلكتروني بأنه:

- أرشيف عملاق الإمكانيات ومتنوع ما بين مواد صوتية ولقطات فيديو وصور ونصوص صوتية (مثال ذلك موقع BBC باللغة العربية).

- الأرشيف في الصحف الإلكترونية يوفر ما يمكن تسميته بالطبقات الصحفية المترابطة للخبر الواحد تحت يد الباحث أو المستخدم، وهذا يعني أنها تتطلب على مشكلة المساحة المحدودة والضيق،

¹ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الصحافة الإلكترونية: الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص94.

² رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص:107.

وهذا ما شجع بعض الباحثين على إطلاق مصطلح جديد هو الصحافة التفسيرية التي تعني توفير أكبر قدر ممكن من مصادر المعلومات ومستوياتها لمن يريد¹.

3.1. خدمات الصحافة الإلكترونية

تقوم الصحافة الإلكترونية بتقديم عدد من الخدمات للجمهور المتلقي ومنها:

أولاً: خدمات التواصل

- القوائم البريدية

وهي مجموعة من الأخبار والموضوعات المحلية والإقليمية والدولية والسياسية والإقتصادية والثقافية والعلمية المختارة بما ينشر في الأقسام المختلفة للصحيفة، يتم إرسالها للأعضاء المسجلين في الصحيفة في نشرة خاصة عبر البريد الإلكتروني لتمكينهم من متابعة مستجدات الأعمال والتطورات في كافة المجالات.

- المجموعات الإخبارية أو مجموعات الحوار

وهي خدمة تقدمها الصحيفة للقراء للتعبير عن آرائهم في القضايا والموضوعات التي يقدمون بها،

وتنقسم مجموعات الحوار إلى:

➤ حوار حول أهم الموضوعات المنشورة في العدد الأخير

➤ حوار حول موضوعات أخرى غير مرتبطة بالعدد وموزعة وفقاً للأقسام الرئيسية للصحيفة مثل

الأخبار والاقتصاد والرياضة والتكنولوجيا وغيرها.

- المشاركة في التصويت أو استطلاعات الرأي

يعد التصويت أو الاستطلاع من الأدوات المهمة للموقع وزائره، حيث يتيح للموقع قياس رأي زائريه

في الأحداث والقضايا المختلفة ومعرفة مدى تفاعلهم معها ومواقفهم منها.

- التعليق على الأخبار

تتيح هذه الخدمة للمستخدم التعليق على ما نشر في الصحيفة وإرسال رسائل إلكترونية إلى المحرر

يعلق فيها على ما نشر بالصحيفة أو يقدم فيها اقتراحاً أو تصحيحاً لما نشر، وبهذه الخدمة تتميز الصحف

الإلكترونية عن الصحف الورقية التي تسمح بطبيعة إنتاجها والتكنولوجيا المستخدمة فيها بتقديم خدمة التعليق

الفوري أو المباشر، وهو ما تعاني منه وسائل الإعلام التقليدية خاصة الصحف².

¹ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الصحافة الإلكترونية: الرقمية، مرجع سبق ذكره، ص: 94.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سبق ذكره، ص: 39.

ثانياً: خدمات البث والنشر

- البث التلفزيوني

يستخدم البث التلفزيوني عبر الإنترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية، لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث.

- راديو الإنترنت

وهو عبارة عن تطبيقات برامج صوتية كومبيوترية يتم استخدامها على الشبكة، اعتماداً على تكنولوجيا تدفق المعلومات، فراديو الإنترنت هو راديو تفاعلي متعدد الوظائف يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات¹.

- خدمة النشر المتزامن البسيط RSS

تختصر هذه الحروف كلمات Really Simple Syndication، وتعد خدمة RSS وسيلة سهلة تمكن القارئ من الحصول على ما يستجد من أخبار ومواضيع فور ورودها على مواقعه المفضلة على شبكة الإنترنت بدلاً من أن يفتح صفحات المواقع ذاتها للبحث فيها عن موضوعات جديدة، وتلجأ المواقع الصحفية إلى ذلك لتحافظ على أعداد المستخدمين وما يستتبعه من جذب للمعلنين².

ثالثاً: خدمة البحث في الأرشيف

وتتصب هذه الخدمة على أرشيف الصحيفة الورقية في المقام الأول، وهي تختلف بذلك عن خدمة البحث التي تتصب على البحث داخل الصحيفة الإلكترونية، وتتفاوت خدمات الأرشيف التي تقدمها الصحف الإلكترونية سواء من حيث المدة الزمنية التي يمكن البحث فيها، أو من حيث التكلفة المادية للمادة التي يريد المتصفح الوصول إليها.

رابعاً: خدمة الإعلانات الميوية

وتتمثل هذه الخدمة في إعلانات السيارات والمزادات، وإعلانات الوظائف الحالية وإعلانات العقارات وإعلانات المشاركة في خدمات خاصة وخدمات التسوق³.

خامساً: خدمة البودكاست

¹ خالد محمد غازي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 161 و 163.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سبق ذكره، ص: 40.

³ رضا عبد الواحد أمين، مرجع سبق ذكره، ص ص: 103-105.

هو سلسلة وسائط متعددة صوتية أو مرئية مثل أي ملف موجود على الشبكة، لكن ملفات البودكاست تحتوي على "السيديكيشن" وهي أن تضع ملفا صغيرا من نوع XML وتخزنه على الإنترنت حتى تلتقطه برامج البودكاست، ثم تبث هذه الملفات عبر قناة ثابتة للبث الصوتي أو المرئي تمكن الأشخاص من الاشتراك في هذه القناة وتنزيل آخر الحلقات تلقائيا بمجرد الاتصال بالإنترنت، وتنزل عبر برامج خاصة تسمى Podcatchers منها "آي تونز" من شركة Apple، ومن أمثله بودكاست قناة الجزيرة¹.
سادسا: مشاركة الآخرين بالخبر

يمكن من خلال برمجة الصفحات أن ترسل الخبر أو الموضوع الصحفي لمن تريد على بريده الإلكتروني أو المراسلة المباشرة، وذلك من خلال الضغط على زر أرسل الخبر أو شارك الآخرين².

4.1. أنواع الصحافة الإلكترونية

تنقسم إلى:

1. صحف إلكترونية لا ترتبط بأصل مطبوع: توجد فقط على الشبكة حيث لا توجد هناك حاجة لإمكانات كبيرة لإصدار صحيفة، ولها نماذج كبيرة في الصحافة الغربية والعربية.
2. النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية: وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية (الصحيفة الأم)، ويتميز هذا النوع من الصحف بأنها تقدم خدمات الصحيفة نفسها التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحاديث وصور، وتقدم خدمات صحفية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها مثل: خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب كلها، وخدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والوصول إلى الأرشيف.

ويرى عدد من الباحثين أن الإصدارات الإلكترونية على شبكة الإنترنت تنقسم حسب التزامها بسمات الصحافة الإلكترونية إلى نوعين:

النوع الأول: الصحف الإلكترونية

وهي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، ومع ذلك لا يشترك الإصدار الإلكتروني مع الإصدار المطبوع إلا في الإسم والانتماء للمؤسسة الصحفية فقط، والصحف التي تصدر بشكل إلكتروني مستقل دون الارتباط بإصدار مطبوع بحيث تؤسس الصحيفة على أنها إلكترونية.

¹ علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص:36.

² علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، مرجع سبق ذكره، ص:43.

النوع الثاني: النسخ الإلكترونية من الإصدارات المطبوعة

وهي النسخ التي تصدر عن مؤسسات صحفية لها إصدار مطبوع، وبالتالي فهي بمثابة إعادة نشر ما سبق نشره في الإصدارات المطبوعة¹.

النوع الثالث: الصحافة الإلكترونية الفورية **online journalism**

يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكة الإنترنت سواء مجانية أو الاشتراك، وتتميز بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات واستخدام لغة الـ HyperText، يتميز هذا النوع بما يلي:

- الاستقلالية التحريرية في فريق عمله بمعنى أنه يعامل كجريدة قائمة بذاتها.
- محررون ومراسلون يزودون الموقع الإلكتروني بأحدث التقارير والأخبار.
- ساحة الحوار والنقاش والتعليقات التفاعلية.
- خدمات مميزة يقدمها الموقع لمستخدميه كالوصلات لمواقع أخرى.
- تقديم خدمات أحدث الأخبار تصل على البريد الإلكتروني للمستخدمين الراغبين في الخدمة.

ويندرج تحت هذا النوع المواقع الإعلامية للإذاعات والفضائيات التي تعني بتقديم تقارير إخبارية صوتية ونصية وساحة حوار تفاعلي مثل موقع BBC العربي (www.BBC.Arabic.com)، الجزيرة نت (www.aljazeera.net).

وفي هذا السياق هناك من يشير إلى وجود فروق بين الصحيفة الإلكترونية والموقع الإخباري الإلكتروني يمكن إجمالها في الآتي:

1- طبيعة النشأة

إن أصل الصحيفة الإلكترونية هو ابتداء على الورق بالصورة التقليدية، لكن القائمين عليها ارتأوا إلى ضرورة وجود نسخة إلكترونية على الشبكة لمواكبة تطورات العصر، وبالتالي تكون الصحيفة الإلكترونية في هذه الحالة عبارة عن نسخة طبق الأصل من الصحيفة الورقية، أما الموقع الإخباري الإلكتروني فقد نشأ على الشبكة المعلوماتية الإلكترونية وليس له أصل ورقي وإنما بيئته الأساسية هي تلك البيئة الافتراضية اللامتناهية المسماة بفضاء الإنترنت، وهناك أيضا مواقع إخبارية إلكترونية نشأت في ظل إذاعات مرئية

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد (الدولة الافتراضية الجديدة)، مرجع سبق ذكره، ص: 181.

فضائية أم أرضية، ولعل أهم ما يميز تلك المواقع الإخبارية أن لها غرفة أخبار مستقلة تضبط عملية النشر على الموقع.

2- زمن التحديث ودورته

يختلف زمن تحديث الأخبار بالنسبة للموقع الإخباري الإلكتروني عنه في الصحيفة الإلكترونية، إذ يرتبط زمن التحديث في الغالب بدورية صدور الصحيفة، أما بالنسبة للموقع الإخباري فهو في سباق مع الزمن لنشر الأخبار حال حدوثها أو ورودها من المصادر الموثوقة وبعد أن تأخذ دورة النشر الاعتيادية وقتها قبل أن تظهر لجمهور المستخدمين.

ومن أهم الخصائص الاتصالية للمواقع الإخبارية الإلكترونية ما يلي:

- إمكانية متابعة الجديد من الأخبار في أي وقت لتلبي حاجات المستخدم، وإتاحة الفرصة للمستخدم لتحديد ما يريد أن يراه من معلومات لتجهيز قائمة خاصة بذلك، يختار منها ما يرغب في الاطلاع عليه فور قيامه بالدخول إلى الموقع الإخباري.

- إعطائها المعلومات النصية أولوية في النشر دون الصوت أو الفيديو أو الصوت، وقد يقتصر وجود تلك المعلومات في بعض الأحيان على الصفحة الرئيسية (Home page).

- قدرة المواقع الإخبارية الإلكترونية على الاتصال الشخصي أو الجمعي، مع تحقيق التفاعلية في صورتها المباشرة مثل غرف الحوار التي تخصصها المواقع الإخبارية لتبادل الآراء حول قضايا الساعة أو غير المباشرة مثل خدمات البريد الإلكتروني¹.

5.1. الصحافة الإلكترونية والصحافة الورقية: بديل أم تكامل؟

ظهرت أسئلة مهمة ومثيرة للجدل حول الصحافة الإلكترونية في مواجهة الصحافة الورقية من بينها: هل ظهرت الصحافة الإلكترونية لتحل محل الصحافة المطبوعة؟ هل تستطيع الصحافة المطبوعة الصمود؟ إذا كانت هناك دعوات وتنبؤات بانقراض الصحف المطبوعة أو كما يسميها البعض الصحافة الزائلة، فإن هناك تصورات ضبابية لمستقبل الصحافة ومدى قدرتها على الاستفادة من ثورة تكنولوجيا الاتصال، ففي

¹ إياد مصطفى عبد الفتاح الأطرش، معالجة المواقع الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت والعربية نت، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012، ص:60.

مؤتمر عقدت صحيفة (الفايننشال تايمز) حول مستقبل صناعة الصحف والآثار المحتملة الحديثة طرحت أفكار كثيرة منها:

- تتسم المرحلة الحالية بالتوجه نحو الاندماج بين وسائل الإعلام، وهذه حقيقة شبه حتمية في المستقبل حيث أصبحت وسائل الإعلام الإلكترونية منطقة جذب لوسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي فإن الحدود التي كانت تفصل بين وسائل الإعلام المطبوعة والإلكترونية بدأت تنقلص، وجميعها بدأ يتوجه إلى ساحة معركة واحدة هي المنطقة الإلكترونية الجديدة التي ستبدأ في بناء مفهوم الجمهور الإعلامي الجديد.

- الإشكال الاقتصادي هو محور التحولات الجديدة في مجال الصحافة الإلكترونية، ذلك أن التحول إلى الإعلام الإلكتروني المعروف بمحدودية ربحية في الاشتراكات والإيرادات الإعلامية، سيضيق النوعية والتنوع المطلوب في مجال جمع المعلومات والأخبار، حيث أن وسائل الإعلام التقليدية قد خفضت مصروفاتها في هذا الجانب، والمتوقع منطقياً أن وسائل الإعلام الإلكترونية ستؤدي إلى مزيد من التزدي في مجال الخدمة الإخبارية بالمستوى المهني المطلوب، لأنه من غير المتوقع أن يتم منح مصروفات مادية كبيرة في هذا الجانب¹.

ويرى الدكتور "الصادق رابح" أنه بعد سنوات عديدة على إطلاق المواقع الأولى للصحف يبدو أن غالبية المهنيين لم يعودوا ينظرون إلى الويب كتهديد، بل بدأوا يستوعبونه تدريجياً كفرصة يمكن أن تفتح لهم آفاقاً مهنية جديدة وهذا من خلال الاتجاه نحو استخدام الوسائط الجديدة.

وقد أظهرت دراسة أجراها المجلس الأعلى للسمعي البصري الفرنسي سنة 2007 حول رؤية الصحفيين للإنترنت: أن الخوف من الويب في طريقه إلى الزوال، أما ما يعتبره الصحفيون تهديداً لمستقبل مهنتهم فيتمثل في أجهزة التصوير والفيديو المتطورة والمعقدة والتي غدت في متناول فئات كثيرة من الأفراد، كما أشارت نفس الدراسة إلى أن الصحافة المكتوبة تبدو أقل إحساساً بالتهديد مقارنة بالوسائط الإعلامية المرئية، لكنها أقل حظاً في الاستفادة من الفرص التي تقدمها الأشكال الجديدة للصحافة متعددة الوسائط والتغييرات في أساليب توزيع المضامين².

¹ ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي (أمم صاعدة وأمم مندهشة)، مرجع سبق ذكره، ص ص: 201-202.

² الصادق رابح، الصحافة الإلكترونية وعصر الويب 2.0، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 23، 2014، ص: 35.

وفي دراسة ميدانية على عينة مكونة من 1489 طالب وطالبة في جامعة اليرموك في الأردن، نشرت عام 2009 حول انتشار قراءة الصحف الإلكترونية وتأثير ذلك على الصحافة الورقية في ظل ثورة المعلومات والمعرفة، استنتجت أن تزايد قراءة الصحف الإلكترونية لا يهدد الصحافة الورقية، حيث يؤكد صاحب هذه الدراسة "مجد الدين خمش" أن مستقبل الصحافة الورقية ليس في خطر، ولهذا يؤكد على ضرورة زيادة استخدام الإنترنت لما يتيح ذلك من حرية في النشر والتعبير والحوار، وضرورة استغلال الصحف الورقية للإنترنت¹.

ومن جهة أخرى فإن التغيير في عادات استهلاك وسائل الإعلام قد دفع البعض إلى القول بوجود ارتباطات سببية بين تراجع المضامين الورقية وتحول الجماهير إلى الإنترنت، معبرين أن الإعلام الإلكتروني هو في طريقة إلى أن يحل محل الصحف الورقية وهي إشكالية خلافية غير محسومة إلى يومنا هذا.

وإذا كانت فئات كثيرة قد تحولت من المطبوع إلى الإلكتروني فقد رحبت الصحف الورقية قراء جدد من خلال نسخها الإلكترونية خاصة أولئك الذين يتواجدون في أماكن جغرافية لا تصل إليها الصحيفة الورقية، ذلك أن غالبية مستخدمي الإنترنت هم من الشباب كما أثبتته بعض الدراسات، خاصة وأنه أصبح لدى القارئ الفرصة لتمرير الخبر الذي يريده، إلى جانب توفر الفرصة للتعليق بشكل مباشر على الموضوع.

وإذا كانت الكثير من الدراسات قد أظهرت أن الخوف من الإنترنت أسطورة متجذرة في رؤى الكثير من المؤسسات الصحفية والمهنية، إلا أنها في طريقها إلى التراجع، ذلك أنه أصبح ينظر للوسيطين على أنهما متساويان في إشباع حاجات القارئ، فالوسيط الورقي يمكنه أن يعوض الآنية والفورية الموجودة في الصحافة الإلكترونية بالتركيز على البعد التحليلي والتعمق في رؤية الأحداث ووضعها في سياقاتها الأشمل².

6.1. الصحافة الإلكترونية في الجزائر: الواقع والتحديات

قبل الخوض في تاريخ وواقع الصحافة الإلكترونية في الجزائر، نلقي الضوء على بداياتها عربياً. بدأت الصحف العربية الإلكترونية في الظهور على شبكة الاتصال المعلوماتية منذ منتصف التسعينات من القرن العشرين، وكانت المضامين الدعائية هي السمة الغالبة على تلك المواقع الإلكترونية في بدايتها، ثم تحولت فيما بعد نظراً لتطور الصحافة الإلكترونية عالمياً، إلى مواقع صحيفة إلكترونية تنتشر بعض موضوعات نسخها الورقية المطبوعة.

¹ مجد الدين خمش، العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي، د.ط، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص ص: 97-98.

² الصادق رايح، مرجع سبق ذكره، ص: 34.

وتعتبر جريدة الشرق الأوسط أول يومية عربية توافرت على الشبكة بتاريخ 9 سبتمبر 1995 بعد أن نشرت في عددها الصادر بتاريخ 6 سبتمبر 1995 خبرا على صفحتها الأولى مفاده أن موادها الصحفية ستكون متوافرة إلكترونيا بواسطة الإنترنت ابتداء من 9 سبتمبر 1995.

وكانت الصحيفة العربية الثانية هي صحيفة النهار اللبنانية التي توافرت على الشبكة في الأول من فبراير 1996، ثم تليها صحيفة الحياة في الأول من يونيو 1996 وكذلك صحيفة السفير في نهاية العام نفسه، وقد شهد عام 1997 مولد العديد من الصحف العربية الإلكترونية¹.

وما يمكن قوله عن الصحافة الإلكترونية العربية أنها لم تصل بعد إلى الارتكاز على أسس العمل الصحفي الإلكتروني الحقيقي، ذلك أن مخيال الصحافة المكتوبة مازال يتحكم في الكثير من مواقع الصحف الإلكترونية العربية، ما يعني:

- قلة الاعتماد على الكتابة غير الخطية.
- نقص الروابط النصية والوصلات الخارجية عن الموقع.
- الاعتماد المحدود على البعد التفاعلي بحيث لم تصل بعد إلى ترسيخ منطق الشراكة في إنتاج المادة الصحفية مثل ما فعله موقع الجزيرة نت من خلال توظيف المدونات الإلكترونية التي تجمع صحافيين القناة وبعض الأقلام من خارجها في مقابل استغناء قطاع واسع من الصحافة الإلكترونية العربية عنها.

كما أن الغالبية العظمى من الصحف العربية تدير مواقع إلكترونية تقدم معظمها أخبارا أو صور تم نشرها في الصحيفة المطبوعة، خاصة وأنه لا توجد أقسام خاصة أو إدارات تحرير مستقلة للطباعة الإلكترونية من الصحيفة.

وتخلو معظمها من الخدمات كالإعلانات المبوبة وأسعار العملات وساحات الحوار وغير ذلك مما يميز الإنترنت من الوسائط، عدا عن كون المحتوى الذي توفره الصحافة الإلكترونية العربية لا يأخذ في الاعتبار المزوجة بين وسائل الاتصال بأنواعها².

وتواجه الصحافة الإلكترونية العربية العديد من التحديات يمكن تلخيصها فيما يلي:

¹ إياد مصطفى عبد الفتاح الأطرش، مرجع سبق ذكره، ص: 61.

² عبد الأمير موبت الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 207.

- المقروئية لاتزال صعبة نسبياً، فالكومبيوتر ليس جماهيرياً في الدول النامية خاصة وأنه سوف تخلق الصحف الإلكترونية عادات جديدة عند القارئ مثل القراءة على الشاشة.
- قلة الشرعية القانونية التي تعاني منها الصحافة الإلكترونية مثلها مثل معظم الخدمات الإلكترونية كالنقود الإلكترونية.
- الصعوبات المادية التي تتعلق بتمويلها وتسديد مصاريفها سواء كان تمويلاً ذاتياً أو من خلال الإعلان.
- نقص المحتوى العربي على شبكة الإنترنت وهذا بدوره يؤدي إلى عدم انتشار الصحافة

الإلكترونية بصورتها الواضحة كما هو الحال في الغرب¹.

- غياب تقنين الصحافة الإلكترونية خصوصاً والإعلام الإلكتروني عموماً، إذ أنها غالباً ما تدرج من حيث التنظيم والضبط في خانة الصحافة التقليدية، وحتى ما هو موجود متأثر بواقع التحولات التي عرفها النظام العربي بعد الربيع العربي مثل "تونس" و"مصر" اللتان سعنا إلى تأكيد الصحافة الإلكترونية في صلب الدستور².

¹ علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، د.ط، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص:205.

² علي كريمي، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه، مركز الجزيرة للدراسات، 15 مايو 2016، رابط التحميل <http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/05/160515111819995.htm>

والجدول التالي يبين تواجد الصحف الإلكترونية العربية حسب عدد السكان ومستخدمي الإنترنت:

جدول رقم (2) لمتوسط عدد البوابات الإخبارية عبر الإنترنت حسب عدد السكان ونسبة مستخدمي الإنترنت بالمليون عربياً

الدولة	تعداد السكان	نسبة مستخدمي الإنترنت	متوسط عدد البوابات الإخبارية عبر الإنترنت
الإمارات	9.33	9.2	8.36
البحرين	1.41	1.32	12.77
قطر	2.42	2.25	8.68
الكويت	4.05	3.33	12.10
لبنان	6.01	4.55	5.82
عمان	4.7	3.48	3.40
الأردن	7.81	5.7	4.87
السعودية	32.45	22.59	7.43
فلسطين	4.86	3.01	5.14
المغرب	35.03	20.01	0.23
تونس	11.43	6.4	1.05
الجزائر	40.72	18	0.12
العراق	38.1	16	0.34
مصر	94.3	35	0.56
سوريا	18.47	5.62	0.80
السودان	41.67	11.09	0.10
ليبيا	6.37	3.2	1.41

المصدر: مركز الإعلام الجديد، المنصات الإعلامية والتحول الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: دراسة تقييم المشهد المحلي، المملكة العربية السعودية، 2017، ص: 16.

أما في الجزائر فقد عرفت منذ 1997 نشوء علاقة بين الصحافة الوطنية والنت عن طريق النشر الإلكتروني ابتداء من جريدة الوطن والموقع على الويب الذي لم يعد بالأمر الصعب، خاصة في ظل إلغاء الإحتكار على مركز البحث العلمي والتقني أمام المزودين الخواص للنت منذ سنة 2002، بالإضافة إلى المحاولات الرامية لتحسين خدمة الهاتف الثابت وتحريره من أجل تخفيض تسعيرته.

وقد كان قطاع الإنترنت في الجزائر محتكرا من طرف الدولة، ليصبح فيما بعد لزاما على السلطات التفكير في فتح المجال أمام المزودين الخواص، أين صادقت الحكومة على مرسوم رقم 98-257 الصادر في 25 أوت 1998، والذي بموجبه تم النص على إنشاء موزعين وسطاء للننت إلا أنه لم يتم الاستغلال الحقيقي للشبكة الا بعد 1999¹.

بالنسبة للصحف بالعربية كان السبق لجريدة "اليوم" في فيفري 1998، تلتها يومية "الخبر" في أبريل 1998 و"الشعب" في نفس السنة (جوان)، وبلغ عدد الصحف التي اتجهت إلى شبكة الإنترنت بهدف تحقيق التواجد الإلكتروني في نهاية 1998 ثمانية صحف².
والجدول التالي يوضح ظهور الصحف الإلكترونية الجزائرية:

جدول رقم(3) يوضح ظهور الصحف الإلكترونية في الجزائر

نوع الجريدة	تاريخ إنشاء الصحيفة الإلكترونية	الصحيفة
خاصة	نوفمبر 1997	الوطن
خاصة	جانفي 1998	Liberté
خاصة	فيفري 1998	اليوم
خاصة	أفريل 1998	الخبر
عمومية	جوان 1998	الشعب
عمومية	جويلية 1998	El moudjahid
خاصة	أكتوبر 1998	Le Matin
خاصة	نوفمبر 1998	Le Soir D'Algérie
خاصة	مارس 2000	Elacil

المصدر: يمينة بلعاليا، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2006، ص: 50.

¹ سمية بورقعة، الصحافة الإلكترونية: الجزائر أنموذجا، د.ط، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2018، ص ص: 108 و 109.
² رايح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني: دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، الجزائر، 2016-2017، ص ص: 309-311.

وعموما فإن الصحافة الإلكترونية في الجزائر تتراوح بين نوعين رئيسيين: صحافة إلكترونية مكملة للطبعة الورقية، منها صحيفة الوطن، Liberté، اليوم، الشعب، المجاهد... الخ، وهي عبارة عن نسخ كربونية لا تختلف عن نسختها الورقية من ناحية المضمون.

وصحافة إلكترونية مستقلة التي ليست لها دعامة ورقية مثل Algeria-Interface التي توقفت عن الصدور لظروف مالية¹.

- الصعوبات المتعلقة بمهنة الصحافة الإلكترونية في الجزائر

تتمثل في:

1) عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة

فالمجتمع الجزائري لم يندمج بعد مع هذه التقنية الفعالة لنقل المعلومة والتي تلغي الزمان والمكان، فلا زال الفرد الجزائري يستقي معظم أخباره من وسائل الإعلام كالتلفزيون والجريدة الورقية. كما أن استعمال الإنترنت يعني التوفر على جهاز الكمبيوتر مجهز بمودم، وتصل تكلفته في بلادنا إلى 50.000 دج، وهو ما يعادل 5 مرات الأجر القاعدي للفرد الجزائري في حين لا تتجاوز تكلفته في الغرب 20% من الأجر الوطني الأدنى.

2) قلة المضامين الإلكترونية في ظل ضعف التكوين المعلوماتي

إن الاستفادة من الصحافة الإلكترونية يعني التوفر على حد أدنى من المستوى التعليمي المؤهل لاستخدام جهاز الحاسوب ومعرفة تقنياته للتمكن من الإبحار في الإنترنت والبحث عن المعلومة عموما. وإذا كانت الأمية عموما منتشرة في الجزائر بقدر 7 ملايين أمة في التعريف القديم للأمية، أي ما يعادل نسبة 70% من المجتمع الجزائري فما بالك بالأمية الإلكترونية.

3) تنامي قرصنة المواقع الإلكترونية

إن المواقع الإلكترونية الموجودة على الساحة الإعلامية الجزائرية سواء كانت رسمية أو عادية تظل غير مؤمنة ومعرضة للعديد من هجمات قرصنة الإنترنت، خاصة في ظل غياب تأطير قانوني يحمي الناشر على الإنترنت، فجريدة "الوطن" تعرضت للقرصنة ولم تكتشف ذلك إلا حين قام قراءها الإلكترونيون الجزائريون والأجانب بتبنيها عن عدم قدرتهم من الاستفادة من الموقع.

¹ سمية بورقعة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 210 و 212.

أما جريدة البلاد فلقد تعرضت لهجوم اكتشف حين بلغ عدد الزوار 10 مرات أعلى من العدد الفعلي، وأن غالبية الزوار فتحوا مباشرة صفحة "سير الآراء" دون المرور على صفحة الواجهة.

4) غياب الثقافة الإعلامية الإلكترونية لدى الجزائريين بسبب حداثة التجربة الإعلامية ككل في الجزائر

تمر على التجربة الإعلامية الإلكترونية مدة غير طويلة مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، فنسبة مقروئية الصحف الإلكترونية كمصدر إخباري ضعيفة جدا، خاصة وأن الصحف الإلكترونية المحضة والتي ليس لها دعامة ورقية تنشر باللغة الفرنسية، وهذا يتناقض مع نسبة المقروئية العالية باللغة العربية، وخير مثال على ذلك جريدة "الخبر" بنسبة 38.6 % كأعلى نسبة مقروئية.

5) غياب الإطار القانوني المؤطر للصحافة الإلكترونية في الجزائر

تعاني الصحافة الإلكترونية من غياب الإطار القانوني حتى وإن اعتبره الكثير فرصة للهروب من مقص الرقابة أو الحذف، ولكن في نفس الوقت قد يسبب أن يفتح المجال أمام السلطة لاعتماد بعض مواد قانون الإعلام لصالحها بصورة اعتباطية¹.

وفي قانون الإعلام 2012 صرحت الصحافة الإلكترونية في هذا القانون دون تفصيل، حيث نجد الباب الخامس قد خصص للإعلام الإلكتروني المشتمل على المواد الآتية: 67-68-69-70-71-72. ومن الأمور التي أكد عليها هذا القانون وفصل فيها، كيفية تأسيس المؤسسات الصحفية الإعلامية والجهة التي يقدم إليها التصريح لإصدار الصحيفة أو الموقع الإلكتروني، ومكونات التصريح والكيفية التي يتم بها الحجب أو الحجز أو التوقيف².

6) ضعف الإعلان الإلكتروني

يغيب المورد المالي عن طريق الإشهار الإلكتروني لعدم قناعة صاحب الإشهار على تبني سياسة إشهارية عبر الإنترنت، ولأن قيام صحيفة إلكترونية في الجزائر يتطلب الدعم المادي فالمال يعتبر مهم في بقاء جريدة إلكترونية، خاصة وأنها لا تحقق مردودية مالية من عدد الزيارات ولا يمكن في الوقت الراهن بيع المعلومة الإلكترونية من الجزائر، كما أن سياسة الإشهار الإلكتروني يبقى حكرا على كبريات المؤسسات

¹ يمينة بلعالي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 150-158 و 160. بتصرف

² علي كريمي، مرجع سبق ذكره.

الصحفية، لهذا يتحتم على التجارب الصغيرة للصحف الإلكترونية الجزائرية أن تسحب من الساحة الإعلامية لأسباب مالية¹.

7) تعدد المهارات وتعدد الأعباء

إن محور الصحافة الإلكترونية يتعامل مع بيئة متعددة الوسائط والخدمات لذلك يجب عليه أن يجيد مهارات عديدة مثل: مهارات استخدام المسجلات الرقمية، مهارات استخدام الكاميرات الرقمية، مهارات استخدام برامج تحرير الصور، مهارات استخدام برامج معالجة النصوص وبرامج التحميل على الويب. بالإضافة إلى أن الصحافة الإلكترونية تمدد الأعباء على المحرر وتطيل دوره في العمل، فدوره لا ينتهي بإعداد النص المكتوب أو الملف الصوتي أو المرئي الذي جلبه من موقع الحدث كما في الصحافة المطبوعة، وإنما يكون عليه البحث عن مواقع ذات علاقة بالقضية التي يعالجها، أو يفتح مجالاً للحوار والنقاش حولها عبر الموقع ويقوم بمتابعته².

بهذا فالصحافة الإلكترونية في الجزائر لازالت تعاني من مشاكل عدة، ترتبط أغلب حلولها بمايلي:

- تحسين نوعية التدفق والاستثمار أكثر في سوق الاتصالات، إلى جانب مضاعفة عدد الموزعين الناشطين في مجال الإنترنت عبر الوطن، لتسهيل نمو القطاع والوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.
- الاهتمام بالتكوين في مجال الصحافة الإلكترونية وكذا إقامة دورات تكوينية للصحفيين، لتدريبهم على الكتابة على الويب للتخلص من أسلوب الكتابة في الصحافة الورقية، الذي لازال مسيطر على كل المواقع الإلكترونية الموجودة.
- فرض أخلاقيات المهنة مثل باقي وسائل الإعلام لتقديم مادة إعلامية ذات نوعية.
- سن قوانين خاصة بالقطاع³

¹ يمينية بلعاليبا، مرجع سبق ذكره، ص ص: 160-161.

² فيصل أو عيشة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 148-149.

³ حاسي مليكة وسليمان شريفة، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع وتحديات، دراسة نظرية، ورقة عمل مقدمة ضمن أشغال الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر: التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمدة لخضر الوادي، الجزائر، 16-17 أكتوبر 2019، بتصرف

2. مواقع التواصل الاجتماعي

1.2. خلفية تاريخية لنشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

جاءت الشبكات الاجتماعية لتحقيق غرض التواصل الاجتماعي وعند الحديث عن مراحل تطور الشبكات الاجتماعية في الفضاء المعلوماتي تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين:

المرحلة الأولى: يمكن وصف هذه المرحلة بالمرحلة التأسيسية للشبكات الاجتماعية، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب Web 1، وتشهد هذه المرحلة على البداية التأسيسية للشبكات ومن أبرزها شبكة موقع Six degrees.com وهو الموقع الذي يمنح فرصة للأفراد والمتفاعلين في إطاره فرصة طرح حياتهم وإدراج أصدقائهم، وبدأت فكرة قوائم الأصدقاء عام 1998، وأخفق هذا الموقع عام 2000، ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية موقع classmates.com ذلك الموقع الذي ظهر في منتصف التسعينات، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة.

شهدت هذه المرحلة مواقع متعددة من أشهرها موقع live journal وموقع cyworld في 1999. وتجدر الإشارة أن أبرز ما ركزت عليه مواقع الشبكات الاجتماعية في بدايتها هي خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء، وبالرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحاً على مؤسسيها فلم يكتب للكثير منها البقاء.

المرحلة الثانية: يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن التأريخ للمرحلة الثانية بالموجة الثانية للويب Web2، والمقصود أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكات، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع my space في 2003 ثم موقع فيسبوك 2004.

وتشهد المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية، وبتزايد ذلك الإقبال مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم¹.

2.2. أهم مواقع التواصل الاجتماعي

1.2.2. موقع Facebook

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خاصة الشباب، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام 2004 في جامعة هارفارد في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل طالب يدعى "مارك زوكربيرج"، وكانت محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة لكن فيما بعد تخطت

¹ فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 12-13.

شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة. وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار حتى عام 2007 حيث حقق القائمون على الموقع إمكانات جديدة لهذه الشبكة، حيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، حتى أصبح موقع يزورونه باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار وموضوعات متنوعة¹.

وتجدر الإشارة إلى أن تسمية فيسبوك تشير إلى ما معناه دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في مدرسة أو جامعة معينة أو مجموعة أو فئة اجتماعية، وبعبارة أوضح يعني دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، الذي يتضمن وصف لأعضاء الحرم الجامعي للتعرف عليهم².

ويتحدث Kirk Patrick David في كتابه «The Facebook Effect» عن هذه الشبكة بالقول أنها ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيسبوك على كل العالم والناس جميعاً، وتحثل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل وميكروسوفت)³.

وقد بلغ عدد مستخدمي فيسبوك النشطين في العالم إلى غاية سنة 2011 حوالي 800 مليون مستخدم، وتشير إحصائيات أن 11 % من سكان العالم يملكون حساب فيسبوك، يدخل 50 % إلى الفيسبوك يومياً، ومتوسط عدد الأصدقاء للمستخدم الواحد 130، و80 صفحة ومجموعة مشترك فيها. وتشير الإحصائيات كذلك أن:

- 20 مليون تطبيق يسجل يومياً في الفيسبوك وخلال 60 ثانية فقط.
- 510 آلاف مستخدم يضع تعليقات Posts Comment.
- يتم تحديث 293 ألف حالة Status Updates.

¹ عبد الرحمن ابن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 63.

² عامر قنديلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص: 351.

³ علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الطبعة الأولى، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015، ص: 161.

- يتم تحميل 136 ألف صورة Uploads Photos.
 - 3 بليون قطعة محتوى يتم مشاركتها في الشهر.
 - 350 مليون من مستخدمي فيسبوك يدخلون الموقع ويشاركون باستخدام الهواتف المحمولة.
- وأصبح مؤسس فيسبوك أصغر ملياردير في العالم، وتقدر حتمية الفيس بوك أكثر من خمسة عشر مليار دولار، وهناك تقدير يشير إلى أن قيمته ارتفعت ارتباطا بأحداث العالم الأخيرة وخصوصا ثورات الربيع العربي إلى خمسة وستين مليار دولار أمريكي¹.
- ومن أهم المزايا الموجودة في فيسبوك:
- الملف الشخصي Profile: وهي الصفحة الشخصية للمستخدم وتحتوي على كل ما يخص المستخدم من معلومات وصور ومقاطع فيديو وغيرها، ومن أهم التقنيات في الصفحة الشخصية هو شريط " ماذا يخطر في بالك " what on your mind ويوجد هذا الشريط في أعلى الصفحة.
 - وقد تكون مجموعات Groups يتم من خلالها التعريف بالأفكار الجديدة والدعوة لها، أو صفحات الأعمال الرسمية Pages التي تعد وسيلة من أهم الوسائل للتواصل مع المعجبين بشخص أو مؤسسة أو فكرة أو حدث، حيث يتم تأسيس صفحات على الفيسبوك للتواصل وإرسال التعليقات².
 - لوحة الحائط (Wall): وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم وتتيح له تقاسم معلومات (صور-مقاطع فيديو....) والتغير الآني.
 - الحالة (Status): التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.
 - الصور (Photos): التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، حيث يتم تحميل 14 مليون صورة إلى الموقع يوميا.
 - التقاسم أو المشاركة (Share): هذه السمة تمكن المستخدم من التقاسم مع الأصدقاء (صور وغيرها)

¹ بويكر بوعزيز، إستعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار: دراسة ميدانية على عينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2016-2017، ص: 155.

² محمد سيد ريان، الاعلام الجديد، الطبعة الأولى، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، القاهرة، 2012، ص: 38.

- الرسائل (Messages): تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسالة مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء لديك أو لم يكن كذلك.
- سمة الاستحسان (Like): وهي سمة تعبر عن الإعجاب بمنشور أو صفحة وغيرها.
- الأحداث المرتقبة (Events): وهي تجمعات قصد إحياء أحداث شخصية أو جماعية ستقام على الفيسبوك أو في الفضاء الواقعي.
- المحادثة الآتية (chat): أصدر الفيسبوك تطبيق إرسال فوري ويطلق عليه اسم (chat) ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم¹.

أ. إيجابيات وسلبيات فيسبوك

- أ. إيجابياته: ومنها:
 - يعزز الاجتماعية لدى الأفراد ويجعلهم يشعرون بالمجتمع.
 - إبداء الرأي بكل حرية.
 - يستخدم كهدف للترفيه والتنفيس وأحيانا الهروب من ضغوط ومشاكل الحياة.
 - معرفة الأحداث الداخلية والخارجية.
 - تبادل الثقافات بين الشعوب وتبادل المعلومات
- ب. سلبياته: ومنها:
 - صعوبة السيطرة عليه
 - توفر المعلومات الشخصية التفصيلية عن المنتسب
 - سرقة الحسابات المصرفية وانتحال الشخصية
 - عدم احترام حقوق الملكية الفكرية
 - انحدار مستوى التذكر والحد من الخيال
 - تشجيع الروح الاستهلاكية²

2.2.2. موقع تويتر (Twitter)

¹ بويكر بوعزيز، مرجع سبق ذكره، ص ص: 154-155.

² محمد العوض وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب، د.ط، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2020، ص ص: 30-

يمثل هو الآخر شبكة تواصل اجتماعي وبتيح للمستخدم فتح حساب يربطه بالآخرين من خلال خاصية التتبع، وقد بدأ هذا الموقع في بداية عام 2006 بصفته مشروعاً تطويرياً تابعاً لشركة (Obvious) الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو¹.

يعود الظهور الأول لتويتر في 21 مارس 2006 وذلك بتغريدة من مؤسس الموقع «Tack Dors» والتي كانت عبارة بسيطة " للتو قمت بتصيب تويتر " (Setting up Twitter)، وأخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني (التغريد) واتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز المرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة.

وبحلول سنة 2007 استحدثت لها اسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) منفصلة عن الشركة الأم (Obvious) وذلك في أبريل من نفس السنة².

ولم يتوقف الموقع عند اللغة الانجليزية فقط ولكن في أبريل 2008 قام الموقع بإطلاق نسخته اليابانية وذلك لكثرة عدد المستخدمين من اليابان ونشاطهم البارز على الموقع، وفي نفس السياق قامت الشركة المسؤولة عن الموقع بإدراج اللغة العربية كلغة في الموقع في يوليو 2007، وذلك لإقبال العرب على الخدمة بالموقع.

بدأ عام 2007 بنصف مليون زائر، وأنهاه بحوالي 6 ملايين زائر، أما في 2008 فقد اكتسب 4 ملايين زائر جديد³.

- كيف يعمل موقع التويتر؟

يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث يظهر آخر التحديث بترتيب زمني،

¹ سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، الطبعة الأولى، جداول النشر والتوزيع، بيروت، 2011، ص: 117-118.

² علاء الدين محمد عفيفي المليجي، مرجع سبق ذكره، ص: 172.

³ ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، مرجع سبق ذكره، ص: 215.

تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن" والتي لا تتجاوز 140 حرفاً، وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء¹.

- مميزات التويتر

- قصر المساحة المتاحة لكتابة النص بالمقارنة مع باقي مواقع التواصل الاجتماعي
- سيطرة المتلقي على اختيار ما يتلقاه من معلومات.
- سهولة تمرير الرسالة من جانب المستقبل إلى مستخدمين آخرين للتطبيق ذاته.
- توسيع حجم الانتشار الذي يحققه الوجود على (تويتر)، إذ تشير الإحصاءات أن بعض الحسابات على تويتر يصل متابعوها إلى أكثر من عشرة ملايين متابع عبر العالم²
- القدرة على متابعة ما يكتبه كبار شخصيات من السياسيين والكتاب والاقتصاديين، وكذلك قيام كثير من الشركات التجارية الكبيرة والمؤسسات الإعلامية مثل (غوغل) و (CNN) و (التايمز) و (الجزيرة) وغيرها بالاعتماد عليه لنشر كلما يخصهم من أخبار ومقالات وعروض³.

- فوائد تويتر

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها:

- معرفة ما يقوم به الأصدقاء دائماً وفي أي وقت، بالإضافة إلى أنه يتيح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطه به كالأخبار عن حادث مهم جداً.
- يستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاؤه ومعارفه الذين يهتم أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم.

3.2.2. موقع يوتيوب (YouTube)

هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، وهو موقع لنشر مقاطع الفيديو متفرع من Google يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو.

تأسس الموقع عام 2005 في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية عن طريق (تشاد هيرلي -ستيف تشين، جاود كريم) وهم موظفون سابقون في شركة (Play Pal)، ويعتمد في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون والفيديو

¹ علاء الدين محمد عفيفي المايحي، المرجع السابق، ص: 173.

² سعد بن محارب المحارب، مرجع سبق ذكره، ص: 118-119.

³ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص: 402.

والموسيقى، وقامت (غوغل) عام 2006 بشراء الموقع بـ 1.65 مليار دولار أمريكي، وقد أصبح عام 2006 شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية¹.

يقوم اليوتيوب على فكرة مبدئية هي: بث لنفسك أو أذع نفسك (broadcast yourself)، ويعد الفيديو الموضوع من قبل "جاود كريم" بعنوان "أنا في حديقة الحيوان" (Me at the Zoo) أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ 23 أبريل 2005 مدته 19 ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة وبكل اللغات.

وتستند موسوعة (ويكيبيديا) إلى موقع (Alexa) في إحصائية حول اليوتيوب بأنه أصبح حاليا ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد "ياهو" و "غوغل".

في يوليو 2006 صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى 100 مليون يوميا، في شهر يناير 2008 (79) مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم، ويتم رفع 13 ساعة تقريبا من الأفلام في كل دقيقة².

وفي إشارة لأحد خبراء الإعلام الجديد فإنه يؤكد أن اليوتيوب اغتصب دور التلفزيون في التأثير على الجمهور أو نقل الأحداث بدقة وسرعة عاليتين، فقد تم نشر خطب مؤثرة لـ "بيل كلينتون" و "جون كيري" القيت في "دنفر" وعدت أفضل الخطب تأثيرا في الذين شاهدها، في حين تجاهلتها أهم 3 محطات في هذه المدينة لأسباب مجهولة لكنها بثت عن طريق اليوتيوب وحققَت مشاهدات عالية³.

4.2.2. موقع ماي سبايس My Space

ماي سبايس My Space هو موقع في شبكة الإنترنت للتشبيك الاجتماعي للأصدقاء، يقدم لهم أركانا خاصة لتقديم لمحات عن حياتهم الشخصية وصورهم ومقاطع الفيديو والموسيقى يعرضونها على

¹ محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018، ص:46.

² بويكر بوعزيز، مرجع سبق ذكره، ص:162.

³ غالب كاظم جواد الدعمي، مرجع سبق ذكره، ص:86.

الموقع، يحتوي على محرك بحث خاص ونظام بريد إلكتروني داخلي يستطيع الناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات إلكترونية عن حياتهم فيه¹.

وقد تأسست خدمة "ماي سبايس" في يوليو 2003 بواسطة "توم اندرسون" و "كريس دي" وفريق صغير من المبرمجين على خلفية تجربة سابقة تأسست في 1998 كانت أقرب لياهو Yahoo.

وطبقا لموقع Alexa يعد موقع "ماي سبايس" هو سادس أكثر مواقع الويب الإنجليزية شعبية في العالم، كما أنه أكثر المواقع شعبية على الإطلاق في الولايات المتحدة الأمريكية، ارتفعت شعبيته تدريجيا بنسبة أكبر من المواقع المتشابهة الأخرى، وحاز على 80 % تقريبا من عدد الزيارات المحسوبة لمواقع الشبكات الاجتماعية على الإنترنت.

وقد بدأت شعبية الموقع بالتراجع خاصة بعد ظهور موقع فيسبوك الذي اجتذب الملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي².

بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي السالفة الذكر، هناك المواقع الآتية:

i. موقع LinkedIn

هو موقع يصنف ضمن الشبكات الاجتماعية، تأسس في ديسمبر 2002 وبدأ التشغيل الفعلي في 5 مايو 2003، يستخدم كشبكة تواصل مهنية لإيجاد وظائف أو أشخاص أو فرص عمل. في يونيو 2012 بلغ عدد المسجلين أكثر من 175 مليون عضو من أكثر من 200 دولة، ويتوفر بـ19 لغة عالمية منها الإنجليزية و الفرنسية والألمانية، الإسبانية والبرتغالية والروسية والتركية واليابانية³

ii. موقع الانستغرام Instagram

وهو موقع لتبادل الصور وتقاسم الفيديو، يقوم على فكرة بسيطة بتثبيت التطبيق على الهاتف ثم يشغل ويلتقط صورة ما، ثم تكتب سطر أو لا تكتب لشرح خلفيات هذه الصورة، ثم ترسل الصورة للشبكات الاجتماعية مثل فيسبوك وتويتر وترسلها إلى شركة لترفعها على خوادمها، حتى يستطيع أصدقاؤك عبر الشبكات الاجتماعية أن يشاهدوا هذه الصورة، وكذلك داخل شبكة انستغرام نفسها.

¹ محمد العوض وداعة الله، مرجع سبق ذكره، ص: 40.

² بويكر بوعزيز، مرجع سبق ذكره ، ص: 162.

³ محمد العوض وداعة الله، مرجع سبق ذكره، ص: 48.

في ديسمبر 2010 وصل التطبيق الى مليون مستخدم، وبعد سنة أي 2011 حصل التطبيق على زيادة 500% من المستخدمين ليصل العدد الى 5 ملايين مستخدم¹.

iii. جوجل + Google

شبكة اجتماعية تم إنشائها بواسطة شركة Google وتم اطلاقها يوم 18 يونيو 2011 كمرحلة تجريبية، ثم في 20 سبتمبر 2011 فتح لأي شخص للتسجيل دون الحاجة لأي دعوة من أي شخص آخر كما في السابق.

وقد نشأ من خلال طرح خدمات جديدة مثل الدوائر circles، مكالمات الفيديو Hangouts المحادثات الجماعية Huddles وغيرها مع دمج بعض خدمات جوجل القديمة مثل: صدى جوجل Google Buzz، الملف الشخصي Google Profile، الألعاب وغيرها².

❖ إحصائيات عن استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي في العالم لسنة 2020

- عدد سكان العالم: 7.75 بليون ما يعادل 55%.
- مستخدمو الإنترنت: 4.54 بليون مستخدم ما يعادل 59%.
- مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي: 3.80 بليون مستخدم نشط، مقسمون الى:
 - ✓ فيسبوك: 1.95 بليون مستخدم.
 - ✓ يوتيوب: 2 بليون مستخدم.
 - ✓ تويتر: 339.6 مليون مستخدم.
 - ✓ لينكد ان: 663.3 مليون مستخدم.
 - ✓ سناب شات: 381.5 مليون مستخدم.
 - ✓ Pinterest : 169 مليون مستخدم.

بالإضافة إلى الإحصائيات أعلاه، فإنه كذلك يقضي مستخدمو الإنترنت ما مقداره 6 ساعات و 43 دقيقة على الخط كل يوم، 40% من حياتهم اليومية تمضي في استخدام الإنترنت، وساعتين و 24 دقيقة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي عبر مختلف الدعامات سواء هاتف ذكي أو حاسوب كل يوم³.

¹ ناصر بن محمد الزمل، رقميون غيروا حياتنا، د.ط، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014، ص:137.

² محمد مصطفى رفعت، رجع سبق ذكره، ص:47.

³ <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital->

overview?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2020&utm_content=Dual_Report_P

romo_Slide ، تاريخ الإطلاع 12 أبريل 2020، الساعة 15:00 بتصريف

❖ في الجزائر

- عدد السكان: 43.45 مليون أي ما يعادل 73%.
- مستخدمو الأنترنت: 22.71 مليون ما يعادل 52%، وقد ارتفع بـ2.4 مليون أي 12% بين سنة 2019 و2020.
- مستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي: 22 مليون مستخدم نشط ما يعادل 51%، وقد ارتفع هو الآخر بنفس النسبة أي 12% منذ 2019 ويقدر مستخدم كل موقع كآتي:
- 20 مليون مستخدم لموقع فيسبوك.
- 4.90 مليون مستخدم لموقع انستغرام.
- 3.65 مليون مستخدم لموقع سناب شات.
- 846.5 ألف مستخدم لموقع تويتر.
- 2.30 مليون مستخدم لموقع لينكد ان¹.

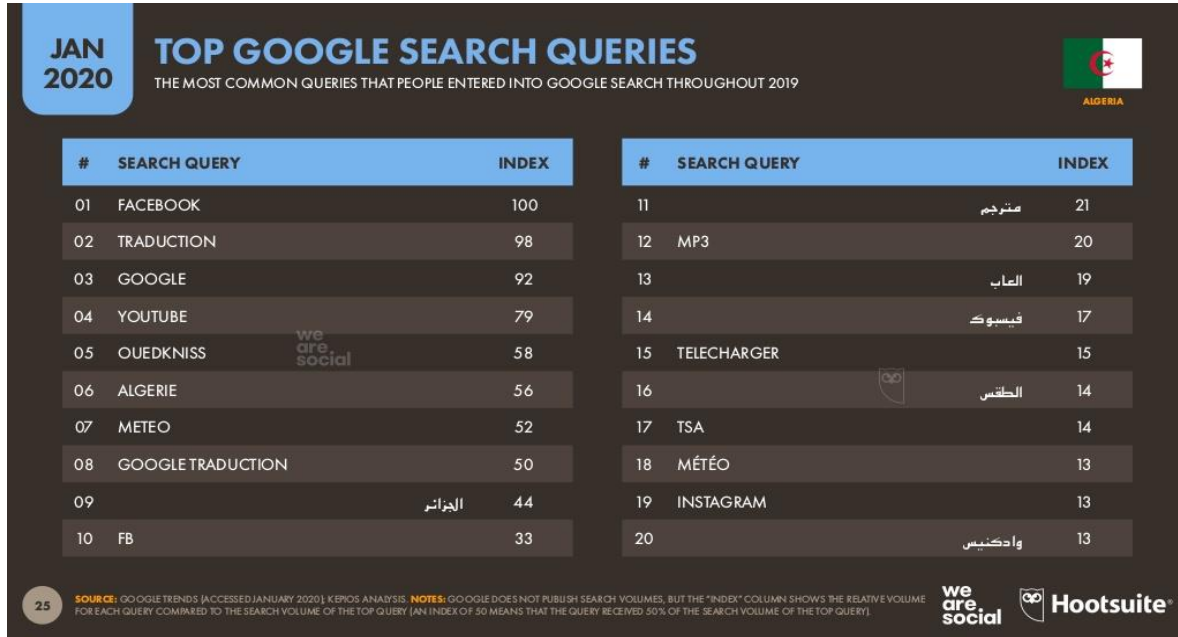
❖ ترتيب موقع Alexa للصحف الإلكترونية وشبكات التواصل الاجتماعي الأكثر زيارة في الجزائر لشهر جانفي 2020²

JAN 2020		MOST-VISITED WEBSITES (ALEXA)			RANKING OF TOP WEBSITES BY AVERAGE MONTHLY TRAFFIC ACCORDING TO ALEXA			ALGERIA			
#	WEBSITE	TIME / VISIT	PAGES / VISIT	#	WEBSITE	TIME / VISIT	PAGES / VISIT	#	WEBSITE	TIME / VISIT	PAGES / VISIT
01	GOOGLE.COM	12M 09S	14.6	11	ENNAHARONLINE.COM	7M 34S	3.7	01	GOOGLE.COM	12M 09S	14.6
02	YOUTUBE.COM	11M 44S	6.7	12	ECHOROUKONLINE.COM	3M 53S	2.4	02	YOUTUBE.COM	11M 44S	6.7
03	OUEDKNISS.COM	13M 45S	9.7	13	ELKHABAR.COM	4M 20S	2.5	03	OUEDKNISS.COM	13M 45S	9.7
04	GOOGLE.DZ	5M 48S	8.8	14	BONGACAMS.COM	3M 04S	1.7	04	GOOGLE.DZ	5M 48S	8.8
05	FACEBOOK.COM	17M 48S	7.8	15	ALIEXPRESS.COM	12M 17S	9.0	05	FACEBOOK.COM	17M 48S	7.8
06	YAHOO.COM	4M 34S	4.4	16	LIVE.COM	4M 53S	5.0	06	YAHOO.COM	4M 34S	4.4
07	BLOGSPOT.COM	3M 32S	2.7	17	LIVEJASMIN.COM	2M 20S	1.5	07	BLOGSPOT.COM	3M 32S	2.7
08	ELBILAD.NET	4M 02S	2.1	18	ELKHADRA.COM	1M 39S	1.4	08	ELBILAD.NET	4M 02S	2.1
09	WIKIPEDIA.ORG	3M 55S	3.0	19	AMAZON.COM	9M 41S	9.0	09	WIKIPEDIA.ORG	3M 55S	3.0
10	GOOGLE.FR	5M 16S	4.6	20	MEDIAFIRE.COM	2M 33S	2.3	10	GOOGLE.FR	5M 16S	4.6

¹ <https://datareportal.com/digital-in-algeria> تاريخ الإطلاع 12 أفريل 2020، الساعة 14:00 بتصرف.

² <https://datareportal.com/digital-in-algeria> تاريخ الإطلاع 12 أفريل 2020، الساعة 14:00 بتصرف.

❖ أكثر مواقع التواصل الاجتماعي تصفحا عبر محرك البحث جوجل مقارنة بمضامين أخرى¹



3.2. الاستخدامات العامة لمواقع التواصل الاجتماعي

رغم أن مواقع التواصل الاجتماعي أنشئت في الأساس للتواصل الاجتماعي بين الأفراد، فإن استخدامها إمتد ليشمل مختلف المجالات على غرار التعليم والسياسة والإقتصاد والثقافة، حتى أنها ساهمت في خلق تغيير اجتماعي.

وذكر "لي" في دراسته حول استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي أن الأفراد يستعملونها لتحقيق هدف ما، فهناك الذين يبحثون ويتصفحون المعلومة وهناك المتبادلون وهناك المعلقون الذين يطالعون ما ينشر ويعبرون عن الرأي، وهناك المزودون الذين ينشئون المحتوى الأصلي لهذه المواقع.

ومن استخدامات شبكات التواصل الاجتماعي:

(1) في مجال التعليم

سعى بعض المدرسين بالمؤسسات التربوية على غرار المدارس والمعاهد والجامعات إلى توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في مجال التدريس من خلال تطوير بعض المهارات لدى المتعلمين.

¹ <https://datareportal.com/digital-in-algeria>.

كما أنه كثيرة هي الأنشطة التعليمية التي بإمكان المدرس تطبيقها عبر مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة للتواصل تبنى عليها البيداغوجيا الحديثة التي تسعى إلى توظيف الوسائل الإلكترونية في مجال التدريس.

وأحيانا يتجاوز الحوار جدران قاعة الدرس ليجد محلا له في العالم الافتراضي عبر موقع فيسبوك أو تويتر أو غيره، وأحيانا أخرى ينطلق الحوار بين الأستاذ والمتعلم بهذه المواقع الافتراضية ليتحول إلى نقاش عام بقاعة الدرس.

ثم إننا نشهد اليوم انتشار مدارس التعليم عن بعد، إذ أن حضور الطالب لم يعد إجباريا مع توفر فضاء عمومي بالعالم الافتراضي يسمح للمتعلم بتلقي تفاصيل الدروس والتحاور مع الأستاذ، وهناك تلعب مواقع التواصل الاجتماعي دورا بارزا في تسهيل عملية الاتصال بين الأستاذ والمتعلم، أي خاصية التفاعلية التي يمتاز بها هذه الوسائل الاتصالية.

من بين التجارب العالمية الناجحة تجربة الجامعة الافتراضية الفرنسية التي تضع على ذمة المتعلم أكثر من ثلاثمائة درس في مختلف المجالات¹.

(2) في مجال الاتصال السياسي

ويتجلى ذلك من خلال استخدامها في التواصل السياسي من طرف المرشحين والأفراد، وتلعب أيضا دورا في التوعية والنقاش، الحشد والمراقبة للعملية السياسية بحيث تصبح الموضوعات والقضايا المتداولة عبرها مكونا أساسيا في النقاش العام Public Discourse على أساس من الحرية والمساواة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدية.

وتزداد أهميتها بالانتشار الواسع لخصائصها التفاعلية وقدرتها على تمكين المستخدمين من أدوات جديدة للمشاركة السياسية.

ففي دراسة عام 2016 حول "تأثير استخدامات وسيلة التواصل الاجتماعي تويتر على تغيير نمط الحملات الانتخابية للمرشحين الأفراد المنتمين للأحزاب السياسية في النرويج، وكذلك على فرص حصولهم

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2016، ص:68.

على دعم وسائل التواصل الاجتماعي، توصلت إلى أن وسائل التواصل الاجتماعي تتيح فرصاً أكبر للمرشحين الحزبيين للقيام بأنشطة تواصلية بشكل لامركزي ومستقل عن الأحزاب ومنصاتها الإلكترونية¹.

3) التعارف والصدقة

وذلك من خلال ربط التواصل بين الشعوب بمختلف توجهاتها الحضارية متجاوزة بذلك الحدود السياسية والجغرافية والعزلة الحضارية التي كانت تعيشها معظم المجتمعات². وهي بداية كل مستخدم في تكوين علاقات اجتماعية من خلال الشبكة، بالإضافة كذلك إلى استثناء شبكة من العلاقات تجمع عدة أفراد بحيث يشترك فيها كل الأفراد الذين تجمعهم نفس الاهتمامات، وتسمى بمجموعات الاهتمام³.

4) في التسويق الاقتصادي

تمثل شبكات التواصل الاجتماعي وسيلة اتصالية حديثة تضاف إلى وسائل الاتصال التقليدية التي اعتادت المؤسسات الاقتصادية استعمالها للترويج لمنتجاتها، فلم تعد الوسائل التقليدية قادرة لوحدها على تلبية احتياجات المستهلكين.

وتعتبر وسيلة فعالة لتسويق المنتجات أو الخدمات، بعرض المعلومات الكافية حولها بتقديم التسهيلات المتاحة للانفتاح بطريقة جذابة ومتطورة، مما يدفع المؤسسات الاقتصادية إلى إعادة النظر في علاقاتها بعملائها.

وهنا تلعب مؤسسات التواصل الاجتماعي دوراً مهماً في ترسيخ صورة ذهنية إيجابية عن المنتج، بل وتمنحه إمكانية التعبير عن رأيه تجاه المنتج والتفاعل مع مستهلكين آخرين، وبالتالي تعد وسيلة لكسب المزيد من العملاء.

¹ عادل صالح، الإنترنت والسياسة: دراسة في الاستخدام والتأثير في ضوء الخبرات المحلية والدولية، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2017، ص: 5 و 21.

² علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة... والأخلاقيات المرفوضة، بحث مقدم لجائزة خدمة الدعوة والفقهاء الإسلامي، د.ط، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020، ص: 187.

³ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص: 380.

5) الاستخدامات الإخبارية

أتاحت الشبكات الإلكترونية نقل الأخبار حال حدوثها ومن مصادرها الرئيسية وبصياغة المرسل نفسه بعيدا عن الرقابة، ما يجعلها أحيانا ضعيفة المصدقية لما قد يضاف إليها من مبالغات مقصودة أو غير مقصودة لتحويل الخبر أو تدويله بغرض التأثير على الرأي العام.

6) الاستخدامات الدعوية

أتاحت الشبكات الاجتماعية الفرصة للتواصل والدعوة مع الآخر من المسلمين أو غير المسلمين، وأنشأ الكثير من الدعاة صفحاتهم الخاصة ومواقعهم الثرية، وهو انتقال إيجابي للتواصل الاجتماعي في ظل أنظمة تعيق التواصل المباشر.

وتتميز الدعوة عن طريق الشبكات الاجتماعية بالسهولة في الاستخدام والتواصل والتوفير في الجهد والتكاليف¹.

وعلى سبيل المثال استخدم تنظيم " داعش " شبكة فيسبوك عن طريق بث عشرات الصور والفيديوهات المتصلة بنشاطاته، وعمل على الترويج لصفحاته وأصبحت مصدرا للمعلومات التي تعتمد عليها وسائل الإعلام الأخرى، وكان يهدف عن طريقها الى إشاعة الخوف والفرع في قلوب المواطنين².

4.2. تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي

يسود قلق كبير لدى الباحثين والجمهور على حد سواء فيما إذا كانت الوسائل الاتصالية الحديثة ستجعل الإنسان أكثر سيطرة على حياته أم أنها متفقدة السيطرة تماما، فمن جانب تشكل هذه الوسائل أملا كبيرا لانتشار المعرفة والإبداع وتمنح الجمهور قدرة غير مسبوقه لحل مشاكله التي يشاركها، وتسمح له بجمع المعارف ووجهات النظر من ملايين الناس بحيث تخلق ذكاء جمعي على مستوى لم يكن ممكنا في السابق³. ويقصد بالإبداع هنا التقدم والارتقاء بالإنتاج العلمي والفكري، والمتصل المبدع هو القادر على بناء عمل محدد له تفصيلاته الخاصة يتمحور حول ظاهرة معينة تعود إليها جميع جزئيات وعناصر الاتصال، فدور الإنترنت في هذا الصدد تعزيز خبرة المبدع، فمن خلالها تظهر دلالات كامنة لا تتضح إلا بالقراءة الناقدة المعتمدة على المعرفة المدونة.

¹ عبد الرحمن ابن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص: 68-69.

² غالب كاظم جواد الدعمي، مرجع سبق ذكره، ص: 83.

³ حسين ناصر حسين، ثقة الشباب الجامعي في المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 1، العدد 38، 2017، ص: 477.

إن القدرة على التفكير الابتكاري في مجال التواصل الاجتماعي يعتمد أساساً على القدرة على التفكير غير العادي الذي يتسم بالتفكير الكمي والتفكير الكيفي، والمتصل الذي لديه القدرة على صياغة العديد من الأفكار السليمة وفي فترة زمنية معينة لديه فرص كبيرة لوجود مصدر إلكتروني يزوده بأفكار قيمة مفيدة وابتكارية، كما يمكن المتصل من إعطاء آراء متنوعة لا تخضع لمعيار واحد وهنا يمكن أن يلتقي بفكره مع فكر الآخرين ويتمكن من الإبداع¹.

لكن وعلى الرغم من الصورة المشرفة عن تأثيرات الإعلام الاجتماعي على الفرد والمجتمع، إلا أن هذه الصورة تشوبها بعض المخاوف التي حذر منها علماء الاجتماع، من أهمها التأثير السلبي لإدمان الشباب لهذه المواقع حيث أنها تعزلهم عن محيطهم الاجتماعي والتعامل مع أصدقاء افتراضيين مما جعلهم أكثر عزلة عن أسرهم، ومقاومة استخدام هذه الوسائل أصبح في غاية الصعوبة لسهولة الوصول إليها وتوافر الأجهزة الذكية².

وفي هذا السياق كشفت دراسة مسحية تم إجراؤها مؤخراً في بريطانيا على أن شبكات التواصل الاجتماعي أدت إلى تحول مجتمع المستخدمين إلى أمة من الانطوائيين المنعزلين، وأظهرت كذلك أنهم يتحدثون بصورة أقل عبر الهاتف ولا يشاهدون التلفاز كثيراً، ويبدأون بإرسال كم أقل من الرسائل النصية وكذلك البريدية.

وقد اعترف نحو 53% من الـ 1600 شاب الذين شاركوا في هذه الدراسة المسحية التي تعد الأضخم من نوعها في بريطانيا بأن شبكات التواصل الاجتماعي تسببت في تغيير أنماط حياتهم.

وفي دراسة أخرى تكشف عن الجانب المظلم للشبكات الاجتماعية وعلى رأسها موقع فيسبوك الأكثر شهرة في هذا المجال، توصل بعض الباحثين إلى أن البقاء لساعات طويلة على الشبكة الاجتماعية قد يؤدي إلى النرجسية (حب النفس)، وأن الاضطراب الاجتماعي هو أبرز ملامح النرجسية للعينة التي تم وضعها تحت الفحص.

¹ عبد الرحمن ابن إبراهيم الشاعر، مرجع سبق ذكره، ص: 70.

² حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، د.ط، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص: 47.

كما أشارت دراسة علمية حديثة أجراها باحثون بجامعة كمبريدج البريطانية أن استخدام الفيسبوك وتويتر يتسبب في الإصابة بالضغط العصبي الشديد للأشخاص بمعدل واحد من بين كل ثلاثة أشخاص يستخدمون تكنولوجيا المعلومات الحديثة¹.

هذا ويوجه العديد من المحللين والنقاد النقد لوسائل الإعلام الاجتماعية على أساس أن التفاعلات الاجتماعية التي تتم عبرها تتسم بتعددية المراكز وتبادلها، فهذه العلاقات لا مركز لها وكلها علاقات تخرج عن السيطرة، عدا أنها في معظمها تجمعات خفية مجهولة الهوية².

بالإضافة إلى ما ذكر فإن مواقع التواصل الاجتماعي لها تأثيرات أخرى تشمل:

1- تهديد القيم الاجتماعية والهوية الوطنية

يجزم الجميع أن التكنولوجيا الحديثة قد ساهمت في القضاء على أواصر الأخوة والعلاقات الأسرية، بعد أن صار أغلبية الأفراد يفضلون الجلوس أمام شاشة الحاسوب وأن يبحروا في العالم الافتراضي عوضاً عن الجلسات العائلية بين أفراد الأسرة الواحدة، وبالتالي نحن نتواصل بالوسائل ذاتها التي تضعف الاتصال، إنها المفارقة التي نحن غارقون فيها، فنحن نظن أن مواقع التواصل الاجتماعي قد وجدت لتحد من المسافات والحال أنها تهدد العلاقات الاجتماعية.

ثم بعد أن كانت العائلة هي النواة الأولى للمجتمع تليها المدرسة، تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى منافس لهذين الطرفين.

أما فيما يتعلق بالهوية فقد ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إختراع لغة جديدة للتواصل، فنادراً ما يجد شخصاً عادياً يتواصل بلغة عربية سليمة، بل إن أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي يتواصلون بلغتهم المحلية، بل إنهم يكتبون العربية بالأحرف اللاتينية وبالأرقام التي أضمن لها معنى، وهذه اللغة الجديدة باتت متعارف عليها بين أفراد المجتمع الواحد لاسيما مع تدني مستوى الأفراد في تمكنهم من اللغات³.

2- الترويج للإشاعات عبر مواقع التواصل الاجتماعي

تنتشر الكثير من الشائعات والأخبار المزيفة عبر هذه المواقع حتى أصبحت لدى البعض بمثابة حقائق دامغة، وتعتبر موقعا خصبا لتغلغلها وانتشارها بحكم استخدام الكثير لها بكثافة وعدم وجود سيطرة

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص: 411.

² حمدي بشير، مرجع سبق ذكره، ص: 48.

³ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 74-75.

عليها أو رقابة، إذ أصبحت سلاحا عصريا فاعلا في تغطية الأزمات بكل أشكالها بحكم انتشارها وسرعة نقلها للأخبار.

فالأخبار المزيفة تحدث عندما تلتقط عشرات من المدونات والصفحات كذبة متعمدة، وتعيد إرسالها مئات المواقع وتنتشر على آلاف من حسابات وسائل التواصل الاجتماعي ويقراها مئات الآلاف، فتصبح أخبار ملفقة على نحو فعال¹.

وبشكل ذلك آثار سلبية على ثقة الجمهور، حيث تشير نتائج بعض الدراسات الحديثة إلى تأثير مصداقية شبكات التواصل الاجتماعي لدى الجمهور، نتيجة أن أي شخص بإمكانه مشاركة معلومات غير دقيقة تفتقر إلى الرقابة التحريرية، وبالتالي تنتشر الإشاعة والتضليل لدى الرأي العام.

في دراسة لهناء فاروق سنة 2015 حول مصداقية مواقع التواصل الاجتماعي كمصادر للأخبار لدى الصحفيين المصريين، خلصت إلى أن الصحفيين الذين لا يستخدمون وسائل الإعلام الاجتماعية لأغراض صحفية راجع إلى انعدام الثقة 40% وغياب المصادر المهنية% وأخيرا مبالغة الأخبار واعتمادها على الأدوات الدعائية بنسبة 20%².

5.2. مواقع التواصل الاجتماعي والعمل الإعلامي

لاشك أن مواقع التواصل الاجتماعي قد مثلت جسورا أصلية ليس فقط بين الأفراد العاديين المستعملين لها، ولكن حتى بين وسائل الإعلام وجماهيرها، وبذلك قد ساعدت وسائل الإعلام التقليدية على أداء رسالتها المتمثلة في إعلام الجمهور وتلبية رغباته.

ولعل استجابة مواقع التواصل الاجتماعي لرغبات الأفراد واهتماماتهم ولاسيما الشباب هو ما جعلها تحقق نجاحا ملحوظا في وسط بيئة إعلامية تعج بالقنوات الفضائية والإذاعية والجرائد والمواقع الإلكترونية... إلخ، وهو ما دفع وسائل الإعلام إلى التعاطي بإيجابية مع هذه المواقع التواصلية الجديدة في سبيل جعل تغطيتها شاملة على مدار الساعة، لهذا فقد وجد الكثير من الصحفيين أنفسهم مضطرين لتبني هذه الفضاءات التواصلية الجديدة، وقد أدى هذا الإقبال على مواقع التواصل الاجتماعي من طرف

¹ عمرو محمد عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص ص: 159 و164.

² المرجع نفسه، ص ص: 159 و184.

الإعلاميين إلى بروز عدة تساؤلات وإشكالات حول تأثير هذا الاستخدام على قطاع الإعلام، وتبرز العلاقة بين الإعلام وهذه الشبكات الاجتماعية في ما يلي:

1.5.2. مجالات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الصحفيين

أ. الحصول على الأخبار والمعلومات

بالنسبة للصحفيين المحترفين فإن هذه الوسائط تعتبر نقطة بداية ممتازة لتطوير الأخبار الصحفية والبحث عن أبطال محتملين لنصوص تثير الاهتمام من الناحية الإنسانية، لهذا فلم تتأخر مؤسسات إعلامية مثل صحيفة نيويورك تايمز أو شبكة CNN في استعمال التويتر، واستخدامه لمتابعة الاتجاهات وتطوير الأخبار والعناوين الرئيسية إلى متابعيها، وتملك صفحة نيويورك تايمز على التويتر 300000 متابع، ويمكن أيضا للمرسلين جعل الجمهور يطلع على ما يجري أول بأول بدلا من التقيد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى¹.

ب. الحصول على المضامين الإعلامية (تسجيلات، فيديوهات...)

الكثير من الإعلاميين في القنوات التلفزيونية يعرضون برامج تعتمد على تسجيلات وفيديوهات نشرت عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف أشكال هذه البرامج من قناة إلى أخرى، فمنها ما يقدم تسجيلات ويعلق عليها، ومنها ما يستخدمها في نشرات الأخبار لتكملة مادية إعلامية أو خبر ما.

ت. التواصل مع الجمهور

من أكثر الغايات التي يستعمل لأجلها الصحفيون مواقع التواصل الاجتماعي التواصل مع الجماهير والأفراد والتفاعل معهم ومناقشتهم حول مختلف المواضيع، ولاسيما تلك المتعلقة بالبرامج والمواد التي تعرضها هذه الوسائل الإعلامية.

ومن المعروف أن وسائل الإعلام التقليدية كان ينقصها ميزة التفاعل مع الجمهور، لذلك فهذه المواقع وفرت هذه الميزة للإعلام التقليدي، فأصبح بإمكان الصحفيين التواصل مع جمهورهم، ومعرفة تطلعاته ورغباته واهتماماته المختلفة، وهذا ما يسمح لهم بتكوين نظرة شاملة ومتكاملة على آراء الجمهور حيال ما يقدم له من برامج ومضامين، فيمكنها من خلال ذلك إجراء التعديلات وتصحيح أخطائها.

¹ حسنين شفيق، الإعلام الجديد: تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، الطبعة الأولى، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص ص: 209-210.

ث. التهرب من الرقابة والمضايقات

فالكثير من الصحفيين يمنعون من نشر مواد إعلامية وبرامج في مؤسساتهم الإعلامية وذلك لأسباب مختلفة، وهو ما يدفعهم إلى الاعتماد على مواقع التواصل لنشر هذه المواد الإعلامية الممنوعة لتجنب الضغوطات¹ ومن فوائدها أيضا بالنسبة للصحفيين:

- التنوع: من خلال النفاذ إلى تنوع واسع من الآراء بكل حرية.
- قدرة الصحفيين على إتاحة أخبار حصرية وجديدة تعزز من صورة ومكانة الصحفيين باعتبارهم مزودين للأخبار news providers
- تعزيز القدرة على إضفاء البعد الإنساني على قصة إخبارية ما
- الاطلاع على أعمال الصحفيين الآخرين (الزملاء)
- إثارة النقاشات العامة حول مواضيع مخصوصة²

2.5.2. أهم مواقع التواصل الاجتماعي المستخدمة في العمل الإعلامي

سنقوم بالتركيز على ثلاث من أبرز وأشهر مواقع التواصل الاجتماعي في علاقتها بالعمل الإعلامي:

1) **فيسبوك والعمل الإعلامي:** في الإطار الإعلامي يمكن الاستفادة من فيسبوك من خلال ثلاث وظائف:

الأولى: أنه وسيلة لزيادة مساحة انتشار المادة الإعلامية المنقولة إليه من وسائل أخرى، وفي هذا السياق تعيد وسائل إعلامية نشر موادها المقروءة والمرئية والمسموعة على صفحاتها على هذا الموقع، بالإضافة إلى قيام بعض كتاب الرأي بإعادة نشر مقالاتهم على صفحاتهم الخاصة وكذلك الأمر بالنسبة إلى القائمين على برامج تلفزيونية وإذاعية.

الثانية: أن عددا من الجهات العامة والخاصة والشخصيات لهم صفحات على الفيسبوك الأمر الذي يوفر للصحفيين الحصول على أحدث المعلومات عن هؤلاء وعن نشاطاتهم الجديدة فضلا عن إمكانية التواصل معهم وتوجيه استفسارات لهم وإجراء حوارات معهم، الأمر الذي قد يتحول إلى مادة إعلامية منشورة.

¹ اتحاذ إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص: 94.

² الصادق الحمامي، الصحافة في عصر الميديا الاجتماعية، تاريخ الإطلاع 2019.10.16، الساعة 15:56، الرابط <http://www.ministerecommunication.gov.dz/sites/default/files/Conf%C3%A9rence%20Dr%20Hammami.pdf>

أما الوظيفة الثالثة فهي أن فيسبوك يتيح المجال لإنشاء صفحات تجمع المهتمين بأي شأن مشترك بما يجعله بمثابة نقطة التقاء افتراضية تتجاوز حدود الإدارة المؤسسية، وقد يكتفي هؤلاء بالتعبير عن حجم التأييد أو المعارضة وقد يتعدى ذلك إلى سلوك ميداني.

وبالنظر إلى المعدل الكبير لانتشار هذا التطبيق يمكن فهم ارتفاع سقف التوقعات لدوره في دعم الممارسة الإعلامية¹.

وفي هذا السياق أعلنت شركة فيسبوك عن انطلاق خدمة جديدة خاصة بالصحفيين باسم News Wire، هذه الخدمة كما يدل إسمها "شريط الأخبار" يقوم بنشر تحديثات فورية من مصادر متعددة للأخبار مباشرة فور حصولها، وقد قامت فيسبوك بإبرام شراكة مع وكالة الأنباء الرائدة في مجال اكتشاف وتأكيد صحة الأخبار في الفضاء الإلكتروني (Story ful) لتزويد "نيوز واير" بأخبار دقيقة ومؤكدة تتمحور حول الأخبار العاجلة و الترفيه والطقس والرياضة، والأخبار التي تنشر بشكل واسع من قبل أشخاص يكونون واجهة أهم الأحداث في العالم.

يقول "أندي ميشيل" مدير الأخبار والعلاقات الإعلامية في فيسبوك في تدوينة على الموقع أن صفحة «News wire» ستقوم بجمع ونشر محتوى صالح للاستعمال الإخباري ويعبر "ميشيل" أن الأخبار أصبح لها جمهور كبير على فيسبوك حيث يمكن للصحفيين استخدامه في تقاريرهم².

كما تتيح شبكة فيسبوك للصحفيين فرصة الاتصال بزملاتهم حول العالم وقد أنشأ Poynter online مجموعة على شبكة فيسبوك باسم "الصحفيون والفيسبوك" عندما أدركوا أنهم قد صادقوا صحفيين كثر من أماكن مختلفة، وتضم المجموعة المذكورة حالياً أكثر من 12000 عضو يتعاون في مجال التعليم على شبكة فيسبوك وطريقة استخدامها لمنفعتهم الخاصة.

في وسع الصحفيين كذلك أن يستخدموا فيسبوك للإعلان عن عملهم بواسطة تطعيم مقالاتهم بالوصلات الإلكترونية، وهناك طريقة يستطيع الصحفيون فيها الترويج لأنفسهم بشكل أكثر حكمة، وذلك بواسطة إنشاء مجموعاتهم الخاصة بهم ووضعها أمام جميع المستخدمين المهنيين.

وقد نشر "جو جديم"، الكاتب في الموقع الإلكتروني لمعهد "بوبنتر" للتدريب الصحفي مجموعة من النصائح حول أفضل الطرق لاستخدام الصحفيين لموقع فيسبوك وقد ركزت النصائح على نقاط أهمها: من

¹ سعد بن محارب المحارب، مرجع سبق ذكره، ص ص: 116-117.

² بويكر بوعزيز، مرجع سبق ذكره، ص: 200.

يجب أن يضيف إلى قائمة الأصدقاء، وما هي الوسيلة الأفضل لإرسال الرسائل الإلكترونية: عن طريق الفيسبوك أم البريد الإلكتروني عند التعامل مع المصادر¹.

(2) تويتر والعمل الإعلامي

من الممكن فهم تويتر كبيئة للأخبار حيث تكون فيه الأخبار حاضرة بشكل دائم، ويتضمن ذلك كلا من الصحفيين المحترفين والصحفيين المواطنين الذين يقومون بتغطية الأخبار في المدن والقرى والبلاد التي يسكنون فيها، وبالمثل تكون الأخبار حاضرة على مستوى عال من خلال إعادة نشر الأخبار من خلال روابط تويتر.

ومن خلال الأنماط الحديثة للصحافة التي تستخدم تويتر كوسيط، ربما يقوم هذا الوسيط بتغيير المعايير الصحفية، بما في ذلك شفافية الممارسة الصحفية ودور أكبر للصحفيين في الإشراف على إصدار الأخبار، فمظهر هام من مظاهر تويتر هو وظيفته كموقع يحتوي على الأخبار المحيطة بنا كمساحة حيث تكون الأخبار دائمة².

إن تويتر قد أنتج صحفيين أكثر حرية في التعبير عن آرائهم، وهو السلوك الذي يشكل تحدياً مباشراً كمعيار لعدم التحيز والحيادية، وفي نفس الوقت اكتسبت البيئة المحيطة للأخبار على تويتر دوراً تقييمياً متزايداً على وسائل الإعلام التقليدية، حيث يجب على الصحفيين على تويتر أن يحافظوا على ثقة القراء، كما يمكن لهذا الوسيط أن يجعل الممارسات الصحفية أكثر سهولة حيث يقوم الصحفيون بدعوة مستخدمي تويتر للمشاركة في عملية إنتاج الأخبار، وذلك عن طريق إظهار ردود الأفعال على مقال ما أو بإعادة نشر أو تغريد الرسائل التي يعتقدون أنها ذات صلة بخبر ما³.

كما أن حسابات الشخصيات العامة والمشاهير على تويتر مصدراً للمعلومات تستفيد منه وسائل الإعلام، وكذلك نشاط المدونين على حساباتهم في تغطية أحداث يتعذر على وسائل الإعلام بلوغها ويمكن أخذ العديد من الأمثلة، ولعل منها خاصة ما يتعلق بقضايا الشأن العام، فوزيرة العدل الفرنسية (كريستين توبييرا) أعلنت استقالتهَا سنة 2016 من حكومة (فرانسوا هولاند) على حسابها بتويتر، وكثيرة هي الأخبار

¹ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص: 213.

² ديجرا ميرثي، تويتر: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، ترجمة محمد عبد الحميد، د.ط، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص ص: 75-76.

³ المرجع نفسه، ص ص: 80-81.

التي بات يلقي بها قادة الشأن العام على شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا المعطى يجعلنا نقر أن وسائل الإعلام التقليدية غدت أمام حقيقة مفادها أنها لم تعد هي المحمل الوحيد لنشر الأخبار وتداولها¹.

يطرح "بيترسون" المؤسس المشارك في إنشاء تويتر، هذه الأداة بوصفها نقطة بداية ممتازة لتطوير الأخبار الصحفية، والبحث عن أبطال محتملين لنصوص تبين الاهتمام من الناحية الإنسانية، فالخبر الذي نقله الطالب "جيمس بوك" في جامعة "بيركلي" احتل العناوين الرئيسية عام 2008 عندما أرسل تحديث بعنوان "مقبوض علي" ساعة اعتقاله خلال نشاط احتجاجي في مصر، ولم تتأخر منظمات إخبارية كبرى مثل صحيفة النيويورك تايمز أو شبكة CNN في استعمال تويتر واستخدامه لمتابعة الاتجاهات، وتطوير الأخبار وإرسال التحديثات الإخبارية الآنية والعناوين الرئيسية إلى متابعيها².

(3) **يوتيوب والعمل الإعلامي:** إن العلاقة بين مواقع الفيديو التشاركي على شبكة الإنترنت وعلى رأسها اليوتيوب وبين المؤسسات الإعلامية أخذت ثلاث مراحل: الأولى: اعتراض ورفض لها ثم منافسة وأخيرا تواصل واستفادة منها.

ومن أبرز الأمثلة على هذا الشكل في توظيف موقع يوتيوب من طرف المؤسسات الإعلامية الإجراء الذي تبنته مؤسسة CNN خلال الانتخابات الرئاسية في الولايات المتحدة الأمريكية عام 2008 بتوظيف "يوتيوب" خصيصا لاحتياجات التسويق السياسي التي فرضتها تلك الفترة.

وقامت CNN ببث مقاطع تتضمن النقاشات والحوارات السياسية المتلفزة Televised debates على هذا الموقع، وهو الأمر الذي أظهر بعد ذلك كثافة استخدام الأمريكيين لمواقع الفيديو التشاركي كمصدر لمتابعة الموضوعات والقضايا السياسية.

ومع بروز مواد الفيديو كما يقدمها أفراد من الجمهور، بدأت المؤسسات الإعلامية تسعى جاهدة للتفكير في آلية للتواصل المباشر مع هؤلاء "المراسلين الجدد" من أفراد الجمهور الذي يسجلون الأحداث ويبثونها عبر مواقع الفيديو التشاركي، لتتمكن من توظيف هذه المواد المصورة في عملها الإعلامي، وهذا من

¹ جمال الزرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، مارس 2017، ص: 16.

² سعد بن محارب المحارب، مرجع سبق ذكره، ص: 120.

شأنه أن يساهم في تشكيل قاعدة من الجمهور الأكثر وعياً وإماماً بالقضايا المجتمعية والمشارك في صناعة الأخبار والمحتوى¹.

كما أن أغلب الدراسات المتصلة بالإعلام الجديد ومنها ما يتعلق باستعمالات الفيديو تشير إلى أن 70 % من الزيارات على الإنترنت ستكون من نصيب محتوى الفيديو وذلك في أفق 2021، وأن السيطرة ستعود إلى منصة موقع "اليوتيوب" الذي يستهلك ما بين 50 و 70 % من مجموع المشاهدات على الهواتف الذكية².

3.5.2. مواقع التواصل الاجتماعي والصحافة التقليدية

تعتمد الصحف على الشبكات الاجتماعية لاستقاء الأخبار والتواصل مع الجمهور وهو ما يمكنها من التعرف على اهتماماته وإجراء التعديلات فيما تقدمه للجمهور، فضلاً عن الترويج لمضامينها إلى جانب تحسين تغطيتها لمختلف الأحداث لعدم تقيدها بالوقت والمساحة، فعادة ما تكتب الأخبار كملخص مع رابط لنسخة مسبقة أو قصص مشابهة، ناهيك عن النشر الفوري للأخبار الأرشيف الذي يجعل الأخبار متاحة في أي وقت.

وفي دراسة حول الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية توصلت إلى أن غالبية الصحف الورقية الإقليمية مهتمة بإنشاء صفحات لها على الشبكات الاجتماعية ارتباطاً بما تواجه من مشاكل تراجع التوزيع وعدم التواصل مع الجمهور.

وتستخدم الصحف الورقية الشبكات الاجتماعية كأداة لنشر الأخبار العاجلة للحفاظ على سمعتها في السوق وأسبقيتها في نشر الأخبار، والترويج للمؤسسة الصحفية، والوصول لمجتمعات جديدة ودفعها لمتابعة نسختها الورقية للحصول على صدى فوري لما تنشره.

وعموماً لا توجد لدى الصحف الورقية استراتيجية محددة لتوظيف الشبكات الاجتماعية إذ أنها تستخدمها لنشر عناوين الأخبار فقط، دون الاستفادة من الأشكال التفاعلية التي توفرها الشبكات نظراً لنقص عدد الصحفيين الخبراء في استخدام الشبكات، ونقص الأموال المتوفرة لتدريب الصحفيين أو توظيف كوادر جديدة.

¹ مها عبد المجيد صلاح، مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، المؤتمر العربي الأول بعنوان الصحافة الإلكترونية: مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 27-29 نوفمبر 2010، ص: 22.

² جمال الزرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مرجع سبق ذكره، ص: 14.

هذا وتهتم صفحات الصحف الورقية على الشبكات الاجتماعية بالبعد الإنساني في الأخبار كأخبار الجرائم والعنف وقضايا المحاكم، يليها أنشطة النوادي الاجتماعية والأحداث الثقافية المحلية، ثم القضايا المتعلقة بالصحة والرياضة والتعليم، بينما الأخبار السياسية والاقتصادية قليلة جداً، فالمنشورات التي تحظى بأفضلية لدى القراء تحدد أولويات النشر لدى الصحف¹.

ومن جهة أخرى فإن صحافة المواطن عبر هذه الشبكات يمكن أن تمثل جسراً إعلامياً يربط بين وسائل الإعلام التقليدية وهذه التطبيقات التي تسمح بمشاركة الجمهور، لذا على الصحافيين أن يستفيدوا من هذا الشكل الجديد في الإعلام، لأن ثقافتهم ستزداد عمقا نحو عدد كبير من الموضوعات والقضايا، لأن الفرصة ستكون متاحة للتعرف على حوارات الناس وهمومهم واتجاهاتهم وأفكارهم.

لهذا قامت بعض المؤسسات بإدماج جهود المواطنين الذين يمتلكون مواقع وخدمات إخبارية وإعلامية ضمن عملها، وعلى سبيل المثال تبنت صحيفة (Le Monde) الفرنسية النموذج نفسه، حيث فتحت موقعها الإلكتروني للجمهور وذلك ضمن الباب المخصص لأعمدة الرأي التي يكتبها الصحفيون، وقد حصل الأمر ذاته مع صحيفة (El Pais) الإسبانية و (Guardian) البريطانية اللتين اعتمدتا على بعض المعايير في تمكين بعض المدونات من الحضور على منصتيهما الإلكترونيتين مثل الالتزام ببعض قواعد النشر الأساسية².

4.5.2. مواقع التواصل الاجتماعي والتلفزيون

من خلال متابعة دور شبكات التواصل الاجتماعي أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية بين "بارك أوباما" و "ميت رومني" وبعدها مع "هيلاري كلينتون" و"دونالد ترامب" سنة 2016، أو مع ثورات الربيع العربي منذ 2011، فإن شبكات التواصل الاجتماعي قد تجاوزت كونها مجرد ظاهرة في شبكة الإنترنت، فقد غيرت هذه الشبكات علاقتنا بالتلفزيون وتمثلت لنا له، لقد أصبحت علاقتنا بالتلفزيون خاضعة اليوم إلى التفاعل الحيني والفوري من خلال التعليق.

يمكن القول أن الهيئة التي ظهرت بها قناة الجزيرة في عيدها العشرون سنة 2016 تعتبر أكبر إستجابة لحتمية شبكات التواصل الاجتماعي وكيف بات على التلفزيون أن يطوع نفسه مع مزايا النشر

¹ شيرين محمد كدواني وشريهان محمد توفيق، الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولين الاجتماعية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثاني والعشرين للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، طنجة، المغرب، 24-21 أكتوبر 2017، ص ص: 11-12.

² اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 97-99.

الفوري، هذا وقد أظهرت بعض المؤشرات أن قناة الجزيرة الفضائية تحولت إلى أكثر القنوات الفضائية العربية متابعة على شبكات التواصل الاجتماعي محققة في شهر نوفمبر 2016 متابعة أكثر من 20 مليون شخص¹.

ويعتمد التلفزيون هو الآخر على مضامين صحافة المواطن، ونذكر في ذلك قنوات عديدة مثل France 24، العربية، روسيا اليوم.

وقامت في 2003 قناة BBC بإطلاق مشروع يمكن اعتباره كمحاولة لإحياء صحافة المواطن (I Can)، هذا المشروع يهدف إلى تجهيز الجماهير ببعض الرسائل للنشاط والنضال السياسي، ويقوم الفريق التقني القائم على المشروع ببعض التنقيح والتنقية خاصة للمعلومات غير الدقيقة، وقد تم بعث هذا المشروع في خمس مناطق هامة ترغب في الحصول على تغطية لها، وبهذا المشروع فإن BBC لا تقوم فقط بصناعة أخبارها ومحتواها الإعلامي وإنما تمكن الجمهور من صناعة وبث محتواه وأخباره بنفسه. وأطلقت قناة الجزيرة أيضا خدمة (Aljazeera Talk) وخدمة "شارك" في نوفمبر 2008 اللتين تمكنان أفراد الجمهور من إنتاج مضامين إعلامية، كما بادرت قناة العربية قبل ذلك بفترة إلى بعث "منتدى الفيديو"، لتمكين مستخدم موقعها من أن يصبح مراسلا تلفزيونيا في موقع الحدث الذي يتصادف وجوده فيه. وبالتالي نجد اليوم العديد من وسائل الإعلام التي صممت وامتلكت تطبيقات صحافة المواطن التفاعلية، وغدت تخصص بعض صحفيتها وجزء من موظفيها لتأطير وتنظيم وغرلة المضامين التي تتحصل عليها من جمهور المتلقين مثل الـ BBC التي لديها حوالي 12 صحفيا ينظمون مساهمات الأفراد ومضامينهم.

بالإضافة إلى أن هناك الكثير من الصحفيين المحترفين المنتمين إلى مؤسسات إعلامية يقومون بإنشاء مدونات خاصة بهم أو مواقع شخصية لبث تسجيلات الفيديو، وصفحات شخصية عبر مواقع التشبيك الاجتماعي، فالكثير من هؤلاء الصحفيين المدونين يرغبون في نشر أفكارهم وآراءهم دون أي وساطة أو تدخل من هيئة التحرير، فمنهم من تخلى تماما عن العمل في مؤسسته ليفتح موقعا خاصا به، ومنهم من يساهم فيها بشكل مواز لنشاطه الصحفي في مؤسسته الأم.

¹ جمال الزرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مرجع سبق ذكره، ص: 15.

وفي الجزائر أيضا سعت مختلف وسائل الاعلام بكافة أشكالها المكتوبة والسمعية البصرية إلى التواجد على شبكات التواصل الاجتماعي.

والجدول التالي يوضح تواجد مختلف الصحف الإلكترونية في الجزائر على هذه الشبكات:

جدول رقم (4) يوضح الأصول الرقمية للصحف الإلكترونية في الجزائر

الوسيط	النسبة المئوية
تويتر	100
فيسبوك	100
يوتيوب	67
RSS	100
Google +	67

المصدر: مركز الإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص:17.

5.5.2. انعكاسات استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي على قطاع الإعلام

من المنطقي أن يكون لكل تقنية أو تطبيق اتصالي جديد نتائج معينة، ولا شك أن هذه النتائج يمكن أن تكون إيجابية أو سلبية، فبالنسبة للنتائج الإيجابية فتمثلت أساسا فيما تم ذكره من مزايا توفرها شبكات التواصل الاجتماعي للصحفيين والإعلام بكافة أشكاله، لكن لها من السلبيات ما قد يؤثر على الإعلام أهمها:

1. تكاسل الصحفيين وعدم الانتقال إلى موقع الحدث: أصبح الكثير من الصحفيين اليوم يعتمدون اعتمادا شبة كلي على ما تقدمه شبكة الإنترنت من أخبار ومعلومات دون النزول لموقع الحدث والتحقق من مدى صحتها ودقتها.
2. انتشار الشائعات والمعلومات الكاذبة: أدى استعمال الكثير من الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار إلى انتشار العديد من الأكاذيب والشائعات وذلك بسبب تناقل وسائل الإعلام مضامين غير موثوقة المصدر ومشكوك في مصداقيتها.

3. تراجع مصداقية وسائل الإعلام لدى الجمهور: لا شك أن هذين العاملين السابق ذكرهما يسهمان بشكل كبير في تراجع مصداقية الإعلام لدى الجمهور، الذي يتولد لديه شك بخصوص ما تنقله وسائل الإعلام من أخبار ومضامين وتسجيلات¹.

3. المدونات

1.3 نبذة تعريفية وتاريخية للمدونة

إن المدونة تعد مساحة شخصية يكتب فيها المدون ما يشاء، ويعدها البعض بمثابة مذكرات يومية تعمل مثل الصحيفة الإلكترونية، إلا أنها تتعلق بشخص واحد وهو صاحب المدونة².

وتعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفويا وواعيا عن تقلص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيدا لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من الإعلام الإلكتروني³.

وهي في أبسط تعريفاتها صفحة عنكبوتية تشتمل على تدوينات Posts مختصرة مؤرخة ومرتببة زمنيا وبصورة تفصيلية، تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى⁴، وهي بالإنجليزية (blog) وهي نحت من كلمتي log وweb بمعنى سجل الشبكة، يتضمن آلية لأرشفة المدخلات القديمة وتمكن المدونات المستخدم من نشر ما يريد على الإنترنت مع إمكانية حفظ ما ينشر بطريقة منظمة يمكن الرجوع إليها، ويتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة.

ويطلق إسم مدونة على موقع يقوم شخص ما بتكوينه، الذي يتيح نشر كل ما يتوارد إلى الذهن من أفكار وآراء، فضلا عن رزنامة من الأحداث والسيرة الذاتية والرأي على صفحة إلكترونية، تتخذ شكل حديث من الكتابة الصحفية الافتراضية للتجارب الشخصية، المناقشات والحوارات حول تفاصيل الحياة اليومية الثقافية الدينية والاجتماعية والسياسية الفردية أو الجماعية، كما يمكن للمدونة تحميل الصور والمقاطع الفيديوية والتسجيلات الصوتية.

وبالنسبة لظهور المدونات يمكن تقسيم ذلك إلى ثلاثة مراحل:

¹ اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص: 103-106.

² يعقوب محمد الحارثي، المسؤولية المدنية عن النشر الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 23.

³ جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، 2007، ص: 168.

⁴ ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص: 343.

المرحلة الأولى: انطلقت المدونات في منتصف التسعينات من القرن العشرين مع المدون الأمريكي " جورج بارغر" في 1994، مع موقع: "دارج ريبورت" وهو من كان وراء نشر فضيحة " مونيكا لفسكي" السكرتيرة الخاصة بالرئيس الأمريكي بيل كلنتون سنة 1994.

المرحلة الثانية: أو الميلاد الحقيقي للمدونات وكان ذلك بعد أحداث 11 سبتمبر أين دخل الصحفيون معترك التدوين، كما أن الغزو على العراق سنة 2003 سبب آخر في انتشار المدونات حيث أطلق عليها البعض إسم "مدونات الحرب العنصرية".

المرحلة الثالثة: هي مرحلة النضج ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من عام 2004، تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية، فقد بدأت تظهر مجموعة مميزة على شبكة الإنترنت تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية ومواقع الدردشة، بها وصلات مشتركة استطاعت أن تقرض نفسها لتتكاثر بسرعة ملفتة، وتشير إحصائيات 2006 إلى وجود أكثر من 5 مليون مدونة في العالم¹.

ويشهد العالم ظهور مدونة جديدة كل 1.4 ثانية بمعنى 84 مدونة في الدقيقة يوميا و121 ألف مدونة متنوعة في مختلف المجالات، كما أن رؤساء ودول وشخصيات مشهورة لها مدونات بالتساوي مع الأشخاص العاديين دون تمييز، الأمر الذي يعد تجسيدا حقيقيا لديمقراطية الاتصال، حيث أصبح بإمكان كل فرد استخدام المدونات الشخصية دون سلطة الرقيب، وساهم في ذلك وجود قوالب جاهزة تقدمها بعض المواقع بلا تكلفة وإمكانية فتحها بأسماء مستعارة².

فالمدونات كما يقول "جاي روسين" Jay Rosen بجامعة نيويورك "شكل شديد الديمقراطية من أشكال الصحافة"، وعلى مدونته Press Think والذي موقعا ضروريا بالنسبة لأي شخص يدرس تطور الصحافة.

2.3. مزايا المدونات

- لا تحتاج المدونات إلى تصريح للنشر
- تعتمد على مجهود شخصي حيث يصبح الفرد منتجا للمحتوى
- تسهم في تنمية الممارسة الديمقراطية بوجه عام

¹ علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، الطبعة الأولى، دار المعتز للنشر والتوزيع، 2017، ص: 224.

² ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، مرجع سبق ذكره، ص: 342-343.

- تدعم إمكانية تحول كل مواطن إلى صحفي يجمع الأخبار وينشرها¹
- أصبحت الصحافة مجال المحترفين ويتم أحيانا الترحيب بدخول الهواة فيها، بينها المدونة الإلكترونية هي مجال الهواة ويتم الترحيب بالمحترفين فيه
- تعد عوائق الدخول مرتفعة في الصحافة منذ منتصف القرن التاسع عشر، ومع المدونة الإلكترونية تكون حواجز الدخول منخفضة، فموقع التكاليف المطلوبة لكي تعمل المدونة الإلكترونية تم إغراقها في الإنترنت ذاتها.
- وحتى اليوم كانت المدونة وسيلة ذكية في بعض الظروف، ويجذب أصحاب المدونات عشرات الآلاف من الزوار يوميا.
- ولقد كانت إضافة الصوت ولقطات الفيديو والرسوم المتحركة والوسائط المتعددة الأخرى إلى مدونات الويب خطوة واضحة وبديهية، لكن هذه الوسائط استغرقت بعض الوقت لتصبح جزءا من طاقم أدوات كتابة المدونات².

وللمدونات عناصر رئيسية أبرزها:

- ✓ خادم مقدم للخدمة
- ✓ محرر للمدونة (المدون)
- ✓ عرض المحتويات بشكل زمني
- ✓ أرشيف لمحتويات المدونة
- ✓ إضافة تعليقات على محتوى المدونة

3.3. أنواع المدونات

- هناك أنواع مختلفة من المدونات والاختلاف ليس فقط في نوع المحتوى، ولكن أيضا في الطريقة التي يتم فيها تقديم وكتابة المحتوى، فهناك:
- مدونات الروابط التشعبية Linklog: تسمى Webblog تحتوي على العديد من الروابط التي يوصي بزيارتها صاحب المدونة.
 - مدونات المذكرات اليومية: تعتبر كدفتر ملاحظات يسجل فيها مالكها ما يدور حوله وما يفكر فيه.

¹ محمد مصطفى رفعت، مرجع سبق ذكره، ص: 230.

² دان جيلمور، الإعلام: أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع، ترجمة نفين نور الدين، د.ط، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010، ص ص: 65-67.

- مدونات المقالات: عبارة عن تعليقات واستعراض للأخبار والحوادث والتقارير¹.
- مدونات الصور Photoblog : تهتم بعرض الصور مثل التي يرى أصحابها أنها مهمة لزوار الموقع.
- بعض المدونات تركز على موضوع معين مثل المدونات السياسية، مدونات السفر، مدونات الأزياء، مدونات التعليم، وهناك أنواع شائعة مثل مدونات الفيديو وتسمى بـ Vlog.
- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي: هذه المدونات هي بمثابة موقع بث إذاعي يقدم مقاطع من برامج إذاعية قصيرة، يرى صاحب المدونة أنها مفيدة للمستمع الذي يرغب أن يستمع لها.
- المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث مرئي: تعتبر من أحدث ما توصلت إليه التدوينات الإلكترونية، فهي مماثلة إلى حد ما للبث الإذاعي لكن الاختلاف فيها أن تكون على شكل فيديو فيلم².
- وهناك مدونات عربية أبرزها مكتوب Maktoob ويعد مكتوب من أشهر مزودي الخدمة العرب، ومن أهم خصائصه: تصميمات جاهزة للمدونات يمكن الاختيار من بينها، إمكانية تعديل التصميم المختار مع نطاق فرعي للمدونة name.maktoob.com ولوحة تحكم عربية، نظام تسجيل باللغة العربية ونشر إعلانات صغيرة، وهناك مدونة جيران Jeeran وهو أحد مزودي الخدمة العرب، إلا أنه الأقل من حيث الإمكانيات المقدمة³.

4.3. المدونات والعمل الإعلامي

إن الصحفيين المحترفين أنفسهم يحتفظون بمدونات شخصية أو عامة ويستخدمونها لنشر تعليقاتهم عن القضايا والأحداث التي تجرى تغطيتها، كما يستخدمونها للحصول على ردود أفعال مباشرة من القراء فالعدد الكبير من المدونات المتاحة جعل من الصعب تجاهلها من قبل وسائل الإعلام السائدة⁴.

فمثلا فتحت صحيفة "إيلاف" الإلكترونية موقعها منذ 2008 لاستضافة مدونات الجمهور، تحت إسم "المدونات"، وقامت بتقسيمها إلى فئات على طريقة التبوبب الصحفي، أسمتها "أقسام المدونات".

¹ شروق سامي فوزي، تكنولوجيا الإعلام الحديث، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص:202.

² فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، الجندرية للنشر والتوزيع، 2015، ص:56.

³ المرجع نفسه.

⁴ باري جونتير وآخرون، الإعلام العربي في عالم مضطرب، د.ط، دار الشرق للطباعة والنشر، الدوحة، 2013، ص:297.

وهناك الكثير من الصحفيين المحترفين المنتمين إلى مؤسسات إعلامية يقومون بإنشاء مدونات خاصة بهم.

وعلى سبيل المثال قام "كرستوفر ليدون" وهو صحفي محترف بنشر الكثير من الحوارات الصحفية في مدونته، كذلك مع ما حدث مع Denton صحفي جريدة Financial Times المطبوعة الذي فتح مدونة خاصة به وتمكن من تحقيق مداخيل من خلال توجيه قرائه إلى موقع بيع الكتب المشهور «Amazon.com» وقد تمكن من استقطاب عددها من المعلنين.

فكثير من الصحفيين الذين قاموا بفتح مدونات شخصية خاصة بهم واجهوا صعوبات وعراقيل في مؤسساتهم مثل ما حصل مع صحفي قناة CNN الأمريكية أثناء حرب العراق « Steve Olafson » الذي تم عزله بسبب ما يكتب في المدونة وليس لمجرد فتحها، والشيء نفسه حدث مع المحرر Dennis Horgan الذي كان يعمل لصالح Hartfora courant والذي تم منعه من كتابة تعليقات في مدونته، وهذا ما دفع بالكثير منهم إلى تأسيس مدونات بأسماء مستعارة لتجنب الضغوطات¹.

بالإضافة إلى الأشكال الرئيسية السابقة يمكن أن نضيف أيضا:

- موسوعات الويكي

وهي عبارة عن مواقع ويب تسمح للمستخدمين بإضافة محتويات وتعديل الموجود منها، حيث تلعب دور قاعدة بيانات مشتركة أو جماعية.

وكلمة "الويكي" Wiki تعني نوعا بسيطا من قواعد البيانات التي تعمل في شبكة الإنترنت، تطورت عام 1995م، حيث قام كل من "وارد كينغهام" و "بوليوف" بإنشاء أول موقع ويكي وهو wikiwikiweb والذي شكل مجتمعا متعاوننا مفتوحا للجميع، حيث يمكن أن يشارك أي شخص في تطوير وزيادة محتويات الموقع، منذ ذلك الوقت وحتى اليوم ظهرت برامج "ويكي" كثيرة، واعتمدت الكثير من المواقع على هذه البرامج لتوسيع عملية المشاركة والتعاون في تطوير المحتويات، وأشهر هذه المواقع موقع Wikipédia وهي الموسوعة التي تضم ملايين المقالات بمعظم لغات العالم².

¹ اتحاذ اذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص:104.

² إبراهيم جابر السيد، الطرق الحديثة في الإعلام التجاري، د.ط، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص:74.

تعد "ويكيبيديا" أكبر برنامج "ويكي" عام ولكنها ليست الوحيدة على الإطلاق، فهناك برامج wiki تغطي السفر والطعام ومجموعة من الموضوعات المتنوعة الأخرى، ومن أفضل الأمثلة لبرنامج wiki كأداة تعاونية موقع WikiTravel الذي يضمن مجموعة متنوعة من وجهات النظر من شتى أنحاء العالم¹.

- منتديات الحوار

هي عبارة عن برامج خاصة تعمل على الموقع الإعلامي أو أي مواقع أخرى ذات طابع خاص أو عام على شبكة الإنترنت مثل المواقع المتخصصة، وتسمح بعرض الأفكار والآراء في القضايا أو الموضوعات المطروحة للمناقشة على الموقع، وإتاحة الفرصة للمستخدمين أو المشاركين في الرد عليها ومناقشتها فوراً دون قيود على المشاركين، باستثناء القيود التي يضعها المنتدى من خلال نظام الضبط والتحكم المقام على البرنامج.

وهي واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل بما يحقق للجميع إسماع أصواتهم، وتعود إلى حوالي 1995 وتمثل مرحلة انتقالية أو تطويرية من النشرات الإلكترونية، ومجموعات الأخبار التي سادت في الثمانينات وبداية التسعينات، لتخلق نوعاً من المجتمعات الافتراضية التي تدور غالباً حول موضوع معين أو مجموعة من الموضوعات².

¹ دان جيلمور، مرجع سبق ذكره، ص ص: 67-68.

² مراد كموش، مرجع سبق ذكره، ص ص: 201-202.

المطلب الثالث:

الأطر القانونية للإعلام الجديد

1. الأطر القانونية للإعلام الجديد عامة

إن النشر عبر الإنترنت ليس هو النشر في العالم المادي، حيث يتميز النشر في العالم الافتراضي بخاصية الحرية المطلقة غير المقيدة بإجراءات، سوى تلك التي تتعلق بذكر إسم النطاق Domain Name، ثم حجز المساحة اللازمة على الإنترنت لدى أحد مزودي الخدمات، وهذه متوافرة ولكن القيام بها بسهولة تامة من دون حاجة إلى أن يكون التاجير من قبل مزود خدمات وطني، بل يمكن القيام بحجز نطاق الإسم والمساحة المرغوب فيها من مزود دخول في دولة أخرى إن لزم الأمر، فلا يهم فيما إذا كان مزود الدخول في آخر العالم¹.

إن عملية تقنين الإعلام هي عملية تنظيم العلاقة بين مصادر الأخبار والصحفي والمؤسسة الإعلامية بحيث يلتزم كل الأطراف باحترام الرأي العام وتقديم الحقيقة للجمهور بدون مساومة أو استغلال، بالإضافة أيضا إلى علاقة المعلن والمؤسسة الإعلامية، ومع انتشار الإنترنت يشهد الفضاء الإعلامي تطورات كبيرة جدا وفي نفس الوقت تساؤلات حول حاجة هذا الفضاء إلى تقنين وفق مقومات موضوعية تتماشى مع المجتمع².

وما يشغل الإعلاميون في قضايا الإعلام الجديد هو هل ينطبق عليه ما ينطبق على الإعلام التقليدي فيما يخص ارتكاب الجرائم الناتجة عن النشر عند تناولها للسب أو القذف أو المساس بالنظام العام وغيرها، ذلك أن المواقع الإلكترونية والمدونات الموجودة على شبكة الإنترنت تتناول مواضيع حساسة وبجراً نادرة بحيث أعطت لحرية النشر مدلولاً جديداً.

ويرتبط بهذا بعض المشكلات تتعلق بـ:

– التنظيم القانوني للإنترنت: فالتنظيم القانوني للإنترنت يعد إحدى أهم التحديات التي تشغل بال فقهاء قانون الإعلام والاتصال على الصعيد العالمي، وثار هذه القضية اليوم أكثر لطبيعتها كوسيلة

¹ شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص: 119.

² محمد قيراط، مساعلة الضمير: الصناعة الإعلامية والانتقائية المنظمة، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص: 67.

عالمية تسمح بالاطلاع على الملايين من صفحات الويب مما يخلق تداعيات على صعيد حرية الرأي والتعبير وعلى الجانب التشريعي للإعلام.

- إنشاء الصحافة الإلكترونية: يطرح غياب الإطار القانوني لإنشاء وتأسيس الصحف الإلكترونية مسألة المساواة بين الصحف المكتوبة في صيغتها التقليدية ونظيرتها الإلكترونية، كما يطرح استعصاء تحديد من المسؤول عن مضمون مقال منشور على الإنترنت بشكل دقيق¹.

- تحول مواقع التواصل الاجتماعي إلى مكتب للنفايات من خلال القذف والتشهير والاعتداءات اللفظية والترويج لأفكار ومعتقدات هدامة تحت شعار حرية التعبير، الأمر الذي يتعارض مع المعايير المهنية والأعراف الأخلاقية التي عرف بها الإعلام التقليدي².

والملاحظ أن القوانين العربية وحتى الدولية لم تكن مهياً لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة، ولا يمكن أن تطبق على المواقع الإلكترونية لأنها ذات كينونة جديدة، فعلى الرغم من أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل إلا أن ظهور الإنترنت والإعلام الإلكتروني فرض واقعا مختلفا تماما ذلك أنه وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، لهذا وبسبب الميزات التي تحتويها هذه الوسيلة لا بد من إصدار تشريعات جديدة خاصة بها، لأن الرقابة التي تتم على المواقع الإلكترونية هي رقابة أمنية غير مسؤولة مثل حجم الموقع.

وفي الوقت الذي خصصت فيه الدول تشريعات وقوانين للتعامل مع وسائل الإعلام التقليدية بهدف تنظيمها ومراقبتها وإبقائها تحت السيطرة، فإن الوضع بخصوص وسائل الإعلام الجديد تختلف في هذا الشأن وذلك لصعوبة مواجهة هذا الطوفان الإلكتروني، كما أن الرقابة بالنسبة لهذه الوسائط في نظر الكثيرين انتهاك لحق التعبير والرأي³.

ويرى البعض أنه يجب على الدولة التدخل من أجل وضع تنظيم قانوني يضمن عدم التعدي على الحقوق والحريات الفردية، وأن لا تعتمد على نصوص قانون العقوبات التي هي أكثر غلظة وغموضا وعمومية، لهذا لا بد من الضروري إيجاد تنظيم قانوني شامل لجميع الجوانب المتعلقة بالإعلام الجديد لاسيما

¹ تحسين محمد شرادقة، المعايير والتشريعات الأخلاقية للإعلام الجديد، د.ط، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص 17-19.

² عمار طاهر، مرجع سبق ذكره، ص:9.

³ تحسين محمد شرادقة، المرجع السابق، ص:17-21.

تلك المتعلقة بالحقوق والحريات الأساسية للأفراد، وهو تنظيم يتسم بالشمولية من جانب والعالمية من جانب آخر مع مراعاة الاختلاف بين هذه الوسائل¹.

وهناك بعض الدول مثل فرنسا أقرت بعض الوسائل الرقابية التي يقوم بها موردو الخدمات الخاصة بالاتصالات الصوتية المرئية، التنظيم الذاتي لحماية المعلومات التي تمر بها عبر شبكة الإنترنت وحماية القصر ضد جرائم الاعتداء على الآداب العامة.

وفي مصر قامت نقابة الصحفيين الإلكترونيين على وضع مسودة مشروع قانون عرض على المجلس العسكري في مؤتمر الإعلام والتحدي والريادة، عقد في 8 جوان 2011 وصدرت عنه توصية تشدد على واجب تنظيم نشاط النشر الإلكتروني، وأكدت على حقوق وواجبات العاملين في مجال النشر الإلكتروني وضمان حماية الملكية الفكرية الإلكترونية للأشخاص².

2. الأطر القانونية للإعلام الجديد في الجزائر

يعتبر القانون العضوي المتعلق بالإعلام 2012 أول نص قانوني منظم لقطاع الإعلام في الجزائر، الذي يعترف بالإعلام الإلكتروني والصحافة الإلكترونية كوسيلة من الوسائل الإعلامية الحديثة، حيث خصص المشرع بابا كاملا خاصة بوسائل الإعلام الإلكترونية وذكر بصريح العبارة مصطلح: الصحافة الإلكترونية، وإن كان عدد المواد التي تضمنها لا يتعدى الستة مواد بدءا من المادة 67 الى 72.

ويعرفها قانون الإعلام 2012 حسب المادة 67: "خدمة اتصال مكتوب عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وتنتشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ويتحكم في محتواها الافتتاحي".

ونظم هذا القانون ممارسة نشاط الصحافة الإلكترونية من خلال المادة 71 حيث جاء فيها: يمارس نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الإنترنت في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا

¹ تحسين محمد شرادقة، مرجع سبق ذكره، ص:152.

² سناء مجالدي والوليد رفاص، أخلاقيات الإعلام الإلكتروني في الجزائر بين واقع الممارسة والضوابط المهنية، الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر: التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، 16-17 أكتوبر 2019. ص:15.

القانون حيث تنص المادة 2 على أنه يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار مجموعة من المبادئ مثل: الدستور وقوانين الجمهورية، متطلبات الدولة، النظام العام¹.... الخ.

أما بقية المواد فقد أتت بمصطلحات مختلفة كالإعلام الإلكتروني أو النشر عن طريق الصحافة الإلكترونية، حيث أدرج أحكام وحدود نشاطها مع بقية الوسائل الإعلامية الأخرى ما يثير الغموض، مثلا في المادة 75 الخاصة بتعريف الصحفي التي تنص على أن "الصحفي المحترف كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها ومعالجتها.....لحساب نشرية دورية أو وكالة أخبار أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الإنترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة مصدرا رئيسيا لدخله"².

لكن ورغم ما جاء به هذا القانون فإن الصحافة الإلكترونية في الجزائر لازالت تعاني من فراغ قانوني كبير، ذلك أن المواد التي أتى بها تعتبر ضعيفة وغير كافية أمام التهديد الكبير الذي يشكله الاستخدام الواسع للإعلام الجديد، كما أن الصحافة الإلكترونية لم تحظ بمواد مفصلة بل كإشارات فقط، ذلك أنها لازالت تعتمد على القوانين الخاصة بالصحافة التقليدية وبعض قوانين الإنترنت³

وفيما يخص مواقع التواصل الاجتماعي أو المدونات فليس هناك لحد الآن أي قانون واضح أو ميثاق شرف ينظم نشاط هذه المواقع أو حتى نشاط المؤسسات الإعلامية فيها، ما يجعل هذه الفضاءات الرقمية غير واضحة من حيث الأطر التنظيمية لها في الجزائر، وهذا بدوره قد ينعكس سلبا على أخلاقيات المهنة.

¹ زكريا عكا، التنظيم القانوني للممارسة الصحفية الإلكترونية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 3، العدد 4، ديسمبر 2018، ص ص: 177-179.

² سناء مجالدي والوليد رفاص، مرجع سبق ذكره، ص: 16.

³ محمد بركان، الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية، دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012، مجلة جيل حقوق الإنسان، العدد 23، أكتوبر 2017، ص: 52.

المبحث الثاني: الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد

المطلب الأول:

مدخل للأخلاق في مهنة الإعلام

1. خلفية تاريخية عن أخلاقيات الإعلام

بدأت تظهر بوادر الاهتمام بتدوين أخلاقيات العمل الإعلامي للمرة الأولى في بداية العشرينات من القرن العشرين، حيث تطور مفهوم أخلاقيات الإعلام وتطورت المواثيق الأخلاقية، حيث ظهرت في السويد عام 1916، ثم في فرنسا عام 1918¹.

واعتبر هذا المفهوم الأساس الذي تقوم عليه نظرية المسؤولية الاجتماعية، لهذا يرى الكثير من الباحثين والمهنيين في العالم الغربي أنه وسيلة لفرض القيود على حرية الصحافة، فالصحافة على مدى تاريخها امتلأت بالعديد من الأمثلة التي تتطلب البحث في نزاهة أعمالها الروتينية، إذ نشأ عبر الزمن إحساس بأن الصحافة عمل تجاري.

كما أنه في فترة الحربين العالميتين ظهر التفكير في تنظيم المهنة وتخصيص تدريس عال لها من أجل إعداد جيد لصحفي المستقبل، وتجدر الإشارة إلى أن في مرحلة ما بين الحربين كانت الأنظمة السياسية في أوروبا تخوض حرباً إعلامية في ما بينها، فكانت وسائل الإعلام أداة موجهة بامتياز تستعملها السلطات لترويج فكرها والتصدي للأطروحات المعادية، وهي المرحلة التي شهدت ظهور كتاب "تشاكوتين" عن اغتصاب الجماهير بواسطة الدعاية السياسية، وهو يعبر عن الدور الذي لعبته وسائل الإعلام عموماً في تلك المرحلة إذ كانت أداة الحرب النفسية بامتياز وامتداد للسلاح العسكري².

وازدادت أهمية تشكيل لجنة لبحث حرية الصحافة ومشكلاتها عام 1942 برئاسة البروفيسور Robert Maynard Hutchins رئيس جامعة شيكاغو، وضع تقرير عام 1947 بعنوان: "صحافة حرة ومسؤولة" التي أشارت إلى ضرورة وجود مسؤولية اجتماعية للصحافة، والتي ترتبط أساساً بمعايير أخلاقية

¹ وليد خلف الله محمد دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة، د.ط، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص:339.

² مركز "هرديو" لدعم التعبير الرقمي، أخلاقيات مبادئ العمل المهني والإعلامي، د.ط، القاهرة، 2016، ص:7.

تعمل على تحقيق التوازن بين حرية الصحافة وحرية المجتمع، وقد وجد هذا التوجه الجديد الذي نادى به لجنة هوتشينز صدى طيب في بلدان أوروبا الغربية¹.

ولقد بدأ الاهتمام بعلم أخلاقيات الإعلام يتصاعد بشكل كبير خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية خلال التسعينات، إذ أصبحت أخلاقيات الإعلام إحدى أهم المجالات في دراسات الاتصال خلال العقد الأخير بفعل عدة عوامل:

أ. تطور تكنولوجيا الاتصال وثورة المعلومات

إن طريق المعلومات السريع وما يوفره من إمكانيات تفاعلية سينتج تغيرات أساسية في طرق جمع الأخبار ونشرها، حيث ستظهر نوعية جديدة من الأخبار تسمى "بأخبار الطريق السريع"، مختلفة عن الشكل الحالي للأخبار، وسوف تتميز بمعلومات أكثر من مصادر أكثر، التفاعلية ونظام الوسائط المتعددة.

وبالتالي على الجيل الجديد من منتجي الأخبار أن يبذل جهداً أكبر في تصنيف المعلومات وتبويبها أكثر من جمعها، وبالتالي فإن الدور الجديد للصحفيين لن يكون هو دور حراس البوابات ولكن تسهيل الحصول على المعلومات، وهذا يثير الكثير من المشكلات والقضايا الأخلاقية.

وترتيباً على ذلك فإن تطوير طريق المعلومات السريع سوف يحمل معه تطورات كبيرة في العملية الديمقراطية وتحقيق حق الاتصال وتزايد الاختيارات المتنوعة أمام الجمهور، وهو ما يجعل السيادة لمستهلكي المعلومات الذين سيفرضون شروطهم على منتجي المعلومات، وهذا بدوره سيؤدي إلى تطوير الأخلاقيات الإعلامية.

وعلى هذا فإن الأخلاقيات أصبحت تشكل مشكلة ثقافية نتيجة عولمة التكنولوجيا، لهذا فإن هناك حاجة أساسية لنطاق عالمي جديد من القيم في الإعلام يؤكد على الذات الثقافية المحلية.

وتزيد الحاجة إلى تطوير علم أخلاقيات الإعلام بشكل يتعدى حدود النظريات الموجودة، فالتكنولوجيا أنتجت مشكلات أخلاقية عدة، إذ أنها زادت من القدرة على النقل الحي للأحداث من موقع

¹ مرعي مذكور، الصحافة: الإمكانيات - التجاوزات - الآفاق، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2013، ص: 160، بتصرف.

حدوثها إذ ليس هناك وقت للتأكد من صحة المعلومات أو دقتها في ظل المنافسة الشديدة بين وسائل الإعلام، وهذا كان له تأثير سلبي على المعايير الأخلاقية للتغطية الإخبارية¹.

ب. أزمة المصداقية

تعتبر ميزة الأنوية والسرعة في نقل وتغطية الأخبار والأحداث من أهم مزايا الاعتماد على الإنترنت كمصدر إخباري ومعلوماتي إلكتروني، والذي من شأنه التأثير على المضمون الإعلامي المقدم على مستوى الشبكة العنكبوتية لدى الجمهور، ما يجعله يفتقد للثقة.

فإشكالية المصداقية تمخضت عن:

3. تعدد مصادر المعلومات والكم المعلوماتي الهائل الذي تحتويه الإنترنت دون التأكد من مصدره
4. كون شبكة الإنترنت متاحة للجميع فإن كثيرا من المواقع الثقافية والاجتماعية هي في الحقيقة بؤر حقيقية لتسويق الأفكار والآراء ما يجعل أمر تمحيصها عسيرا على الإنسان ذو المؤهلات الفكرية المتواضعة.
5. سهولة تصفح المواقع الإلكترونية وعدم وجود الرقيب ما يجعل القائمين عليها أحرار في طرح آرائهم ومعالجتها².

ج. تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام

إن الاتجاه التجاري يقضي الجروح إلى الريح الاقتصادي على حساب نوعية الرسالة الإعلامية المقدمة للجمهور ومحاولة توجيه هذا المضمون لخدمة أهداف ضيقة تسعى جماعات المصالح الى تحقيقها على حساب الصالح العام والمسؤولية الاجتماعية، خاصة مع الإقبال الكبير للتجار والأثرياء للاستثمار في المشروعات الإعلامية وطغيان النزعة الربحية على الأهداف الأخرى.

ويتضح ذلك في نوع من الصحافة ظهرت في أوروبا والولايات المتحدة تعرف بـصحافة الرأي Advocacy Journalism أو الصحافة التي تعبر عن قضية أو وجهة نظر معينة، استخدمتها جماعات المصالح هذا النوع من الصحافة في التعبير عن اتجاهاتها السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية من أجل التأثير على الرأي العام، ويعتقد أنصار هذا النوع من الصحافة أنه من الصعوبة تحقيق الموضوعية.

¹ سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، الطبعة الثانية، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص: 25.

² وليدة حدادي، الاعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا الجديدة، د.ط، مركز الكتاب الجامعي، عمان، 2019، ص: 329. بتصرف

لذا لا عجب أن تكون وسائل الإعلام مليئة بالرسائل الجنسية أو مشاهد العنف أو العنصرية وغير ذلك¹.

ويظهر ذلك أيضا بالنسبة للإعلام الإلكتروني نتيجة صعوبة الموازنة بين الربح والتطوير في المحتوى، إذ أن هناك مواقع يكون تركيز القائمين على الموقع في إنتاج ما يزيد الربح من خدمات ليس لها علاقة بالمضمون التحريري، لذا لا يتم التركيز على إنتاج المواد التحريرية والإعلامية من مواقع ووكالات أنباء².

ولذلك فإن الأخلاقيات الإعلامية هي الوسيلة لضمان جودة المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام.

د. تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام

لقد كانت هناك معارضة واسعة من جانب وسائل الإعلام في الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا لإصدار موثيق أخلاقية خوفا من أن يستغل المحامون نصوص هذه الموثيق في إقناع القضاة والمحلفين بانتهاك وسائل الإعلام لهذه الموثيق، وأن المعايير الأخلاقية المحددة في هذه الموثيق يمكن أن تحول في أعين القضاة والمشرعين إلى معايير للسلوك تفرض على وسائل الإعلام.

وقد أعاقت هذه الرؤية عملية إصدار موثيق شرف لفترة طويلة من الزمن، حتى أن مجلس الصحافة البريطاني ظل يرفض فكرة إصدار ميثاق شرق منذ عام 1953 حتى عام 1992 ويكتفي بإصدار إعلانات مبادئ حول بعض القضايا الأخلاقية.

ولكن في التسعينات بدأت هناك تهديدات لوسائل الإعلام بإصدار قوانين تحمي حقوق الأفراد في الخصوصية، كما ظهرت هناك أصوات في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول تطالب بإصدار قوانين تحد من حرية الوسائل الإعلامية.

إن تطوير تنمية المبادئ الأخلاقية في مجال الإعلام يمكن أن يشكل وسيلة للدفاع عن الحرية وفتح آفاق جديدة لتحديد وظائف وسائل الإعلام ومسؤولياتها تجاه المجتمع، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى

¹ محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، الطبعة الأولى، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014، ص:48، ص:54-55.

² وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص:124، بتصرف

التوصل إلى مفهوم جديد للحرية يليق بإنسانية الإنسان، كما أن المواثيق الأخلاقية يمكن أن تشكل دعماً أخلاقيات للصحفيين الذين يتعرضون للتقييد من جانب النظام، ذلك أن القوانين كلها تجرم وتعاقب على القيام بأفعال معينة¹.

2. أهمية الأخلاق في مهنة الإعلام

تشكل الأخلاق الإعلامية أحد الأسس الرئيسية في مهنة الصحافة، بمعنى أن نزاهة الإعلامي أمر رئيسي في تحديد هدفية المهنة التي هي في الأساس خدمة عامة، من خلال تزويد الجمهور بالوقائع والمعلومات والحقائق الضرورية لتشكيل رأي عام واع.

إن المبادئ الأخلاقية هي في صلب مهنة الصحافة وغيابها يحدد هذه المهنة إذ يتغير دورها وهدفها، فالمعروف أن دور الصحافة في الأساس هو مساعدة الناس على التعرف على العالم وعلى المجتمع وعلى الأفراد، ونقل ما يجري وشرحه من أجل فهم الأحداث وتمكين الجمهور من اتخاذ قراراتهم بحرية، وتمكينهم من بناء رأي سديد انطلاقاً من الواقع الذي يطلعون عليه من خلال وسائل الإعلام بالدرجة الأولى.

وتتملي أخلاق المهنة على الصحفي أولويات مختلفة مثل:

- نقل الخبر الصحيح كما هو وليس كما يعتقد الصحفي أو يتمنى
- عرض الوقائع بتجرد وتوازن وليس ذي منطلق فئوي معين
- اعتماد مبادئ واضحة ومحددة في اختيار الوقائع، تبعاً لأهميتها ووقوعها وما يترتب عليها من نتائج.

• عدم الدمج بين المصلحة الشخصية والمصلحة العامة.

• تحاشي المنطق الترويجي والدعائي.

هذه المبادئ التي ستعرض لاحقاً لا تمدّها القوانين بل هي مبادئ أخلاقية تقع غالبيتها خارج نطاق القانون والتشريعات، منها ما حددته مواثيق شرف المهنة، ومنها ما يبقى شأنًا ذاتيًا يعود إلى ضمير الصحفي وقناعاته²، فالحياة الإعلامية التي نعيش فيها تحكمها الفوضى بدلاً من الديمقراطية، ولا يتم

¹ سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص: 40.

² جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، مهارات للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، 2008، ص: 12 و15.

الامتثال للقوانين ونادرا ما يتم فرضها، من ناحية أخرى لديها لا رحمة في تقديم ونشر أي شيء يعثرون عليه مدفوعة بالرغبة في الثروة والشهرة، وتشمل القضايا الأخلاقية المتعلقة بدور وسائل الإعلام في التأثير على سلوك الأفراد في المجتمع ثلاث وظائف: الأخبار، الترفيه والإعلان¹.

ولأخلاقيات الإعلام دورا مهما في تحاشي المخاطر التالية:

- تبعية الصحفي والمؤسسات الإعلامية

وينجم ذلك عن الضغوط السياسية والحكومية بالحد من حريتها، أو ضغوط تجارية ترجع لتأثير الإعلان والريح التجاري، خاصة بالنسبة للأنظمة الليبرالية التي تتمتع فيها الوسائل بالحرية. فالضغوط الحكومية تفرضها الأنظمة التي تمتلك الوسائل وتحد حريتها وتستخدم لحماية مصالحها، والإعلان الذي قد يحد من حرية الفرد في استخدامه للوسيلة نتيجة القيود التجارية².

ففي استفتاء عام 2002 ظهر أن 59 % من الفرنسيين يعتبرون أن الصحفيين غير قادرين على الوقوف في وجه ضغوط الأحزاب السياسية والسلطة وضغط المال، وأظهرت أيضا دراسة نشرتها صحيفة لوموند عام 2003 أن 61 % من الفرنسيين يرون أن الصحفيين يتحاشون تناول المواضيع التي تزعج الأشخاص أصحاب النفوذ، وهذا كله أدى إلى التشكيك بمصداقية الأخبار³.

- وقوع الصحافة في أخطاء مهنية

قد يكون الخطأ الصحفي مؤشرا على غياب المؤسساتية والمهنية بالمؤسسة الإعلامية، وربما يقودها إلى اكتشاف خلل في نظم عملها، كما أن الإقرار به يقضي على الشائعات التي توأكبها ويقلل من الانتقادات التي توجه إليها.

فأي خطأ بسيط قد لا يفي عند تبديل الحروف بل يتجاوز ربما إلى إشعال فتنة داخلية أو الإساءة إلى شخصية وطنية أو تشويه سمعة منظمة دون وجه حق⁴.

- غياب النزاهة المهنية

¹Mila Nadrljanski and others, New media :Ethical Issues, Information sciences and e-Society Revue, Faculty of Maritime Studies, Split, Croatia, 2011, p p: 320 and 325.

² علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، الطبعة الأولى، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017، ص ص 55 و 51.

³ جورج صدقة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 20 و 22.

⁴ عبد الرحمن سعد، صحافة ما بعد الثورة: أكاذيب أم أنصاف حقائق، د.ط، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013، ص

ص: 160-161.

تفترض النزاهة المهنية عدم إتباع وسائل رخيصة وغير مشروعة لتحقيق أهداف معينة، كمثل اللجوء إلى الابتزاز حيال أشخاص أو تسخير الصحفي مهنته لمصالحه الشخصية، لاسيما المادية منها من خلال الأموال والهدايا والتقديمات المختلفة من الناشرين ماليا وسياسيا. فبعض الصحفيين في سعيهم إلى تحقيق "السكوب" Scoop قد يعتمدون أساليب غير مشروعة للوصول إلى المعلومة، مثل الصحفي الألماني "غونتر وولراف" الذي انتحل شخصية عامل تركي لمعرفة كيف تتعاطى الشركات مع العمال الأجانب، أو ما قام به صحفيان في صحيفة "الصانداي تايمز" البريطانية اللذان انتحلا صفة رجلي أعمال وطلبا من بعض نواب البرلمان البريطاني طرح سؤال معين على الحكومة خلال جلسة المناقشة مقابل مبلغ من المال¹.

3. أشكال أخلاقيات المهنة الإعلامية ومصادرها

ارتأينا تقسيمها بالموازاة مع تقسيمات بعض الباحثين إلى:

1.3. أخلاقيات خاصة بالمعاملات الإعلامية

وتشمل بدورها:

1.1.3. أخلاقيات الإعلامي تجاه المواطنين: يأتي في مقدمة هذه المبادئ:

- عدم اختراق خصوصية المواطن العادي فالكل له حياته الخاصة التي يحرص على أن تظل بعيدة عن العلانية والتشهير.

- الامتناع عن إذاعة أي معلومات من شأنها أن تحط من قدر الإنسان أو تنقص من اعتباره أو تسيء إلى كرامته وسمعته.

- الحصول على ثقة الجمهور هو أساس الإعلام المتميز، وبذل كل جهد لضمان أن يكون المحتوى الإعلامي للقناة خاليا من أي تزيف وأن يغطي جميع الجوانب وينشر العدالة².

2.1.3. أخلاقيات الإعلامي تجاه المجتمع وقيمه وعاداته وتقاليدته: وتشمل:

- عدم التحريض على كل ما يخالف القيم والعادات والمعايير التي يقوم عليها المجتمع.

¹ جورج صدقة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 24-25.

² نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، ميثاق الشرف الإعلامية، المؤتمر العلمي الرابع تحت عنوان "القانون والإعلام"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، 23-24 أبريل 2017، ص: 21.

- عدم التحريض على العنف والسلوكيات الشاذة وما يساعد على الانحلال والابتذال.
- عدم التأثير على العدالة وسيرها مثل التعليق على القضايا المعروضة على القضاء.
- عدم تشجيع الجريمة وتحسين صورة المجرم، وعرض تفاصيل جريمته مهما كانت آثارها السيئة.
- احترام حقوق الإنسان ومبادئ التعاون بين الشعوب.
- عدم الدعاية للحرب أو الحث على الكراهية القومية أو العرقية أو الدينية.
- الالتزام بالقيم الثقافية المقبولة للمجتمع.
- أن يراعي مسؤولية تجاه المجتمع الدولي فيما يتعلق باحترام القيم التي اتفق عليها المجتمع الدولي¹.

ومصدرها:

- المجتمع

إن المجتمع هو المنبع الرئيس الذي يستمد الصحفي أخلاقياته المهنية منه، ولكي تكون رسالته الموجهة للجمهور مؤثرة لا بد أن يعبر عن نبض الجماهير وإحساسها ومشاكلها، والتطلع دوماً إلى عرض رسالته بموضوعية وشفافية، واضحا الحلول المقترحة موجهها ومعلما بمختلف القضايا التي تهم المجتمع ذلك أن الناس تميل إلى التطلع إلى وسائل الإعلام طلبا للمعلومات والتوجيه الخ.

وتشكل القيم الاجتماعية والأعراف والعادات والتقاليد السائدة وطبيعة التنشئة الاجتماعية أهمية كبيرة في استقاء الصحفي لأخلاقياته، بالإضافة إلى عامل الدين، وتعد التربية الأخلاقية البذرة الأولى لعمليات التنشئة الاجتماعية في زرع القيم والأخلاق التي أوصى بها الإسلام، لخلق مجتمع متماسك تسود الألفة والمحبة والتعاون والابتعاد عن الغش والخداع والتضليل.

وعلى هذا فإن الصحفي يلعب دور اختصاصي الجماعة أثناء تأديته لمسؤولياته المهنية والاتصالية تجاه المجتمع لتحقيق أغراض مثل تنمية شخصية الأفراد وقدراتهم الابتكارية، غرس القيم الاجتماعية كالعدل والأمانة وغيرها².

¹ نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سبق ذكره، ص: 22.

² محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 205-206.

2.3. أخلاقيات خاصة بالعمل الإعلامي نفسه

وتنقسم الى:

1.2.3. أخلاقيات السياسة التحريرية للمؤسسة الإعلامية

ومنها:

- الصدق: وهو الدافع لأدبيات التعامل مع المادة الإعلامية فالحقيقة هي المحرك للإعلامي، والوصول إليها لا يكون عبر الطرق الملتوية ولا القصيرة بما يخدش دقته.
- الدقة: من السمات الإنسانية وهي أكثر الأمور ارتباطاً بالمهنة، لأن الإعلامي هو العين المبصرة والأذن الصاغية للناس كافة، لذا عليه أن يكون دقيقاً فيما ينشره من حقائق فعلية.
- الموضوعية: تعتبر أفضل طريق للوصول إلى الحقيقة النهائية، فالموضوعية تعني أن يعبر عن الموضوع المراد إيصاله إلى الجمهور، دون التأثير مباشرة بأمور الذات وقضاياها واهتماماتها فالإعلامي الجيد يتجرد من أهواءه الحزبية والفكرية والاجتماعية والسياسية حين يعرض الخبر.
- احترام الكرامة الإنسانية: سواء كانت فردية أو جماعية كأن تعرض صورة لشخص دون إذنه.
- النزاهة: تعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الخبر والتعليق، أو بين الصالح العام والخاص، كما تفيد النزاهة أيضاً التجرد من الهوى والاستقلالية في العمل دون الخضوع لأي ضغط أو تأثير.
- العدالة: وتعني مساواة الأفراد أمام وسائل الإعلام ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن لا تكون هذه الوسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى¹.

وبتمثل مصدرها في:

(1) السياسة الإعلامية

تتأثر أخلاقيات المهنة الصحفية بالسياسة الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الصحفيون والمؤسسات الإعلامية المختلفة، التي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها، وهذه السياسات الإعلامية تختلف من دولة لأخرى بحسب طبيعة الأنظمة الحاكمة².

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، د.ط، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص: 11.

² عادل عبد الرزاق مصطفى الغريزي، المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري الإذاعي والتلفزيوني: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في قناة العراقية وإذاعة جمهورية العراق من بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 19، 2002، ص: 98.

وبصورة عامة فإن القوانين الخاصة بالإعلام تعمل على تنظيم المهنة الإعلامية من خلال مجموعة من الضوابط التي تعتمد على تكريس مجموعة من المحظورات التي يجب أن تلتزم بها المؤسسات الإعلامية، كما تحاول النقابات والروابط المهنية الإعلامية إلى وضع بعض الضوابط والمواثيق التي تسعى إلى ضبط المهنة وتأكيد مسؤوليتها الاجتماعية¹.

(2) المؤسسة الإعلامية

إن المؤسسة هي التي تحدد القيم التنظيمية التي تسير عليها، والتي تعرف على أنها القيم التي يؤمن بها العاملون في نطاق المنظمة، فعملية خلق قيم مشتركة بين القيم الشخصية والتنظيمية هي غاية كل منظمة.

ولمعرفة أخلاقيات أي صحيفة ينظر أولاً إلى رئيس تحريرها، إذ تفعل طبيعة رئيس تحرير القيادة فعلها في إشاعة تقاليد وأفكار ونماذج صحيحة، أو بالعكس فيما ينشره من أفكار وتقاليد ونماذج رديئة².

وتؤثر سياسة المؤسسة الصحفية في أوجه النشاط الإعلامي كافة لاسيما ما يتعلق بجمع الخبر، فالصحيفة التي تتبع أسلوب الإثارة في الإعلام والنشر تسعى إلى الحصول على الأنباء المثيرة، مع العمل على تحريرها بأسلوب مثير يحوي كثير من التهويل والمبالغة في إخراجها، في حين هناك صحف أخرى تتبع أسلوب محافظ في جمع مادتها الصحفية فلا تنشر أو تذيع إلا ما يتفق مع سياستها الإعلامية في إشاعة القيم العامة والتراث الثقافي والمثل العليا للجماهير³.

2.2.3. أخلاقيات الإعلامي تجاه مصادره : وتشمل :

- ضرورة إسناد المعلومات إلى مصادرها وعدم الاكتفاء بإشارات مبهمه مثل مصدر موثوق
- عدم نشر أخبار مجهولة المصدر رغبة في تحقيق السبق الصحفي.
- حماية المصدر في حالة تطلب الأمر ذلك، فحماية الصحفي لمصدر معلوماته وإحاطتها بنوع من السرية يعد أمر بالغ الأهمية⁴.

¹ محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص: 202.

² ياسر عبد الرحمن خلف، وكالات الأنباء ودورها الإعلامي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019، ص ص 204 و 205.

³ محمد عبود مهدي، مرجع سبق ذكره، ص 204.

⁴ هالة حمدي غرابية، التغطية الإستقصائية لقضايا الواقع المعاصر، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص ص: 88-89.

3.2.3. أخلاقيات الإعلامي تجاه زملاء العمل : وتضم :

- عدم الاعتداء على زملاء المهنة بالقذف أو السب أو المعاملة السيئة من احتقار أو سخرية.
 - عدم الاعتداء على حق زميل كسرقة مادته الإعلامية وانتحال آراء غيره ونسبها إليه¹.
- ويكون مصدرها:
- فريق العمل
- يعد فريق العمل الصحفي أحد المصادر الأخلاقية للمهنة الصحفية، إذ يحدد طبيعة العلاقات القائمة بين الصحفيين داخل المؤسسة الإعلامية اتجاها سلبيا أو إيجابيا، لذلك أكد الباحثون في الإدارة على قيم العمل وأخلاق العمل، وعدوها واحدة من حيث الجوهر من خلال التعريف الذي وضعوه بأنها " القيم السائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواحد ثم تنتقل مع الفرد عند دخوله منشآت الأعمال، وتؤثر في سلوك العاملين ومستوى أخلاقهم سواء كان بطريقة إيجابية أو سلبية.
- وفي المؤسسات الإعلامية فإن آليات العمل تفرض على زملاء المهنة أخلاقيات مهنية تصبح مع مرور الزمن جزءا من متطلبات إنجاز العمل أو ما نسميه بتقاليد العمل.
- فالعلاقات التي تسود فريق العمل تتعكس إيجابا أو سلبا على إنجاز ما هو مطلوب من واجبات صحفية مختلفة، فالفريق المتعاون الإيجابي الذي تسوده الألفة والمحبة والصدقة يكون أداءه أفضل².
- ### 4.2.3. أخلاقيات خاصة بالإعلان: وتتضمن:

- عدم الخلط بين المواد الإعلانية والتحريرية ذلك للشك الذي قد ينتاب القارئ، إضافة إلى التأثير على مصداقية الخبر.
- عدم قيام المحررين بجلب الإعلانات من الهيئات والمؤسسات (مندوبو إعلانات) حتى لا يتراجع الحس النقدي لهؤلاء المحررين بالكشف عن مواطن الخلل في أداء هذه المؤسسات.
- ألا تزيد مساحة الإعلانات عن المساحة المخصصة للمساحة التحريرية، فذلك سيخل بالخدمة الصحفية.
- الالتزام بعدم نشر إعلانات عن المواد الضارة مثل السجائر، الخمر³.

¹ نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سبق ذكره، ص ص: 23-24.

² فتحي حسني عامر، إعلام بدون أخلاق: قواعد وأخلاقيات العمل الإعلامي، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص ص: 65-67.

³ عبد الأمير موبيت الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 416.

4. صعوبات تعترض الأخلاق الإعلامية

1.4. المصالح الشخصية

ويرتبط كل ذلك ببيئة العمل الداخلية كعدم توفير الإمكانيات المادية وعدم تثمين جهد الصحفي والتقصير في منحه راتباً يتناسب مع حجم المتاعب اليومية التي يواجهها أثناء البحث عن المعلومة، وتجاهل حاجته إلى تأمين حياته الاجتماعية والمادية ليتفرغ لأداء مهنته.

وهذا ما كشفت عنه دراسة "حسينة بوشيخ" بعنوان "بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة"، حيث رصدت الباحثة جملة من الصعوبات المادية أهمها: تدني الأجور بنسبة 25.60%¹.

وبالتالي فالصحفي لا يستطيع الصمود في وجه الإغراءات التي تنهال عليه بدءاً من المغلفات المالية، مروراً بالتقديمات المختلفة من هدايا إلى عطل مدفوعة وبطاقات سفر ومواقع اجتماعية مختلفة، هذا مع الإشارة إلى أن التعاطي مع رجال السلطة والنفوذ والمال والمواقع المهمة في الهرم الاجتماعي تدفع الصحفي إلى التقرب من هؤلاء وتبادل الخدمات كونها تزيد من نفوذه الاجتماعي، وإن كان على حساب نفوذه المهني.

وفي هذا الإطار يقول الأديب الفرنسي Albot Camus الذي كان حريصاً على نزاهة مهنة الصحافة ويعلق على الأمر: "عندما تطبع صحيفة ولو متدنية المستوى 600 ألف نسخة، ما يجري هو أن مديرها يتلقى دعوات إلى العشاء ولا أحد ينتقده لكن دورنا هو رفض هذا الأمر، إن شرفنا مرتبط بقدر القوة التي ترفض فيها هذا الخضوع"².

2.4. الصعوبات المهنية

تتمثل في صعوبات تداول المعلومات والخوف من الوقوع تحت طائلة القانون، مع غياب الحرفية والثقافة المهنية للمحررين نحو ظاهرة الأخبار المجهولة، يضاف إليها الضغوط الاقتصادية التي تدفع وسائل الإعلام للتضحية بالمعايير المهنية من أجل الحفاظ على حد أدنى من الرواج.

¹ حسينة بوشيخ، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة: دراسة حالة، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 06، أبريل 2014، ص: 129.

² جورج صدقة، مرجع سبق ذكره، ص: 57-58.

وهذا قد يدفع الصحفي إلى الاعتماد على أخبار مجهولة المصدر الذي يتعارض مع حق الجمهور في المعرفة الذي تؤكد قوانين الصحافة ومواثيق الشرف الصحفية¹.

3.4. تقنيات التواصل الحديث

إن استخدام الإنترنت في معظم المجالات متضمنة المنتديات الإلكترونية وروابط المعلومات، التحديث الفوري بالصوت والصورة والفيديو، إضافة إلى استخدام محركات البحث وغيرها من الأدوات التفاعلية يمكن أن يكون له أثر على الأداء المهني من خلال التغيير في تقديم الأخبار، بالتركيز على السرعة في تقديم الأخبار و الإيجاز، ما يجعله عرضة للوقوع في أخطاء².

4.4. ضعف التدريب الصحفي

كفاءة الصحفي هي من العناصر المهمة التي تشد بالمهنة إلى الانحدار، لذلك تكثر في غالبية دول العالم ورشات تأهيل الإعلاميين، فطبيعة المهنة الصحفية والتمتع بالخصائص والصفات المهنية تستوجب من العاملين فيها تأشير وقياس الخلفيات العلمية والتدريبية التي تعد من منطلقات الممارسة المهنية الصحفية الناجمة.

فالتدريب يساهم في توفير الجوانب المهنية والعلمية وتدعيم المهارات وترشيد الأداء وترقية أساليبه، بالإضافة إلى فتح آفاق جديدة من المعرفة المهنية أمام القائم بالاتصال من خلال:

- اكتساب الخبرات ورفع مستوى الكفاءة

- التزود بالمعلومات والبيانات المتعلقة بالعمل³

وهذا ما أكدته 80 % من الصحفيين في نفس الدراسة (حسينة بوشايخ)، حيث أن غياب التكوين والتدريب المتواصل على العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية سبب مهم في نقص مستوى الأداء المهني والأخلاقي.

¹ فتحي حسني عامر، مرجع سبق ذكره، ص:131.

² عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص:16.

³ إسراء جاسم فتحي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص:101.

كما أبرزت الدراسة انتهاك أخلاقيات مهنة الصحافة تحت ذريعة العوائق المهنية التي تدفع الصحفي إلى ارتكاب الأخطاء وتجاهل المعايير الأخلاقية، فينشق الصحفيون تحت ضغط المنافسة الإعلامية وعامل الوقت نحو كتابة أخبار غير مؤكدة¹.

وكآليات لتخليق مهنة الإعلام فإنه يجب ما يلي:

أولاً: تقوية الدور التربوي التثقيفي للإعلام

فأخلاقيات المهنة وقضاياها تدخل في اختصاص المجال التربوي الذي يستهدف غرس الأخلاقيات السليمة في المجتمع، واستكمال هذا الهدف بترجمة الأخلاق إلى سلوكيات تمارس في الحياة، وهذا من خلال التربية الموازية وضرورة بذل الجهود من أجل الوصول إلى إعلام تربوي وذلك بتسخير وسائل الإعلام المختلفة التقليدية منها والحديثة في تربية الأجيال.

ويقوم هذا الدور أساساً على ركيزتين أساسيتين الأولى: التثقيف والتربية وهي تتعلق بنشر المعرفة على أساس تفتيح الأذهان وتكوين الشخصية وتنمية الذوق وتهذيبه، والثانية: هي النهوض بالإنتاج الفكري وتعني نشر الإنتاج في مجالات الأدب والابتكار الفكري واليدوي بصورة عامة عن طريق تفجير الطاقات وضمان الأمن الثقافي للمجتمع ضد الغزو الثقافي الأجنبي.

ثانياً: تكوين الأطر الصحفية وتدريبها

يجب تلقين الصحفيين المتدربين قيم الأخلاق وتربيتهم على إعلاء مصالح الدولة والوطن والمجتمع على مصالح الإعلامي.

ثالثاً: تحسين المستوى المادي للصحفيين

أهمها تحسين الرواتب والتحفيز المادي.

رابعاً: ترسيخ ميثاق الشرف الصحفي

باعتباره إطار تنظيمي للمهنة بما يتيح من إمكانيات ضبط ذاتي للمهنة، وبما يعكسه من إحساس بواجب التحصين أمام تنامي النقائص الأخلاقية التي تؤثر سلباً، ليس فقط على الرسالة الإعلامية وإنما بشكل بارز على الصحفي والمهنة².

¹ حسينة بوشايخ، مرجع سبق ذكره، ص: 153.

² يوسف التامري، الأبعاد الأخلاقية في العمل الصحفي والإعلامي، تاريخ النشر 2017.01.16، تاريخ الإطلاع 13 ديسمبر 2018، الساعة 15:05. مقال منشور على موقع الجامعة القانونية المغربية الافتراضية، www.aljami3a.com

المطلب الثاني:

أخلاقيات الإعلام الجديد

1. خلفية تاريخية لبداية الاهتمام بأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية

مر الاهتمام بتطوير المبادئ الأخلاقية في البيئة الإلكترونية بعدة مراحل حيث سبق الاهتمام بوضع ضوابط أخلاقية لاستخدام الإنترنت، حيث طور معهد أخلاقيات الكمبيوتر بواشنطن ما يعرف بالوصايا العشر لاستخدام الكمبيوتر في عام 1992 لتعزيز السلوكيات الإلكترونية المقبولة لاستخدام الكمبيوتر، كما وضعت جامعة جنوبي كاليفورنيا ميثاق أخلاقي للتعامل على الشبكة ينص على مبادئ منها: ضرورة العمل على منع الإرباك العمدي للمرور على الشبكة، وعدم الاستخدام المخادع والتجاري لمصادرها، وعدم سرقة البيانات والمعدات أو التعدي على حقوق الملكية الفكرية، الوصول غير المرخص لملفات الآخرين، ومنع إرسال رسائل بريدية تستهدف الاحتيال على الآخرين.

وينص الميثاق الأخلاقي لأعضاء جمعية أجهزة الكمبيوتر Association of Computing Machinery ACM على ضرورتهم مساهمتهم في خدمة المجتمع والإنسانية وتجنب إلحاق الأذى

بالآخرين، والالتزام بالأمانة والصدق والموضوعية، عدم التمييز واحترام الخصوصية والسرية.

كما توصلت ثلاث منظمات هي: الجبهة الأسترالية الإلكترونية ومؤسسة الجهة الإلكترونية والمنظمة المهنية للكمبيوتر والمسؤولية الاجتماعية إلى "وثيقة للحقوق والمسؤوليات الاجتماعية" تتضمن الحقوق الإلكترونية مثل الحق في الاتصال والحق في الخصوصية، حق التقاضي وأخلاقيات التعامل عبر الوسائط الإلكترونية مثل التسامح والمصادقية ومراعاة مشاعر الآخرين.

أما من ناحية الاهتمام بأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية فلم يبدأ إلا بعد عام 1995 وبعد انتقال بعض الصحف ومحطات الإذاعة والتلفزيون إليها، ففي عام 1997 نظم معهد بوينتر للتدريب الإعلامي مؤتمرا عن القيم الأخلاقية في البيئة الإلكترونية، بالتعاون مع الجمعية الأمريكية لمحربي الصحف ASNE، ورصد بعض الحقوق والمسؤوليات الإلكترونية¹.

¹ السيد بخيت، أخلاقيات العمل الصحفي، درا الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإمارات العربية المتحدة، 2011، ص 106-107.

وتزايد الاهتمام في بداية القرن الواحد والعشرين إلى الثورة الكبيرة في مجال تكنولوجيايات الإعلام والاتصال، فثورة المعلومات التي يعيشها العالم في الوقت الراهن أصبحت تمثل أحد أهم مراحل التطور التاريخي الكبرى في تاريخ الإنسانية، وقد نتج عن هذه الثورة المعلوماتية تغيرات كبرى طالت الصناعة الإعلامية، وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها، والتشارك في مضامينها¹.

وعقد إعلان مبادئ "جنيف" حيث نص على أن للجميع الحق في الاستفادة من فرص المعلومات والاتصالات، وعالج الأبعاد الأخلاقية للمعلومات كمبدأ رئيسي، ويشجع ها الإعلان على احترام السلام والتمسك بالقيم الأساسية مثل: الحرية، التضامن.

وكان هذا في القمة العالمية للمعلومات في جنيف ديسمبر 2003، التي كانت تهدف إلى إنشاء أسس مجتمع المعلومات وكانت من بين المواقع المدرجة للنقاش هو الأخلاقيات².

بينما لم يرد كثيرا ما يشير لأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية في موثيق الشرق الإعلامية الخاصة بوسائل الإعلام، فإن عددا محدودا من الصحف هي التي أشارت لهذه الأخلاقيات في موثيقها، كما بدأت بعض المؤسسات الإعلامية العريقة في تضمين موثيقها الإعلامية ما يشير للقضايا الأخلاقية التي تفرزها هذه البيئة الجديدة، وإن كانت معظم المواقع الإخبارية والإعلامية في هذه البيئة تكتفي بنشر ما يعرف بسياسة استخدام المواقع وبيان الخصوصية والتعريف بنفسها، كوسيلة بديلة لبيان المبادئ الأخلاقية التي تنظم طبيعة العمل فيها³.

2. الرؤى المختلفة حول الحاجة لمنظومة جديدة لأخلاقيات الإعلام في البيئة الإلكترونية

تثير قضية أخلاقيات العمل الإعلامي في ظل المتغيرات التي أفرزتها البيئة الإعلامية الإلكترونية الجديدة عدة رؤى متعارضة حول مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الإعلامي.

ويمكن وضع هذه الرؤى في إطار تصور لفريقيين:

الفريق الأول: يرى أن وسائل الإعلام الجديدة يجب أن تعمل على تطوير أنظمتها الأخلاقية وتأتي بأخلاق جديدة، فصحفي الإعلام الجديد يمشي على نهج أنشر أولا وصحح لاحقا في وسيلة

¹ حبيب بن بلقاسم وآخرون، أخلاقيات الإعلام في الزمن الرقمي، د.ط، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع، الرياض، 2020، ص:22.

² Rolf H. Weber, Ethics in The Internet Environment, the Centre for International Governance Innovation and Chathan House, London, England, 2016, p: 8.

³ السيد بخيت، أخلاقيات العمل الصحفي، مرجع سبق ذكره، ص:108.

تفاعلية، حيث يكون القراء أيضا كتاب ومصادر، وبالتالي يمكن أن يكون النشر شكلا من أشكال التحقق فالقراء لديهم القدرة على الاستجابة، وبالتالي فالإشكال هو تدوين مجموعة جديدة من القواعد وليس في إجبار وسائل الاعلام للامتثال للقواعد القديمة¹.

والمشكلة من وجهة نظر أصحاب هذا الاتجاه لا تكمن في صلاحية المعايير والأخلاقيات المهنية للتطبيق على وسائل الاتصال الجديدة، بقدر ما تكمن في أن ثورة الاتصال قد جعلت معظم المعايير والأخلاقيات الإعلامية التي تطورت خلال القرن العشرين غير صالحة، إذ تشكل تلك الثورة مناخا إعلاميا واتصاليا جديدا يحتاج إلى معايير وأخلاقيات جديدة، ويسيروا هذا الطرح بناء على عدة تصورات من بينها:

- أخلاقيات العمل الإعلامي جد متباينة في البيئة الإعلامية الإلكترونية كما في البيئة الإعلامية التقليدية، فهذه البيئة تطرح منظومة جديدة من العمل الإعلامي لم يتم التأطير لها من قبل، ومن ثم هناك حاجة لمرشد وميثاق أخلاقي، يساعد هؤلاء الإعلاميين على الالتزام بالضوابط والواجبات التي تطرحها هذه البيئة.

ومن ثم فإن مطالبة الإعلاميين في البيئة الإعلامية الإلكترونية بتحري ذات الضوابط المتبعة من قبل الإعلاميين في البيئة التقليدية يعد مغالاة وذلك لعدم فهم طبيعة العمل الإعلامي فيها، حيث تطرح مثل هذه العلاقة في سياق جديد وبأبعاد مختلفة.

- إن البيئة الإعلامية الإلكترونية تشهد ميلاد إعلاميين جدد، بعضهم ينتمي لمؤسسات إعلامية تقليدية لها تقاليد وأخلاقياتها وبعضهم تم تأهيله في أكاديميات إعلامية، إلا أن عددا كبيرا من هؤلاء الإعلاميين يمارس عمله الإعلامي لأول مرة وبدون خبرة إعلامية، وفي كل الحالات فهم بحاجة لمرشد وموجه أخلاقي لما ينبغي وما لا ينبغي من واجبات وضوابط أخلاقية.

- إن الطبيعة الكونية أو الشمولية للوسائط الجديدة العاملة في البيئة الإعلامية الإلكترونية تدعو للتفكير في صياغة ضوابط ومعايير أخلاقية ذات سمات عامة من ناحية الأفكار والصياغة والمتطلبات، نظرا لتغير طبيعة هذه البيئة من فترة لأخرى، كما أن اندماج الوسائط الإعلامية معا

¹ Damian Tambini , Media Ethics in The New Media Landscape: New Paper, retrieved on 25.03.2019 at 12:26h from <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2010/09/14/media-ethics-in-the-new-media-landscape-new-paper>

يخلق حافزا جديدا للتفكير في أخلاقيات عمل ناجمة عن طبيعة هذا الاندماج، وإمعان النظر في تأثيراته المهنية والأخلاقية¹.

الفريق الثاني: يرى أن أخلاقيات الإعلام عامة ولا تختلف من وسيلة لأخرى، ويتبنى هذه الرؤية الكثير من محرري الصحف الإلكترونية، حيث أكدت دراسة Arant و Anderson أن معظم الصحفيين يرون أن أخلاقيات الصحافة واحدة في الصحف المطبوعة والإلكترونية، وأن المعايير لا تختلف لكن السرعة في الصحف الإلكترونية تؤدي إلى عدم الالتزام بالمعايير المهنية، بالإضافة إلى قلة عدد الصحفيين في الصحف الإلكترونية².

ويبرر السيد بخيت هذه الرؤية بـ:

- صعوبة وضع ضوابط محددة وشبه ثابتة لضبط العمل الإعلامي في بيئة متقلبة ومتجددة ومتغيرة بسرعة كبيرة، تجعل وضع أي معيار أو ضابط أخلاقي عملا صعبا، بفعل أن ما هو قابل للتطبيق في هذه اللحظة قد لا يكون مقبولا بعد فترة قصيرة من الوقت نظرا للتطورات المتسارعة في البيئة الإعلامية الإلكترونية.

- أخلاقيات الإعلام عامة ولا تختلف من وسيلة إلى أخرى بغض النظر عن طبيعة البيئة الإعلامية التي يتم تطبيقها فيها، وبغض النظر عن جدة أو قدم الوسيلة الإعلامية، فما ينبغي أن يلتزم به الإعلامي في البيئة التقليدية يلتزم به أيضا في البيئة الإلكترونية.

فعالية الصحفيين العاملين في البيئة الإعلامية الإلكترونية انتقلوا إليها ولا زالوا يجمعون بين العمل في البيئتين، وهو ما يعني أنهم لا زالوا يحملون ذات الهوية الإعلامية ومطالبون بذات الضوابط والمعايير الأخلاقية³.

والواضح أن وسائل الإعلام التقليدية والجديدة تحتاج إلى فتح حوار لمناقشة هذه المسائل التنظيمية والأخلاقية، وقبل كل شيء تحتاج وسائل الإعلام التقليدية إلى التوقف عن الاستخفاف بالوسائل الجديدة والبدء في التفكير في أخلاقيات جديدة تنطبق على القديم والجديد⁴.

¹ السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 7، العدد 1، يونيو 2006، ص: 340-341.

² سالي رمضان عبد المنعم، الإعلام الاقتصادي، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص: 218.

³ السيد بخيت، المرجع السابق، ص: 342-343.

⁴ Op.cit.

3. الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد: الطبيعة والأنواع

تشمل الأخلاقيات والممارسات والمعايير المختلفة في وسائل الإعلام الرقمية أهمها: الصحافة الإلكترونية والمدونات، التصوير الصحفي الرقمي ووسائل التواصل الاجتماعية، والتي تشمل على الكثير من الأسئلة حول كيفية عمل الصحافة المهنية تحت مسمى الإعلام الجديد للبحث ونشر القصص والمواضيع الإخبارية والاجتماعية والثقافية، فضلا عن كيفية استخدام النص أو الصور التي يتعامل بها المواطنون¹.

إن الأخلاقيات في الإعلام الجديد قد لا تختلف كثيرا عن أخلاقيات الإعلام عامة لأن كلاهما يهدف إلى عدم الإساءة للغير بنظرة شمولية وكونية، لكنه أحضر معه بعض الهموم الأخرى².

وقد توصلت الدراسات الحديثة إلى وضع أخلاقيات جمع الأخبار والمعلومات ونشرها عبر الإنترنت، حيث يضيف "كابلر وماينر" أن الأخبار في القرن الحادي والعشرين سوف تكون تفاعلية وتعتمد على نظام الوسائط المتعددة، وسوف تكون هناك مؤسسات أكثر تخصصية وعليه ستظهر كميات أكبر من المعلومات³، من خلال مستهلك منتج الذي فتح الباب أمام فرص الإبداع والتعبير، وفي الوقت نفسه فتح الباب لتشويه الصور والخدع والأكاذيب وغيرها من التجاوزات الأخلاقية⁴.

ومن أهم هذه الأخلاقيات:

(1) أخلاقيات جمع الاخبار والمعلومات ونشرها

وتتمثل في:

- وسائل جمع الأخبار: أثناء البحث عن مصادر أو معلومات في سبيل معالجة قصة خبرية، على الصحفيين أن يتصرفوا بحذر وهذا بتقديم أنفسهم على أنهم "محترفون" عندما يتواصلون عبر الإنترنت، وفي هذا الإطار فقد طورت صحيفة وول ستريت Wall Street سياسة مفادها أنه

¹ أحمد عبد الله الأحمد، الأخلاقيات الرقمية والحدثة في التواصل الإنساني، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، 2017، ص: 258.

² عبد الرزاق محمد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، د.ط، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص ص: 183-185.

³ رضوان جدي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، مجلة الصورة والاتصال، العدد 23، فبراير 2018، ص ص: 7-8.

⁴ Robert S.Fortner and P.Mark Fackler, The Handbook of Global Communication and Media Ethics, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2011, p: 819.

يتعين على صحفييها أن يعرفوا بهويتهم في بداية أي شكل من أشكال التواصل عبر الواب وذلك ليعرف المستخدمون بأنهم يقدموا معلومات لصحفي.

وهناك مسألة ذات صلة من حيث جمع الأخبار والمسؤولية وهي إلى أي مدى يمكن للصحفي أن يصل إلى هذا الفضاء السيبراني سواء كان يعمل تحت غطاء معين أو لا¹.

- التأكد من صحة المعلومات: أشارت معظم المواثيق إلى ضرورة أن يلتزم المحررون من صحة ما ينشرونه من حقائق ومعلومات، حيث أشار الإعلان الذي أصدره مؤتمر معهد بوينتر عام 1997 وأضاف الميثاق أنه إذا كانت المادة قد نشرت في الصحيفة المطبوعة أو المحطة الإذاعية أو التلفزيونية، فإنه عند وضعها على الموقع على الإنترنت لابد من التأكد من المعايير المهنية.

وأضاف أيضا أنه عندما يتم إضافة معلومات أو أخبار عاجلة على موقع الصحيفة ولم تنشر على الصحيفة المطبوعة فإنه يجب التأكد من هذه المعلومات.

- البحث عن الحقيقة: وهذا يكون من خلال التغطية الشاملة والعادلة للأحداث.

- الدقة: تقول Nora Paul من معهد التدريب الصحفي بوينتر Poynter Institute أن سبب نقص الثقة هو أن يتم تقديم كل شيء للقارئ بسرعة كبيرة دون التدقيق، وهنا يتحمل القارئ عبئ هذه المسؤولية كي يثبت حقيقة عدد لا يحصى من المعلومات التي يتلقاها، بحيث يتولى القارئ وظيفة الصحفي وهذه أكبر مشكلة، ضف إلى ذلك استخدام الصحفي المعلومات المتوفرة على الإنترنت كمادة إخبارية مثل الفيسبوك التي قد تكون مفتوحة لأغراض أخرى خاصة مع زيادة انخراط الصحفيين في المجموعات عبر الفيسبوك بسبب أن المحتويات التي تم إنشائها لغرض معين قد تستخدم لأغراض أخرى².

لهذا أضاف إعلان معهد بوينتر أن المحررين يتعهدون أن تكون قواعد البيانات دقيقة ويتم تحديثها، كما يتعهدون تقييم المعلومات التي يتم وضعها قبل نشرها³.

¹ رضوان جدي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص ص: 7-8.

² Muge Denir, Importance of Ethics, Credibility and Reliability in online journalism, European Journal of Social Sciences, Vol24, No 4, 2011, p:542

³ سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص: 299.

فطبيعة الإنترنت والصحافة الإلكترونية وغيرها من الوسائل الأخرى تقوم على أساس سرعة تناول الخبر، وهذا يجعل الحماسة تلعب دورا في سياق السرعة هذه، مما ينعكس على الدقة والتوازن والوضوح، وتتعهد مؤسسات الأخبار الرئيسية لتمكين من تطبيق معايير إخبارية تقليدية على الإنترنت، لكنها تكشف أنه ليس من السهل نقل معايير الدقة والتوازن والوضوح إلى وسيلة تقوم على أساس الإيصال السريع للأخبار¹.

كما أن ما يعتبره البعض قوة في وسائل الإعلام الرقمية والمتمثل في مقولة "يمكن سماع الجميع" يمكن أن يكون ضعف أيضا، ولهذا فإن مفهوم تربوي مثل محو الأمية الرقمية لا يجب أن تكون حول مهارات الإنترنت وحسب، بل تتضمن أيضا القدرة على تقييم القيمة الأخلاقية لما يقدمه الإنترنت².

- احترام المصادر: فالصحفيون يتقصون مادتهم من مصادر متعددة وذلك باستخدام الوسائل الرقمية في التواصل مع المصادر كالبريد الإلكتروني، مما أحدث تغييرا في العلاقة بين المصدر والصحفي.

كما وفرت هذه البيئة وسائل أكثر للصحفيين للاقتباس والحصول على المعلومات من المصادر دون استئذانهم خاصة إذا تم الاتصال بشكل خفي ومجهول إذ قد يحمل كل من المصدر والإعلامي هوية مزيفة أثناء اتصالاتهم الإلكترونية ما قد يكون له تبعات جسيمة على أخلاقيات العمل الإعلامي³.

كما أن حماية سرية المصادر هو جانب أخلاقي أقره جميع الصحفيين في العالم، إلا أن هذا صعب في مجال الممارسة الصحفية على الخط (Online)، فكل مستخدم يترك أثرا إلكترونيا يمكن لمستخدم آخر يملك المعرفة والمعدات المناسبة أن يتعقب هويات الناس بسهولة إلى حد كبير.

ويصف رؤساء تحرير الصحف الإلكترونية في هولندا مشكلة المصادر بالقول: ما هو الوضع القانوني للقارئ الذي يرسل لك رسالة عبر البريد الإلكتروني؟ وهل ينبغي اعتباره مصدرا؟ هل هو مجهول؟⁴.

¹ سالي رمضان عبد المنعم، مرجع سبق ذكره، ص: 219.

² Marco Van Leeuwen, Social Media Ethics, published on 11 February 2015, retrieved on 5 December 2019 at 12:47h from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118767771.wbiedcs092>

³ السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، مرجع سبق ذكره، ص: 358.

⁴ رضوان جدي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص ص: 4-5.

- منع الضرر: نص ميثاق معهد "بوينتر" على التزام محرري المواقع الإلكترونية بالتحكم التحريري في المواد الضارة والالتزام بتحذير الجمهور من المواقع التي تتضمن مواد مسيئة أو مضرة.

(2) أخلاقيات التعامل مع الإعلان

وتتعلق هذه المشكلة بحقيقة إزالة الحدود بين محتويات الأخبار والإعلان، فالمساحات المخصصة لمحتويات الأخبار والإعلان ليست منفصلة بوضوح عن بعضها البعض، ولهذا يتم توجيه القراء إلى الإعلانات في الصفحات الأخرى عن طريق إضافة روابط إلى صفحات الأخبار¹. ولقد أدى ذلك إلى أن تحتل هذه المشكلة أهمية كبيرة في الموثيق الأخلاقية الجديدة، وقد تميز ذلك في ميثاق الجمعية الأمريكية لمحرري المجالات، حيث نص على أن ديناميكية تكنولوجيا الصفحات الإلكترونية قد أدى إلى تزايد ارتباك القارئ وتعرضه للخداع، ولذلك يجب أن تتحمل كل صحيفة إلكترونية المسؤولية في أن توضح لقارئها ما المضمون التحريري وما المضمون الإعلاني.

(3) أخلاقيات التعامل مع حق الإنسان في الخصوصية

عالجت الموثيق الأخلاقية الجديدة بالنص على التزام محرري الصحف الإلكترونية باحترام حرية حياة الإنسان الخاصة، وهو نفس النهج الذي سارت عليه الموثيق الأخلاقية للصحافة المطبوعة ووسائل الإعلام الأخرى.

وأضاف تقرير لمعهد بوينتر عن أخلاقيات الصحافة الإلكترونية أن لا تستخدم في انتهاك حق القراء في الخصوصية مثل جمع المعلومات الديمغرافية عن طريق الاستطلاعات على الإنترنت، وعدم استخدام نتائج هذه الاستطلاعات بواسطة طرف ثالث، وعدم التجسس.... الخ.

(4) أخلاقيات الصور

إن أساليب التصوير قد تطورت بحيث أصبح من الممكن تغيير مضمون الصور والتحكم في الألوان وإضافة صورة أشخاص أو أشياء أو حذفها، ويتم الإدعاء أن هذه الصور تمثل الواقع². فالفوتوشوب هو قضية مثيرة للجدل في العصر الرقمي، لأن الكثير من الصور الصحفية فقدت الصدق بسبب تغيير الصحفي للصور وخداع الناس³.

Op.cit., p541.

² سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص ص: 300-310.

³ Dang Thi Thu Huong, Communication Technology and The Media Ethics in The Degital Age, Journal of Social Sciences and Humanities, Vol29, No4, 2013,p :50.

وتضاف قضية أخرى تتعلق بمدى الوثوق في الصور والفيديوهات التي يتم الحصول عليها من الصحفي المواطن، وكيف يمكن التأكد من أنها تعبر حقا عن الحدث مضمون الخبر، ضف إلى ذلك إمكانية استخدامه للتكنولوجيا لتغيير الصور أو الفيديوهات على سبيل المثال لإضافة موضوع إلى الصورة أو اخراج موضوع من الصورة¹، ومع ذلك المواثيق الأخلاقية للإعلام الإلكتروني أهملت ذلك ولم تحاول أن تقوم أي توجيهات للصحفيين بشأنها.

5) أخلاقيات تجاه زملاء المهنة

تفتقد البيئة الإعلامية الإلكترونية لكيانات مهنية محددة المعالم تساعد في الدفاع عن المهنة وممارسيها وعن حقوقهم المهنية والمادية، وكل ما ظهر حتى الآن هو جهود تطوعية وبحثية بعقد مؤتمرات أو صياغة مبادئ أخلاقية عامة يغلب عليها الطابع التقني والفني أكثر منه المهني.

6) أخلاقيات الوصلات والروابط التشعبية

تعد الوصلات والروابط التشعبية من السمات المميزة للعمل الإعلامي الإلكتروني، حيث تضيف عليها الكثير من الحيوية والتفاعلية باعتبارها طريقة سريعة ومتجددة للوصول إلى المعلومات، وتعتمد على لغة النص الفائق Text Hyper والتي تستخدم في نشر النصوص والبحث في المواقع والوثائق المتعلقة بالموضوع.

لكن للروابط التشعبية ميزات سلبية من الناحية الأخلاقية ذلك أنها يمكنها ربط المستخدم بمواقع مثيرة للجدل والخلاف أو لا ترقى للمستوى الأخلاقي والمهني المتوقع من العمل الإعلامي، أو تتضمن معلومات مضللة للجمهور بحيث قد تتعرض للمساءلة القانونية خاصة وأنه هناك صعوبة التحكم فيما تتضمنه المواقع الأخرى من مواد أو تتبع مدى وفائها للمتطلبات الأخلاقية للعمل الإعلامي مع العدد الكبير من المواقع التي يتم الربط بها.

لهذا يثير استخدام هذه الروابط تساؤلات حول المسؤولية الأخلاقية للإعلامي في تعامله مع الروابط، والتي قد تصل إلى مستوى ثالث وهو مراجعة الروابط المستخدمة ومضمونها.

وقد أشار معهد بوينتر أن الروابط المستخدمة من طرف الصحافة الإلكترونية يجب أن تكون واضحة ومحددة، ملائمة للموضوع وحديثة ودقيقة مع ضرورة التأكد من احترامها للقيم المهنية والإعلامية

¹ ستيفن وارد، أخلاقيات وسائل الإعلام الرقمية، ترجمة ماهر عبد المحسن، مجلة دفاتر فلسفية، العدد 9، 2015، ص: 281.

المتعارف عليها، ولهذا يجب أن ينص أي ميثاق شرف على ضرورة قيام المواقع الإعلامية بمراجعة تحريرية للروابط المستخدمة.

7) أخلاقيات حماية حقوق الملكية الفكرية

في بيئة الإنترنت يمكن تلقي الأخبار التي تملكها المواقع الأخرى مع قص أو نسخ أو لصق، وبذلك نقل الاختلافات النوعية تدريجياً بينما تزداد مواقع الأخبار من حيث الكمية، والملكية الفكرية هي أكثر الحقوق انتهاكاً في الإنترنت¹.

وفي البيئة الإلكترونية ظهرت أشكال جديدة ومنها: نسخ المواد المنشورة إلكترونياً دون الحصول على تصريح مسبق من صاحب الحق الأدبي أو بثها أو حذف أجزاء منها، وأيضاً ربط بعض المواقع بمواقع أخرى دون الحصول على موافقتها أو إدراج أجزاء منها ضمن مادة الموقع الإعلامي، خاصة وأن التضخم المطرد في حجم المعلومات والبيانات التي تنشر عبر الإنترنت يؤدي إلى صعوبة تمييز الأعمال الأصلية عن غيرها².

وطرحت عدة أسئلة في هذا السياق: من يملك حقوق المحتوى الذي ينتجه أفراد متعددون، هل الصحيفة أو الموقع هو المالك لها أم أصحابها الذين أنتجوها؟ خاصة وأن كثير من تطبيقات صحافة المواطن والمواقع أصبحت نماذج اقتصادية وتجارية مريحة، فهل يستفيد المواطنون المشاركون من هذه المداخل؟ أم أن الموقع هو الذي يستحوذ عليها؟ ثم ما هي القوانين التي يجب الاحتكام إليها في إشكاليات حقوق التأليف، خاصة في ظل وجود فراغ قانوني في هذا الشأن³.

4. الإشكالات الأخلاقية المرتبطة بوسائط الإعلام الجديد

ترتبط أغلب الإشكالات الموجودة بالنسبة لوسائط الإعلام الجديد بـ:

أولاً: التطور الهائل في وسائل الاتصال: حيث ظهرت المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي وصحافة المواطن، وبالتالي تحول المنتج الصحفي إلى منتج إلكتروني تفاعلي يتجه من الكل إلى الكل عوضاً من الجزء إلى الكل.

¹ Op.cit., p : 543.

² السيد بخيت، مرجع سبق ذكره، ص ص: 371-374.

³ إبراهيم بعزیز، المضامين الإعلامية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بين احترام أخلاقيات النشر والسعي لإثارة الجماهير، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 1، العدد 7، جوان 2017، ص: 174.

ثانياً: سرعة تقديم الأخبار: والتي تحولت في مطلع الألفية الحالية إلى غاية في حد ذاتها، حيث تقدس السرعة وتختزل الحدث الصحفي، ذلك أن السرعة والآنية أصبحت رهينة للتطورات التي تجرى في العالم والتي لها تأثير كبير على دقة الأخبار وموضوعيتها خاصة في ظل زيادة الأخبار المنتجة¹.

لهذا فإن أهم هذه الإشكالات ترتبط بما يلي:

أ. الإشكالات الأخلاقية المرتبطة بالصحافة الإلكترونية

لقد تحولت الصحافة الإلكترونية في فترة وجيزة إلى ظاهرة إعلامية ذات أبعاد متعددة تغير فيها الإنتاج الإعلامي والسلوكي الاستهلاكي للقراء، ورافق ذلك تحرر المواد الإعلامية من قيودها الجغرافية، كما خلقت جيلاً جديداً من الصحفيين ينقلون الأخبار ويصورونها وينشرونها لحظة بلحظة مما خلق تداخلاً بين صوت الصحفي الاحترافي وصوت المواطن حيث امتزجت المواد الإعلامية القيمة التي تحترم معايير المهنة بالمضامين الرديئة التي تفقد لأدنى القيم المهنية².

لهذا فالصحافة الإلكترونية مطالبة بمراجعة مسؤوليتها المتعلقة بثلاثة عوامل أساسية وهي:

- تعدد مهام الصحفي

إن الكلفة غير المرتفعة في استخدام شبكة الإنترنت لنشر المواد الإعلامية قد شجع الكثير من المؤسسات الإعلامية على الاستثمار في الشبكة مع الاعتماد على عدد محدود جداً من اليد العاملة غير المتخصصة أحياناً في مجال الاعلام، لتتشابك مهام الصحفي بين التحرير والإعلان والتسويق. فالصحفي الإلكتروني يعد التقرير الصحفي ويجهز التطبيقات المستخدمة في الموقع ويتابع تعليقات الجمهور ويجمع قاعدة من البيانات خاصة بالجمهور.... الخ، وهذا بدوره يفرز الكثير من المشاكل المتصلة بالمحتوى الإعلامي مثل الحياد والمصداقية.

- سرعة الانتشار والتفاعل

وبأتي هذا من خلال السبق الصحفي وضمان سرعة الانتشار، فقد تغيب الدقة والموضوعية عن الخبر الإلكتروني لعدم التدقيق في صحة المصدر إذ تتراوح المصادر بين مواقع وكالات الأنباء على

¹ جمال الزرن، أخلاقيات المهنة الصحفية في تونس: من جمعية إلى نقابة، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي بعنوان أخلاقيات الممارسة الصحفية في عالم متحول، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة منوبة، تونس، 23-24 أفريل 2009، ص: 23 و108.

² المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2019، ص: 3.

الإنترنت أو الصحف الإلكترونية الأخرى مما يطرح إشكال الأمانة الصحفية ما قد يكون سببا في تراجع ثقة الجمهور¹.

كما أن التحول إلى بيئة تفاعلية ينذر بتغيير كبير للصحفيين فرديا وجماعيا، حيث يفقدون قدرا كبيرا من السيطرة، فهناك من يرى أن فقدان السيطرة أكثر صعوبة خاصة وأن مساهمات المستخدمين تقلل من مصداقية القصة بدلا من تعزيزها².

- مغالاة الصحفي في اعتماد مصادر مفتوحة

وتتمثل في محركات البحث مثل Google مروراً بموسوعة ويكيبيديا، وانتهاءً بشبكات التواصل الاجتماعي إذ أنه وبالرغم من الفوائد التي تقدمها للصحفي إلا أنها لها بعض السلبيات التي قد تؤثر على جودة المواد الإعلامية نتيجة التضخم المعلوماتي الذي يجمع بين الجيد والرديء، هذا وبعض مصادر المعلومات يكون مسؤول عنها مجهول الهوية مما يطرح إشكالية الوثوق بهذه المصادر.

كما أن توظيف المواد الموجودة على منصات التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار يبرز تحديا أخلاقيا جديدا يتمثل في استخدام المواد لغير الأغراض التي أنشأت لأجلها³.

وقد أثارت هذه التوجهات نقاشا لا يستهان به حول قيم الصحافة الأساسية، ويرى البعض أنه من الواضح أن الصحافة تمر حاليا بمرحلة إعادة تحديد هويتها، والتكيف مع قوى تسبب الفوضى فيها، ويتمحور هذا النقاش حول قضايا أساسية أهمها المصداقية.

وأوجد مشروع لتنظيم الصحافة الإلكترونية لمنظمة Associated Press Managing Editors بعنوان "مصداقية الصحافة الإلكترونية" وهذا لاستكشاف القضايا المتعلقة بنشر الأخبار العاجلة على الإنترنت، وفيما يلي بعض الأسئلة وجب على كل غرفة أخبار أن تسألها قبل نشرها:

- المعلومات الرسمية مقابل التقارير المستقلة: متى تتجه لأي منها؟
- متى تذكر إسم شخص ما؟ كيف تتحقق من مصدر الإسم؟
- ما هو نوع الفيديو أو الصور المناسبة ضمن إطار الأخبار العاجلة؟ وكيف نتعامل مع الأحداث وضحايا الجريمة وغيرهم؟

¹ المعز بن مسعود ، مرجع سبق ذكره ، ص ص: 6-7.

² Op.cit., p : 840.

³ المعز بن مسعود ، المرجع السابق ، ص:7.

- كيف نتعامل مع التصحيحات للأخبار العاجلة أو تغيير المعلومات في تقارير الأخبار العاجلة؟ ما مدى وضوحنا في عملية التصحيح؟ وبأي طريقة تتم؟ وهناك أسئلة تتعلق أيضا بالمصادقية:
 - ما هي سرعة تغطية المعلومات التي يمكن أن تتغير؟
 - ماهي نوع المصادر الموثوقة في إطار الأخبار العاجلة؟
 - ماذا تعني الدقة في إطار الأخبار العاجلة؟ هل هي ما تعلم أنه صحيح الآن؟
- وقد حدد الباحثان "Arant" و "Anderson" قضايا رئيسية بالنسبة لصناعة الصحافة الإلكترونية تمثلت في:

- التوصل إلى وسائل للتأكد من صحة الحقائق وتحرير الأخبار على الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية.
 - تحديد سياسات غرف المناقشة بشكل واضح.
 - التوصل إلى صيغة محددة لبيع المعلومات والمواد الأرشيفية.
 - التوصل إلى معايير مهنية حول عمليات تشكيل الصور والتلاعب بها¹.
- ب. الإشكالات الأخلاقية المرتبطة بالشبكات الاجتماعية
- تواجه شبكات التواصل الاجتماعي تحديات أخلاقية كبيرة منها:
- صحة ومصداقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
 - غياب الضوابط المتعلقة بنشر العنف والتطرف والإرهاب، ناهيك عن قضايا القذف والتشهير ونشر الإشاعات دون رقيب، إضافة إلى إثارة النزعات الإقليمية والدينية والطبقية واستخدام الألفاظ النابية والعبارات الجارحة وغيرها².
 - عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية الخاصة بالفصل بين الخبر والرأي وبين المعلومة والإشاعة.
 - عدم التدقيق في المعلومة قبل النشر.

¹ سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص: 297.

² محمد قيراط، مرجع سبق ذكره، ص ص: 451-452.

▪ لا توجد معالجة موضوعية للأحداث وتوازن في العرض¹

فالشبكة هي ما يميز التواصل الذي يجمع بين المرسل والمتلقي ويمكن أن تمتد إلى ما لانهاية وقد لا يكون لها أي حد، إذ عرفت هذه الكلمة نجاحا كبيرا بفضل الإنترنت، إذ أن هناك الكثير من الشبكات التي تتمتع بشعبية كبيرة لكنها قد تكون مسرحا كبيرا للوهم، فقد تتعدد المعلومات ولكنها ليست مؤكدة، وفي الشبكات الاجتماعية المعلومة تقول في كل شيء كما أن الشفافية مبالغ فيها في الحديث عن أي رأي².

ولما كان بإمكان الصحفيين الاستفادة من وسائل الإعلام الاجتماعية لكسر القصر والترويج للمقالات والحصول على ردود الفعل، فإن المعلومات الخاطئة وفيرة على تويتر و فيسبوك، الأمر الذي يجعل من عملية التدقيق في المعلومات الصحيحة وغير الصحيحة مهمة بالنسبة للصحفيين ذلك أن الخطاب في هذه الوسائل مفتوح، خاصة إذا سمحت المؤسسات الإعلامية بالمشاركة الكاملة للمساهمين الجدد (الصحفيين المواطنين)³.

ولعل استخدام الصحفي لمواقع التواصل الاجتماعي ينجم عنه عدة مخاطر مهنية وأخلاقية أهمها:

- نزاهة ومصداقية وأصالة المعلومات.
- الإضرار بمكانة الصحفي وسمعته خاصة ذلك الذي يعبر عن موافقة الخاصة.
- الإنخراط في نقاشات لا يمكن أن يكون فيها الصحفي نزيها ومحايذا.
- الإخلال بمبدأ الفصل بين الحياة الخاصة والحياة العامة⁴.

من جانب آخر فإن التعليق على الإنترنت من خلال صفحة فيسبوك أو تويتر يمكن أن يضع الصحفي في ورطة مع محرريها أو الناس الذين يعلقون عليها، خاصة إذا جاء في وسيلة تقدم التقارير بحيادية⁵.

¹ حسين ناصر حسين، مرجع سبق ذكره، ص: 477.

² إلزا غودار، أنا أوسيلفي إذن أنا موجود: تحولات الأنا في العصر الافتراضي، ترجمة سعيد بنكراد، الطبعة الأولى، المركز الثقافي للكتاب للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، 2019، ص: 52.

³ Andrew Tursky, A Tweety Johnny Manziel: The Ethics of Journalism and The Framing Theory, Master Thesis, Hawai'i Pacific University, United States, p: 16.

⁴ حبيب بن بلقاسم وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 30.

⁵ ستيفن وارد، مرجع سبق ذكره، ص: 279.

لهذا فالسؤال المطروح هنا هو: هل يجب أن يلتزم الصحفيون بالأخلاقيات المهنية على شبكات التواصل الاجتماعي؟ والإجابة بحسب التجارب العالمية تبين بوضوح أن حرية الصحفي في الفضاء الافتراضي ليست مطلقة بل تخضع إلى عدد من المبادئ مصدرها الأساسي المواثيق الأخلاقية للمؤسسات الإعلامية والتي يضعونها في إطار التنظيم الذاتي لمهنتهم¹.

ت. الإشكالات الأخلاقية المرتبطة بالمدونات

من بين الظواهر الجديدة في البيئة الإلكترونية ما يعرف بالمدونات الصحفية والتي هي بحاجة إلى دليل مهني وأخلاقي لتنظيمها، خاصة وأن صراعات وآراء ودوافع هؤلاء لها انعكاس كبير على أخلاقيات العمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية، وبالأخص إذا أسيء استعمال الأخبار التي تنشرها أو تقديم معلومات خاطئة على مواقعها².

فمثلا قد يعد مراسل تقرير النزاهة في صحيفة له عن مرشح لمنصب العمدة، ولكن على مدونة له قد يعبر عن رأيه بقوة، كأن يقول أن المترشح هو سياسي غير محبوب وغير كفي³.

¹ الصادق الحمامي، الصحافة في عصر الميديا الاجتماعية، مرجع سبق ذكره.

² السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، مرجع سبق ذكره، ص:376.

³ ستيفن وارد، مرجع سبق ذكره، ص:279.

المطلب الثالث:

التنظيم المهني لأخلاقيات الإعلام الجديد

1. أهمية مواثيق الشرف الأخلاقية وضرورتها التنظيمية

إن ميثاق الشرف المهني هو مجموعة قواعد السلوك الواجب على أفراد المهنة احترامها والالتزام بها أثناء تأدية واجباتهم المهنية، وتتميز أغلب مواثيق الشرف أنها غير مطلقة الإلزام ومخالفتها لا تؤدي إلى عقوبات قضائية، إلا إذا توافق ذلك مع مخالفة القوانين الرسمية المعمول بها، ويمكن أن تؤدي مخالفة بعضها إلى إجراءات تأديبية من قبل الجهة المرجعية للمهنة¹.

إن فكرة مواثيق الشرف الصحفي تتبع من أن الصحفيين في العالم لا يريدون تدخل السلطات الحكومية في عملهم ما أمكن، وهذا من خلال ضبط عمل الصحفيين والارتقاء بالمعايير المهنية بالابتعاد عن الممارسات الصحفية للأخلاقية، بحيث تتضمن المبادئ التي يجمع عليها الصحفيون.

فالمنطلق الرئيسي لهذه المواثيق أن الحرية ليست هي حرية الصحفي أو المسؤول عن نشر أو بث ما يريد دون ضوابط، وبالتالي فهي تضمن كشف الحقيقة ونشرها مع الحفاظ على القيم والأخلاق².

إن المواثيق الأخلاقية يمكن أن تلعب أدورا مهمة بالنسبة لأي مهنة ومهنة الإعلام أيضا وهذا من خلال:

- المواثيق الأخلاقية ترفع الإحساس بالذاتية المهنية وتشير إلى نضج مهنة الإعلام، إذ يحصل الصحفيون على اعتراف اجتماعي، ذلك من خلال حصولهم على المهارات والمعرفة الكافية، آخذين بعين الاعتبار الخدمات الواجب توفيرها للمجتمع.
- يتيح الميثاق الأخلاقي ماذا يجب على المهنيين القيام به، كما يتيح إمكانية النقد الداخلي والإصلاح من خلال تحديد القيم والمعايير المهنية والواجبات التي يجب أن يلتزم بها الصحفي في مقابل الامتيازات والحقوق التي يتمتع بها.

¹ هالة حمدي غرابية، مرجع سبق ذكره، ص: 35.

² عبد المحسن بدوي محمد أحمد، الشرف الصحفي والقيم الأخلاقية، مجلة الأمن والحياة، العدد 362، 2011، ص: 46.

- المواثيق الأخلاقية تساهم في تحقيق الاستقلال المهني أو الحكم الذاتي المهني، فهي توفر إطاراً لتنفيذ وسائل الإعلام مسؤولياتها، وهذا بدوره يضمن حريتها وخلوها من أي ضغوط خارج التنظيم الذاتي، وبهذا يوفر نوعاً من التضامن بين الصحفيين للدفاع عن حرياتهم وحقوقهم¹.

وفي دراسة موثقة لليونسكو تضمنت نصوص المواثيق الإعلامية لأكثر من 60 بلد، خلصت إلى أن هذه المواثيق تجمعها أدوار مشتركة تضمنت عموماً:

- ✓ حماية الجمهور من الأخبار المضللة ومن الاستغلال الدعائي أو السياسي
- ✓ حماية الذين يقومون بمهنة الإعلام من الضغوط أو الممارسات غير السوية
- ✓ الحفاظ على قنوات الإعلام مفتوحة من رأس الهرم حتى القاعدة مع تمكين الإعلامي من الوصول إلى مصادر الخبر²

2. أنواع مواثيق الشرف الأخلاقية

❖ تبعا لصفة الإلزام

أ. مواثيق إلزامية: تكون إجبارية أي يجب على الصحفي أو الإعلامي تنفيذها، ويعاقب من يخالف أو ينتهك ما جاء فيها من معايير للسلوك المهني وتتخذ ضده إجراءات العقاب كالتأنيب العام والإيقاف عن مزاوله المهنة.

ب. مواثيق اختيارية: تقوم على أساس رغبة نابعة من العاملين في المهنة، بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل، وتعد هذه المواثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم³.

¹ سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص ص: 128-129.

² جورج صدقة، مرجع سبق ذكره، ص: 38.

³ عبد المحسن بدوي محمد أحمد، مرجع سبق ذكره، ص: 48.

❖ تبعا لطبيعة القواعد

- أ. موثيق ذات قواعد مثالية: وهي قواعد يفترض بالصحفي أن يضعها نصب عينيه، كمثال أعلى للوصول إليها حتى ولو كان ذلك صعبا، مثل: وضع رأيه الشخصي جانبا خلال تنفيذه تحقيق ميداني أو عرض وجهات نظر متعددة حول الموضوع الواحد، الدفاع الدائم عن حقوق الإنسان.
- ب. موثيق ذات قواعد عامة: في هذه الفئة يشترك الصحفي مع عامة الناس في مجموعة من المبادئ مثل عدم الكذب-عدم التزوير-عدم السرقة.
- ث. موثيق ذات قواعد استثنائية: أحيانا يعمد الصحفي إلى عدم احترام بعض القواعد إذا كان ذلك يخدم المصلحة العامة، خاصة إذا كان يسعى إلى كشف تصرفات مسيئة للمجتمع، فإذا كان على الصحفي أن يحترم سرا ائتمنه عليه مصدره، فإنه يصبح متحررا من هذا المبدأ إذا كان ذلك الخبر يؤدي خدمة عامة مثل: معلومات خاصة بعملية إرهابية¹.

❖ تبعا لجهة إصدار الميثاق

- أ. موثيق صادرة من منظمات دولية: مثل المبادئ التوجيهية للاتحاد الدولي للصحفيين والمبادئ الأخلاقية لليونسكو لإعداد التقارير الإعلامية.
- ب. موثيق صادرة من منظمات إقليمية: مثل الميثاق الإفريقي، ميثاق الإعلام العربي.
- ت. موثيق صادرة من مؤسسات إعلامية: مثل المبادئ التوجيهية لهيئة الإذاعة البريطانية BBC، ميثاق الشرف لاتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري.
- ث. موثيق صادرة من منظمات إعلامية وطنية: مثل ميثاق شرف الإعلام الجزائري، ميثاق شرف الإعلام المغربي، ميثاق شرف الإعلام في دولة الكويت².

❖ تبعا لميدان المبادئ

- أ. موثيق خاصة بأنواع إعلامية معينة: غالبية الموثيق تركز على الصحافة المكتوبة، وهنا يراعى ضرورة أن يكون لكل نوع من الوسائل الإعلامية موثيقها الخاصة كما هو الحال في اليابان.
- ب. قواعد تتناول قطاع إخباري معين: بعض الإعلاميين يحددون لأنفسهم قواعد مهنية محددة، غير أن هناك قطاعات ثلاث موضع اهتمام خاص: الإرهاب والمتفرقات الإخبارية، الدعاوي القضائية،

¹ جورج صدقة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 45-46.

² نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سبق ذكره، ص: 80.

فبعض وسائل الإعلام حددت قواعد في حالة الاضطرابات الأهلية مثل: الإنتباه من الإشاعات، تحاشي التحقيقات المباشرة.

ت. قواعد خاصة ببعض البلدان: هي تتعلق بثقافة كل بلد أو مستوى تطوره الاقتصادي أو حتى ببنية وسائل الإعلام فيه، ففي الدول الإسكندنافية حيث هناك تعلق كبير بحقوق الإنسان تتحاشى وسائل الإعلام تناول قضايا الانتحار إلا إذا كان في ذكرها مصلحة عامة، وهناك بعض المبادئ في المواثيق الأخلاقية خاصة بدول العالم الثالث حيث تركز على الحفاظ على الأمة، فيطالب الصحفي باحترام الدولة والعاملين فيها وعدم تعريض أمنها للخطر، وتطلب هذه المواثيق من الإعلاميين تعزيز الشعور القومي وتحاشي إثارة النزاعات والتصدي للتطرف¹

3. مواثيق الشرف الأخلاقية في الإعلام الجديد

ما يثير إشكالية التوصل إلى ميثاق شرف للعاملين في الإعلام الإلكتروني هو عدد من المظاهر التي يمكن أن نرصدها ومنها الشك في مصداقيته، مجهولية مصدر الأخبار والتعليقات المنشورة بها، استخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام، الإساءة إلى الشخصيات العامة، وقد يصل الأمر إلى إهانة رئيس الجمهورية وازدراء الأديان².

وبالرغم من أن بعض العاملين في الإعلام الإلكتروني يرون أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، إلا أنه ظهرت بعض المواثيق الأخلاقية في مجال الإنترنت والصحافة الإلكترونية من أهمها: ميثاق رابطة الإنترنت في جنوب أستراليا عام 1998، ميثاق جمعية محرري المجلات الأمريكية، بروتوكول معهد بوينتر 1997 وتمثل في صياغة أدلة عمل توجه الصحيفة في البيئة الإلكترونية بالاستفادة من القيم التقليدية للإعلام، حيث قام 39 خبيراً بوضع محددات أساسية لهذه القيم الأخلاقية وحددوا ستة قيم إخبارية أساسية وهي: تقييم الأخبار والمصداقية، الشمولية والعدالة، التوازن، الدقة والأصالة.

والميثاق الذي أصدرته منظمة ACM، بالإضافة إلى بعض البيانات التي أصدرتها الجامعات تشكل أساساً لتطوير مواثيق أخلاقية في مجال الإنترنت مثل الجامعة الدولية اليابانية 1996.

¹ جورج صدقة، مرجع سبق ذكره، ص ص: 48-49.

² شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مرجع سبق ذكره، ص ص: 122-123.

بالإضافة إلى الفيدرالية المهنية لصحفي مقاطعة "الكيبك" والجمعية الأمريكية للناشرين في ميثاقها الأخلاقي الذي يؤكد على الالتزام بالمعايير المهنية العامة التي تطبق على وسائل الإعلام الأخرى، إذ لا ينشر الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي ما لا يمكن له أن ينشره على صحيفته، وهذا لسببين رئيسيين:

- انتماء الصحفي إلى مؤسسة حريضة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور .
 - المسؤولية الاجتماعية للصحفي باعتباره فاعلا اجتماعيا يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة¹.
- وقد قامت العديد من الدول بمراجعة مدونات قواعد السلوك الصحفية، حيث بدأ 31 بلد بمراجعة موائيقهم منذ 2001، لكن 9 دول فقط أضافت إشارات محددة إلى الإنترنت أو الوسائط الرقمية منها: كندا - هنغاريا-البوسنة-الهرسك-لوكسمبورغ.

على سبيل المثال تنص المبادئ التوجيهية لأخلاقيات الرابطة الكندية للصحفيين على أن الممارسة الأخلاقية لا تتغير مع الوسيلة، وبالمثل توضح مدونة ممارسات المحررين في المملكة المتحدة في 2016 على أنه يقع على عاتق المحررين والناشرين مسؤولية تطبيق المدونة على التحرير في كل من المنشورات المطبوعة والمنشورة على الإنترنت²، وفي السويد أيضا كانت المبادئ التوجيهية الأخلاقية التي صاغها مجلس الصحافة ينطبق أيضا على الصحف على الإنترنت ووسائل الإعلام الاجتماعية ذات الصلة، إذ أنها غير متحفظة على إدراج أشكال جديدة من الصحافة التشاركية تحت مظلة أخلاقيات الصحافة التقليدية³.

قامت بعض مؤسسات الإعلام بوضع موائيق لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية، وتؤكد بشكل عام على أن الأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الميديا التقليدية تبقى صالحة في مجال الميديا الاجتماعية⁴، ومن أمثلة ذلك المدونة الأخلاقية لـ BBC التي حددت فيها

¹ الصادق الحمامي، الصحافة في عصر الميديا الاجتماعية، مرجع سبق ذكره.

² Anush Khadka, Do we need a new ethics for the digital media ? retrieved on 24.09.2018 at 23:27h from https://www.academia.edu/25191200/Do_we_need_a_new_ethics_for_the_digital_media

³ Kristoffer Holt, New media, New participants, New ethics: Is there a Chance for ethics in a world of prosumers? Conference of "Social Media in a Changing Media Environment: Lessons from The Arab World, Tunis, October16-18, 2014.

⁴ الصادق الحمامي، الصحافة في عصر الميديا الاجتماعية، المرجع السابق.

أشكال حضور الصحفي في الميديا الاجتماعية حساب شخصي وحساب مهني، ولكل حالة معايير خاصة، كما تشير إلى عدم ذكر الانتماء إلى المؤسسة في حالة الاستخدام الشخصي. ويشير ميثاق وكالة الأنباء الفرنسية إلى أن سلوك الصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية يؤثر بشكل مباشر على صورة الوكالة التي تبحث من خلال هذه الوسائط على تعزيزها، لهذا تدعو مدونة التلفزيون العمومي الفرنسي الصحفيين إلى اختيار أنفسهم ممثلين للمؤسسة في الميديا الاجتماعية، لهذا فهم مطالبون بالتأكد من الصور التي يمكن أن يجدها الصحفي في هذه الشبكات. واقترحت أيضا شركة Yellow الرقمية لوسائل الإعلام مدونة أخلاقيات لمبدعي المحتوى عبر الإنترنت توازي ميثاق رابطة الصحافة النرويجية ويتضمن معايير مثل: الفصل بين الحقيقة والرأي، منح المعارضين فرصة كاملة للرد¹.

وعربيا هناك أربع مدونات سلوك عربية تتضمن مبادئ خاصة بالميديا الاجتماعية وهي:

1. مدونة سلوك الإذاعة التونسية: في الباب الحادي عشر خاص بالخدمة الإلكترونية ومواقع الواب والوسائط الاجتماعية.

2. الميثاق التحريري لموزايك FM: الفصل السابع عشر.

3. السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة التونسية.

4. لائحة شبكة الجزيرة: بشأن الاستخدام والمشاركة في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت وتدعو هذه الندرة خاصة لدى مؤسسات الميديا الإذاعية والتلفزيونية العربية إلى ضرورة التفكير في فهم محدودية آليات التنظيم الذاتي في السياقات العربية².

ويمكن أن تكون موائيق الشرف على الأشكال التالية:

1. موائيق خاصة بكل صحيفة أو شبكة إخبارية: حيث تقوم كل صحيفة بإصدار ميثاقها الذي يشكل عقدا مع جمهورها، ويوفر للصحفيين العاملين فيها الإرشادات والتوجيهات لتشكيل المضمون، ويساهم هذا النوع في تشكيل هوية الصحيفة أو الموقع.

2. موائيق على مستوى قطري: ويتم ذلك عن طريق تشكيل رابطة لناشري الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية في كل قطر عربي.

¹ Clifford G Christians and others, Media Ethics: Cases and Moral Reasoning, ninth Edition, Routledge, New York, 2017, p: 27.

² اتحاد إذاعات الدول العربية، مرجع سبق ذكره، ص ص: 130-131.

3. ميثاق عربي: ويتم ذلك عن طريق تشكيل رابطة عربية للصحافة الإلكترونية¹ وفي هذا الشأن أصدر الاتحاد الدولي للصحافة الإلكترونية بيانه التأسيسي الأول سنة 2004 الذي يتخذ من القاهرة مقرا له، حيث تم توزيع البيان على معظم وكالات الأنباء العالمية والصحافة العربية والدولية، ويحتوي الميثاق على 11 مبدأ يتشكل من أربعة شعب:

1. شعبة الصحفيين

2. شعبة الكتاب

3. شعبة عامة: تضم المصححين ورسامي الكاريكاتير والمصورين والفنيين

4. شعبة المواقع: تضم المواقع أعضاء الاتحاد²

ومع ذلك لازالت الرؤية تجاه إنشاء ميثاق شرف خاص بأخلاقيات الإعلام الإلكتروني ضبابية حتى الآن، مع ما يتأمله المعنيون بالأمر من أن يعمل على إعادة ترتيب حالة الفوضى المشهودة خاصة مع ما تنتسم به بعض المواقع من اللامسؤولية واللامهنية³.

وفي الجزائر بعد نضال متواصل تراوحت نتائجه بين النجاح والفشل في الدفاع على حقوق الصحفيين تأسست النقابة الوطنية للصحفيين بشكل رسمي بتاريخ 4 جوان 1998 طبقا للقانون 90-14 لـ 2 جوان 1990 المتعلق بممارسة الحق النقابي، وتحصلت على اعتمادها في 2 مارس 1999.

ولهذا جاء ميثاق الصحفيين الجزائريين تطبيقا للتوصيات التي خرج بها المشاركون في أشغال الجلسات الوطنية حول الاتصال، حيث قررت النقابة الوطنية للصحفيين عقد ندوة وطنية حول أخلاقيات المهنة وقواعد السلوك المهني بتاريخ 13 افريل 2000، الهدف الأساسي منها هو عرض نص مفتوح لميثاق أخلاقيات المهنة للإعلام من مختلف الوسائل ليتم الاتفاق على نص واحد لهذه المدونة، تضمنت في البداية تعريفا للصحفي المحترف ثم أشارت إلى بعض المبادئ الأخلاقية كالحق في الإعلام وحرية التعبير وكذا مسؤولية الصحفي.

وقد أكدت هذه الوثيقة على أن ما احتوته من مطالب ليس بالقانون الرادع، وإنما هو ميثاق أخلاقيات يوضح مجموع قواعد السلوك المتفق عليها عالميا.

¹ سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، مرجع سبق ذكره، ص: 297 و312.

² سناء مجالدي والوليد رفاص، مرجع سبق ذكره، ص: 16.

³ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص: 186.

وعلى العموم فقد تضمن الميثاق 26 مادة، 18 مادة خاصة بالواجبات و 7 مواد بالحقوق تم تبويبها في بيانين أساسيين هما:

1. بيان واجبات الصحفيين: وهي الواجبات التي يتعين على الصحفي القيام بها ضمانا لخدمة إعلامية صادقة وموضوعية، مثل احترام الحقيقة، احترام الحياة الخاصة للأفراد والامتناع عن تحريف المعلومات وغيرها من المبادئ الأخلاقية.

2. بيان للحقوق: يكفل حق الصحفي ويحافظ عليه ومن هذه الحقوق نذكر: الحق في الوصول إلى مصادر الخبر، التكوين المتواصل، الترقية، الاعتراف للصحفي بحقوق المؤلف وغيرها، وختمت هذه الندوة بانتخاب أول مجلس أعلى لأخلاقيات المهنة، ويضم هذا المجلس 11 عضو يمثلون مختلف وسائل الإعلام عمومية وخاصة¹.

وإلى جانب إقراره للحقوق والواجبات فإنه في ذات الوقت أخضع الصحفي إلى تحمله للمسؤوليات أمام القانون، وتتحدد هذه المسؤوليات عند قيام صحفي بإساءة استخدام الوسائل المتاحة له ضمن عمله أو عند إخلاله بأصول المهنة وقواعدها، وتفرع هذه المسؤوليات إلى:

- مسؤوليات جنائية: وهي المسؤولية الناتجة عن مخالفة الصحفي لأحكام قانون المطبوعات، وكذلك قوانين المؤسسات الصحفية الأخرى، فضلا عما ورد بهذا الخصوص من أحكام خاصة في قانون العقوبات.

- مسؤوليات مدنية: وذلك بدفع التعويضات المالية للمتضرر مقابل الضرر.

- مسؤولية مهنية: وهي المسؤولية الناجمة عن مخالفة الصحفي للقواعد المنظمة لأصول المهنة المهنية ولأحكام نقابة الصحفي والتي تشكل قواعد أخلاقيات المهنة الصحفية المنصوص عليها في القانون²

لكن فيما يخص الإعلام الجديد لا يوجد في الجزائر إلى اليوم أي ميثاق شرف خاص ينظم نشاط شبكات التواصل الاجتماعي أو الصحافة الإلكترونية أو المدونات.

¹ إسماعيل حمدي محمد، الضوابط الشرعية للإعلام، د.ط، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2018، ص ص: 304-305.

² محمد بركان، الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية: دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012، مجلة جيل حقوق الانسان، العدد 23، أكتوبر 2017، ص: 279.

عرض وتحليل بيانات

الدراسة

تمهيد

يتضمن هذا الفصل الجانب التحليلي لبيانات الدراسة بحسب الفئات الموجودة، حيث تم عرض وتحليل البيانات التي تمثلت في مختلف التجاوزات الأخلاقية بالتحليل الكمي والكيفي، وقد تناول كل مبدأ بمؤشراته في الوسائط الثلاث (الصحافة الإلكترونية، موقع فيسبوك، موقع تويتر)، وقد تم قياسها من مجموع العينة ككل و من المجموع العام لهذه التجاوزات.

الفصل الثالث: عرض وتحليل بيانات الدراسة

1. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالمبادئ الإنسانية

1/ مبدأ احترام كرامة الدول

جدول رقم (5) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام كرامة الدول

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك				التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت				الوسيط		
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		المؤشرات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
/	/	/	/	/	/	/	/	20	2	0.39	2	احترام سيادة الدول
/	/	/	/	/	/	/	/	20	2	0.39	2	عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول
/	/	/	/	/	/	/	/	20	2	0.39	2	عدم تحقير أو إذلال أي دولة
/	/	/	/	/	/	/	/	40	4	0.78	4	عدم التصوير السلبي لأي دولة
/	/	/	/	/	/	/	/	100	10	1.95	507	المجموع

يرصد الجدول رقم (5) التجاوزات الأخلاقية المتعلقة بمبدأ احترام كرامة الدول من خلال مؤشراتته، وهذا من مجموع العينة الكلي والتي تقدر بـ 507 مادة إعلامية ومن مجموع التجاوزات لهذا المبدأ كما يبين الجدول أعلاه (10 تجاوزات)، إذ ارتأينا أنه من المهم بيان نسب التجاوزات حسب نوعها واحترامها للمؤشرات الخاصة بكل مبدأ، وأيضاً بيان نسبتها ضمن المواد التي شملها التحليل (عينة الدراسة) من باب الوقوف على حجم التجاوزات في إطار هذه المواد المحللة.

فبالنسبة للتجاوزات من مجموع العينة فقد جاءت النسب قليلة جداً في الصحيفة الإلكترونية، حيث كانت أكبر نسبة مقدرة بـ 0.78% في مؤشر عدم التصوير السلبي لأي دولة، ثم نسبة 0.39% التي تمثل نسبة متساوية بين المؤشرات الثلاث المتبقية: احترام سيادة الدول، عدم التدخل في الشؤون الداخلية

للدول، عدم تحقيق أو إذلال أي دولة، وهذا راجع بالأساس إلى طبيعة التغطية الإخبارية عموماً في الصحيفة والتي تشمل أيضاً الأخبار الدولية التي تعد تغطية تقريرية تكتفي غالباً بنقل ما حدث وما قيل، دون أن يكون للصحفي رأي في الخبر، فالإساءة من الصحفي تجاه أي دولة بأي شكل من الأشكال تتجم عن التدخلات غير الموضوعية للصحفي في الخبر، والتي كانت محدودة نوعاً ما في الصحيفة.

ولم تسجل صفحتي فيسبوك أو تويتر أي تجاوز أخلاقي وذلك متعلق بمضامين هذه المواقع خلال فترة الدراسة، حيث أن أغلبها هي مضامين للقناة التلفزيونية يعاد نشرها على شكل مقاطع وأجزاء، ولا تشكل مضامين جديدة خاصة بهذه المواقع، وبالتالي يمكن أن تستغل الحرية التي تتميز بها.

ومن جانب آخر فعينة أخبار الصفحتين الخاصتين بصحيفة البلاد خلال فترة الدراسة أغلبها أخبار محلية ووطنية، ولا تجد الأخبار الدولية إلا أحياناً فقط، حيث اهتمت أكثر بالشأن المحلي والوطني ذلك أن هذه المضامين تجذب المواطن الذي يعد من مستخدمي هذه المواقع، أين يجد ما يعبر عنه وعن شؤونه حيث يزيد من التقارب والتفاعل بين المؤسسة الإعلامية والجمهور الجزائري، من خلال تناول أوضاعهم وأخبارهم ومشاكلهم على عكس الصحيفة الإلكترونية التي تتطرق للأخبار الدولية، و يوجد باب الدولي في صحيفة البلاد نت، حيث تتوزع على عدة أبواب وهذا للتغطية الشاملة للأحداث.

وبالتالي فإن صحيفة البلاد قد التزمت بهذا المبدأ عبر مختلف الوسائط.

أما بالنسبة للتجاوزات فيما بينها، يمثل التصوير السلبي لأي دولة نسبة 40% في حين تتساوى باقي المؤشرات: عدم التدخل في الشؤون الداخلية للدول، عدم تحقيق أو إذلال أي دولة، احترام سيادة الدول، وهذا بنفس النسبة بـ 20% لكل مؤشر.

إن التجاوزات لهذه المبادئ كما تظهر عناوين المواد الإعلامية التي تندرج ضمنها تكون بفعل تأثير الخلفيات السياسية والدينية للصحفي في صحيفة البلاد نت، خاصة بالنسبة للدول التي لها علاقات سياسية أكثر توتراً مع الجزائر أهمها فرنسا وإسرائيل، هذه الأخيرة بسبب القضية الفلسطينية والأخرى بسبب التاريخ الطويل مع الاستعمار، حيث يتدخل الصحفي ويقوم بتتميط سلبي لهذه الدول دون مراعاة الجانب الموضوعي في ذلك خدمة لوطنيته وانتماءاته، فغالباً ما تصور على أنها دول محتلة واستعمارية تأخذ ما ليس من حقها ويتم تسويقها إعلامياً من خلال بناء أفكار الاحتلال والاستعمار.

وفي هذا الإطار يرى البروفيسور "محمد قيراط" أن القولية وتصنيع الصور النمطية ليست مشكلة معرفية بسبب نقص المعلومات، بل هي عدوان معنوي مخطط له يهدد بانفجار الكثير من الصراعات وزيادة حدة الكراهية في العالم.

ويضيف في مقال له بعنوان "الإرهاب الفكري في غياب حوار الحضارات" أن الدراسات تؤكد وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين الصور النمطية حول الدول وتأثيراتها في العلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية، والدولة التي تصور بطريقة سلبية تعرض بأفكار مضللة ومتحيزة تجني رأيا عاما سلبيا، وبذلك ستكون في أول قائمة الأعداء التي تطبق عليهم سياسات التهميش والحصار بمختلف أنواعه¹.

كما أن الصحفي ليس من حقه التدخل في الشؤون الداخلية للدول، والتي تبرز أكثر شيء من خلال التعليقات على بعض الأوضاع في بعض الدول وعلاقاتها السياسية، فالصحفي هو ناقل للحقيقة بشكل مجرد خال من أي تدخل، فمهمته الرئيسية هي إخبار الجمهور بما يحدث ومعالجتها وتحليلها دون تدخل في شؤونها.

هذا ويعد المساس بسيادة الدول تعدي على الهويات السياسية لها، ويظهر هذا من خلال رموز السيادة من بينها: العلم الوطني، والصحفي هنا مطالب باحترام رموز كل دولة، وذلك يظهر الإساءة المباشرة أيضا للعلاقات السياسية، وذلك يسيء إلى العلاقات السياسية للجزائر والدول الأخرى من خلال الصورة السلبية التي قد ترسم عن هذه الدول لدى القراء.

والإساءة أيضا من خلال التحقير والإذلال للدول من شأنها أن تجعل الصحفي كغيره من عامة الناس في التعامل مع القضايا الدولية حيث تدخل العاطفة في العمل الصحفي، خاصة وأن التنظيم المهني والقانوني (قانون إعلام أو ميثاق شرف) للصحافة الإلكترونية في الجزائر خال من أي مادة تتعلق بهذا المبدأ (احترام كرامة الدول)، وفي ظل محدودية المواد القانونية الخاصة بالصحافة الإلكترونية حيث لازالت المؤسسات الإعلامية على الإنترنت تعتمد على القوانين السابقة الخاصة بالإعلام المكتوب والسمعي البصري، ذلك أنه في قانون 2012 وفي المادة 2 تحدث عن مجموعة من الضوابط التي يجب

¹ محمد قيراط، الإرهاب الفكري في غياب حوار الحضارات، جريدة الشرق، دون تاريخ النشر، تاريخ الإطلاع 2021.01.12 الساعة 23:50 الرابط <https://al-sharq.com/opinion>

أن يحترمها الصحفي وكلها تمحورت حول الدولة والمجتمع المحلي، حتى بالنسبة لفصل آداب وأخلاقيات المهنة حيث لم يتم إدراج أي مؤشر لهذا المبدأ.

وفي هذا الإطار يرى الدكتور "محمد النذير عبد الله ثاني" أن لغة الاستفزاز في الإعلام تزيد من الشرخ في العلاقات الدولية ولا تجلب إلا الاختلاف والصراع، وبذلك تجلب الوسيلة الإعلامية متاعب دبلوماسية بنفسها لدولتها خاصة عند توتر العلاقات بين دولة الصحفي وأي دولة أخرى، إذ من غير المعقول أن تكون العلاقات جيدة وفي حالتها الطبيعية يسمح لمنظومتها الإعلامية بالتعرض للدول وتشويه صورتها أمام الرأي العام المحلي والعالمية تحت مظلة حرية التعبير¹.

فالصحفي في صحيفة البلاد الإلكترونية أحياناً يتأثر بأحكامه الذاتية يصل إلى درجة النقد الذاتي، حيث يتخلى عن وظيفته الأساسية كصحفي ويقع في فخ تصفية الحسابات، خاصة وأنها كانت في الصحيفة الإلكترونية باعتبار أن كل التجاوزات المتعلقة بهذا المبدأ كانت فيها، إذ لم تسجل صفحات فيسبوك وتويتر أي تجاوز أخلاقي لهذا المبدأ، فبالنظر إلى مهنية العمل الصحفي في الصحافة الإلكترونية وطابعها المؤسسي والقانوني مقارنة بشبكات التواصل الاجتماعي، فهذا يشكل خطراً حقيقياً خاص بالعمل الصحفي الإلكتروني في هذه المؤسسة الإعلامية، ذلك أنه يجب أن يتسم بأخلاق ومهنية أكثر.

وبتجاوز مبدأ احترام كرامة الدول فإن هذا تجاوز للعلاقات بين الدول والشعوب، ذلك أن الصحفي له مسؤولية إنسانية تجاه المجتمع الدولي أيضاً.

¹ محمد النذير عبد الله ثاني، الإعلام الدبلوماسي بين الاستفزاز والابتزاز، جريدة الشعب اونلاين، نشر بتاريخ 31.05.2020،

تاريخ الإطلاع 2021.01.12 الساعة 23:13 الرابط <http://www.ech-chaab.com/ar/>

2/مبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله

جدول رقم(6) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		المؤشرات	الوسيط	
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة			
النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية			
/	/	/	/	66.66	2	0.39	2	المساواة في التغطية الإعلامية
/	/	/	/	/	/	/	/	عدم الإشارة الى جنس الشخص أو عرقه أو طبقته أو دينه أو انتماءه السياسي
/	/	/	/	33.33	1	0.19	1	الامتناع عن التمييز السلبي للآخر
/	/	/	/	/	/	/	/	عدم التجريح اللفظي للآخر
/	/	/	/	/	/	/	/	الامتناع عن الإسقاطات التاريخية
/	/	/	/	100	3	0.58	507	المجموع

بالنسبة لمبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله لم يعرف تجاوزات كبيرة، وأقل من المبدأ السابق، وهذا بالنظر إلى تكرارات كل مؤشر مقارنة مع المجموع العام للمواد الصحفية في صحيفة البلاد نت والتي تقدر بـ 507 مادة صحفية، حيث مثل تجاوز مؤشر المساواة في التغطية الإعلامية 0.39% من مجموع العينة، يليه مؤشر الامتناع عن التمييز السلبي للآخر 0.19%، في حين لم يتم تجاوز باقي المؤشرات، أما صفحتي فيسبوك وتويتر فلم تسجل أي تجاوزات أخلاقية لهذا المبدأ، وبهذا فقد التزمت أغلب العينة عبر مختلف الوسائط بهذا المبدأ، والذي يعبر عن ابتعاد الصحفيين في صحيفة البلاد عن أي تمييز مهما كان شكله، ذلك أن الأخبار فيها هي أخبار بسيطة لا تدخل في التأويلات غير المهنية التي تتضمن غالباً في أخبار الصراعات الدينية والعرقية والطائفية، بقدر ما هي مجرد تعبير عما حدث دون الخوض فيما له علاقة بالعنصرية أو الانتماءات أو الجنسيات إلا نادراً فقط، وهذا ما تم تسجيله

في خبر أو خبرين فقط سواء بالنسبة للأخبار المحلية أو الدولية التي تقل في عينة فيسبوك وتويتر التي تعد هي الأخرى أخبار غير مركبة، حيث تعد معظمها أخبار القناة التلفزيونية التي تتشابه مع أخبار الصحيفة الإلكترونية في كونها لا تعبر عن عدة أطراف بقدر ما تمثل طرف واحد فقط.

كما أن التغطية الإخبارية فيها يغيب في معظمها بناء الصور النمطية السلبية، بحيث أن مضمونها لا يتعدى الوظيفة الإخبارية غالباً، ويبتعد عن بناء الأفكار النمطية التي تعد شكل من أشكال التمييز العنصري.

وبالنسبة لنسبة كل مؤشر من مجموع التجاوزات والتي تعد نفسها من مجموع العينة، جاء مؤشر المساواة في التغطية الإعلامية بنسبة 66.66% ثم يليه مؤشر الامتناع عن التمييز السلبى للآخر ب33.33%.

إن مبدأ التمييز العنصري من المبادئ الإنسانية على المستوى العالمي الذي لطالما أكدت عليه القوانين الدولية، حيث أن لكل طرف الحق في المساواة وهذا كما نصت المادة الأولى من الإعلان العالمي لحقوق الانسان 1948 على أنه "يولد جميع الناس أحرار ومتساوين في الكرامة والحقوق وقد وهبوا العقل والوجدان وعليهم أن يعاملوا بعضهم بعض بروح الإخاء"¹ وهذه المساواة تشمل أيضاً التغطية الإعلامية، حيث من غير المهني والأخلاقي تمييز طرف على آخر، كما تنص المادة 2 من هذا الإعلان على أنه "لكل انسان حق التمتع بكافة الحقوق والحريات الواردة في هذا الإعلان دون أي تمييز كالتمييز بسبب العنصر أو اللون أو الجنس أو اللغة أو الدين أو الرأي السياسي أو رأي آخر أو الأصل الوطني أو الاجتماعي أو الثروة أو الميلاد أو أي وضع آخر دون تفرقة بين الرجال والنساء"² ومع ذلك كان هذا أحياناً من خلال منح طرف مساحة أكبر من طرف آخر (خصوصاً بين دولتين في نزاع أو شعبين في إطار ديني عقائدي) وكان هذا في خبر بعنوان: "الصين تغلق 3 مساجد"، أو يكون التمييز من خلال الألفاظ أي عدم المساواة في التسميات وكان هذا في خبر بعنوان "خطوة تطبيقية جديدة من عمان مع الاحتلال الإسرائيلي".

¹ سعدي محمد الخطيب، حقوق الإنسان بين التشريع والتطبيق، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009، ص:100.

² المرجع نفسه، ص:101.

وهذا يشير إلى وقوع الصحفي في صحيفة البلاد نت في التحيز لما تعلق الخبر بطبقة دينية أو عرقية أو سياسية، حيث نجد الخبر الأول يتعلق بالأقلية المسلمة في الصين وتعرضها للاضطهاد من الحكومة الصينية، والخبر الثاني تعلق بعلاقات التطبيع بين دولة عمان مع إسرائيل، وفي كلا الخبرين ممارسة غير مباشرة للتمييز، وهذا ناجم بشكل كبير عن غياب الدقة في الأخبار الدولية على قلتها، حيث يكتفي الصحفي بنقل وقائع الحادثة دون العمل على معالجة الحدث أو القضية من باب المساهمة في حلها أو القضاء عليها حتى وإن تعلق الأمر بأحداث التمييز العنصري نفسه، حيث معظم ما قدم هي أخبار وتغيب التقارير أو الربورتاجات وغيرها.

وقد سهل ذلك غياب القوانين التي تحكم هذه الممارسات في الصحافة الإلكترونية، فهذا المبدأ لم يتضمن في أي ميثاق شرف دولي إلا ميثاق اليونسكو في مادته التاسعة ويغيب في قانون الإعلام 2012 في الجزائر إلا بإشارة طفيفة بكلمة "العنصرية" في المادة 92 من فصل آداب وأخلاقيات المهنة، وهذا ما يجعل هناك حاجة ملحة إلى تنظيم فعلي لمثل هذه الممارسات في وسائط الإعلام الجديد لما لها من آثار سلبية.

أما بالنسبة للتمييز السلبي والذي لم يكن إلا في خبر واحد وهذا بنسبة 25%، وهذا ورغم أنه ليس إلى درجة كبيرة إلا أنه يعد خروجاً للصحفي عن نقل الحقيقة التي تعد الوظيفة الأصلية لوسائل الإعلام، وليس بناء الصور النمطية السلبية للدول أو الشعوب، ذلك أنه قد يقوم على بناء الصور الخاطئة التي فيها نوعاً من التشويه المخالف للحقيقة، وهنا قد يخدم غايات سياسية أو ينبع من خلفيات سياسية وهذا كما يظهر في الخبر الثاني السابق (تدخل الخلفيات السياسية للصحفي على اعتبار أنه متخذ موقف من إسرائيل بسبب القضية الفلسطينية).

ولما كانت معظم الأخبار تكتفي بالتعبير عن الأحداث دون تحليل أو معالجة، ففي الأخبار الخاصة بأقليات أو عمليات إرهابية أو اضطهاد أو حروب تنقلها كأخبار عادية ونادراً ما تقوم بإدخال الجانب المتعلق بالعرف أو الدين أو الطبقة، أي أنها نادراً ما تقوم بالتعمق في الخلفيات والانتماءات، لهذا وفي نفس الوقت لا يوجد أي تجاوز لمؤشر عدم الإشارة إلى جنس الشخص أو عرقه أو طبقته أو دينه أو انتماءه السياسي.

كما أنه تغيب الإسقاطات التاريخية والتجريح اللفظي للآخر حيث تتعامل مع هذا النوع من الأخبار كما تتعامل مع الأحداث اليومية الأخرى، حيث تنقل عموميات أكثر ولا تتعمق في التفاصيل وبالتالي تتجنب الوقوع في مثل هذه التجاوزات.

3/مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية

جدول رقم(7) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة				
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
/	/	/	/	/	/	16.66	1	0.19	1	تعزيز قيم التسامح
/	/	/	/	/	/	16.66	1	0.19	1	تعزيز قيم الحوار
/	/	/	/	/	/	16.66	1	0.19	1	الامتناع عن التهيب من الآخر
/	/	/	/	/	/	50	3	0.59	3	الامتناع عن التتميط السلبي للآخر
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	الامتناع عن تحقير الآخر بسبب عرقه أو دينه أو إعاقته
/	/	/	/	/	/	100	6	1.16	507	المجموع

يبرز هذا الجدول أن التجاوزات لمبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية مقارنة بالمجموع الكلي للعينة ضئيلة جداً، حيث قدرت أكبر نسبة بـ 0.59% في مؤشر الامتناع عن التتميط السلبي، بينما جاءت المؤشرات الثلاثة الأولى بنفس النسبة 0.19%، في حين لم يتم تجاوز مؤشر الامتناع عن تحقير الآخر بسبب عرقه أو دينه أو إعاقته.

وقد ارتبط ذلك بأن أخبار الصحيفة لا تميل إلى الطابع الدعائي أو ما يعرف بـ"البروباغوندا" التي لطالما هدفت إلى إعادة إنتاج قوالب نمطية للتحريض على الكراهية ضد المعارضين خاصة، وأن الدعاية

من أهم خصائص ومميزات الإعلام الذي يمارس الكراهية، فهي لم تغطي كثيرا أخبار النزاعات والحروب، فالتحريض على الكراهية يكون أكثر في مناطق النزاع وهذا كما أثبتته دراسة لمرصد الإعلام في شمال إفريقيا والشرق الأوسط، حللت أكثر من 25 صحيفة من عدة دول عربية منذ 2014، وأبرزت أن النسبة الأعلى في "اليمن" ما قاد الباحثين إلى خلاصة مفادها أن الدول التي تواجه حربا أو نزاعا تواجه خطرا أعلى لتكون ضحية خطاب كراهية¹، وهذا ما يختلف عن متطلبات فترة الحراك السياسي التي تتمحور حول خلق الوحدة بين أفراد الشعب لا تفرقة، وبالتالي تعزيز الوحدة الوطنية والشعبية.

في حين لا يوجد أي تجاوز لهذا المبدأ عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي ذلك أن موقعي فيسبوك وتويتر تمنع نشر المضامين التي فيها تحريض على الكراهية، حيث ذكر "محمد الأمين موسى" أن شبكة فيسبوك تعترض على نشر هذ خمسة أنواع من المحتوى من بينهم الخطاب الذي يحض على الكراهية والمحتوى العنيف والصادم، حيث يعد ذلك من أبرز النقاط التي تم التعرض لها في معايير مجتمع فيسبوك حيث يعد العدوان أو الانتقاد ضربا من ضروب خطاب الكراهية، فشبكات التواصل الاجتماعي تنجح إلى رقابة المحتوى الذي ينشره أي مستخدم بحجة الحفاظ على أخلاقيات التواصل الإنساني الرقمي في فضاءات مفتوحة²، وإن تضمن ذلك فهو على مستوى التعليقات الخاصة بالمستخدمين لا المنشورات الخاصة بوسائل الإعلام.

أما من مجموع التجاوزات فقد جاء مؤشر الامتناع عن التتميط السلبي للآخر والذي يكون بغرض التحريض على الكراهية بـ50%، في حين جاءت المؤشرات التالية: تعزيز قيم التسامح، تعزيز قيم الحوار، الامتناع عن التهيب من الآخر بنسبة متساوية بـ16.66% لكل مبدأ.

وقد ارتبط التتميط السلبي المحرض على الكراهية بتصوير بعض الأشخاص والجماعات بغرض نشر الكراهية تجاهها، من خلال بناء صور ذهنية سلبية لدى الجمهور من شأنها نشر الكراهية بين المجتمعات والدول أو بين الأفراد داخل الدولة.

¹ إبراهيم صابر، كيف يتقادم الصحفي خطاب الكراهية والتحريض على العنف، تاريخ النشر 2020.08.26، تاريخ الإطلاع

2021.03.14، الساعة 12:40، الرابط <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1205>

² محمد الأمين موسى، شبكات التواصل الاجتماعي والرقابة على المحتوى: فيسبوك وإشكالية الجمع بين التواصل الإعلامي وحرية التعبير، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، العدد 5، فبراير 2020، ص:190.

كما أن المواد السلبية التحريضية قد تتسبب في إثارة الشعوب وتقسيم الوطن الواحد خصوصا عند وجود طوائف عدة وانتماءات سياسية متعددة وبالتالي التسبب في حالة عدم الاستقرار، وهذا ما كان يمكن أن يحدث في الجزائر نتيجة وجود العديد من الأحداث السياسية سنة 2019 والتي ارتبطت بأسماء عدة شخصيات سياسية، والتي سعت الصحيفة الإلكترونية إلى خلق نوع من الرفض والكراهية بشأنها خصوصا المرتبطة بقضايا فساد وقد سهل ذلك غياب القوانين التي تحكم هذه الممارسات في الصحافة الإلكترونية.

وصحيفة البلاد نت في الأخبار التي من شأنها أن تعرض على الكراهية لا تقوم بأي تعزيز للحوار والتسامح حيث تغيب هذه المؤشرات في الأخبار، ولا تبدي أي مساهمات من شأنها أن تحد من مستوى خطاب الكراهية نحو الخطاب الإيجابي الذي يساعد على التقارب والوحدة، إذ يكفي الصحفي بالنقل المجرد للحدث دون إدراج هذا الجانب سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهذا لكون الصحيفة لازالت بعيدة نوعا ما عن القيام بدور المعالج وتكتفي بدور الشاهد أو الناقل للحدث فقط.

أما بالنسبة لمؤشر الامتناع عن التهيب من الآخر حتى وإن كان في مادة صحفية واحدة فهذا يجعل من الصحيفة الإلكترونية وسيلة لخدمة الأغراض السياسية لا خدمة الحقيقة.

4/مبدأ نبذ الإرهاب

جدول رقم(8) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ نبذ الإرهاب

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
/	/	/	/	/	/	25	2	0.39	2	تجريم العمل الإرهابي
/	/	/	/	/	/	25	2	0.39	2	تعزيز السلام
/	/	/	/	/	/	37.5	3	0.59	3	استحضار الجانب القانوني
/	/	/	/	/	/	12.5	1	0.19	1	الامتناع عن التضخيم في عرض العمل الإرهابي
/	/	/	/	/	/	100	8	1.56	507	المجموع

لم تكن التجاوزات الخاصة بمبدأ نبذ الإرهاب بالتجاوزات الكبيرة في العينة، حيث تتقارب نسب التجاوزات بين 0.19% و 0.39% و 0.59%، فمع أن أخبار الإرهاب كانت محدودة في العينة إلا أن صحيفة البلاد الإلكترونية لم تلتزم كثيرا في هذا الإطار حسب ما أوردته موثائق الشرف التي تضمنت هذا المبدأ، التي تدور عموما حول عدم التحريض على هذه الممارسات واستنكارها (كما جاء في المادة 10 من ميثاق الشرف الإعلامي العربي + المادة 12 من ميثاق الصحفيين الجزائريين)، وهذا راجع إلى أنها تكتفي بالنقل المجرد للأعمال الإرهابية كغيرها من الأحداث الأخرى خاصة أنها جرائم إنسانية، وهذا حتى لا يعتادها المتلقي كباقي الأحداث العادية، الأمر الذي ينعكس على آراء الجمهور واتجاهاتهم نحو الإرهاب باعتبار أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لفهم مختلف الظواهر والمتغيرات، وهي بهذا ليس لها دور كبير في هذا الشأن.

وبهذا فإن صحيفة البلاد نت تخطو خطى أغلب وسائل الإعلام في نشر أعمال الإرهاب وحسب، معتمدة على الطابع الإخباري على حساب الطابع التحليلي، وهو ما يؤدي إلى السطحية في تناول الظاهرة، كما أنها لا تتبنى أي آليات في ذلك، وبالنسبة لصفحتي فيسبوك وتويتز فالعينة لم تشمل أي خبر حول الإرهاب.

في كل الأخبار المتعلقة بجرائم الإرهاب مع قلتها، ليس هناك استحضار للجانب القانوني وهذا بنسبة 37.5% من مجموع التجاوزات فيما بينها لهذا المبدأ، كما لم تقم الصحيفة بأي تعزيز للسلام أو تجريم للعمل الإرهابي وهذا بنسبة 25% من مجموع التجاوزات، وهذا بالنسبة لكل مؤشر، في حين تم التضخيم في عرض العمل الإرهابي بنسبة 12.5%.

إن الجانب القانوني يغيب في كل الأخبار التي تغطي مختلف الأحداث الإرهابية خاصة منها الأعمال الإرهابية، وهذا نتيجة عدم الاهتمام الإعلامي بها كقضايا تحتاج نوعا خاصا من المعالجة والتشخيص من طرف المختصين، بل كأحداث فقط خاصة وأن هذه الأخبار متعلقة ببعض الأقليات المسلمة في أوروبا أين كان من الممكن أن يدعم الجانب القانوني (القوانين والمواثيق الدولية) هذه القضية.

كما أن الهدف الذي تسعى إليه صحيفة البلاد الإلكترونية هو تحقيق الإشباع المعرفية حول الأحداث الإرهابية من خلال تقديم ما حدث فقط دون أي بعد تحليلي لها، خاصة وأن الجانب القانوني

يعطيها بعدا تحليليا أعمق وهذا ما يغيب عموما عن أخبار صحيفة البلاد نت، وهي بذلك تشترك مع العديد من وسائل الإعلام العربية التي تركز على الحدث أكثر من الظاهرة نفسها، ويتجلى ذلك في غياب الجانب الاستقصائي والتخصصية في التحليل.

والأمر نفسه أيضا بالنسبة لمبدأ تعزيز السلام الذي يقتضي نشر قيم السلام والتفاهم وهذا إيمانا من الصحفي بدوره المنوط به في التأثير على الآراء والاتجاهات، لكن ذلك لا يتعدى العملية الإخبارية التي تكون تحت ضغط السرعة في النشر، حيث يقتضي ذلك نشر المعلومة وحسب دون اعتبار لضرورة الحث على مبدأ وتعزيزه خاصة مع تزايد أعباء الصحفي الإلكتروني الذي يقوم بعدة مهام في آن واحد.

كما أن الصحافة الإلكترونية لم تصل بعد إلى درجة أعلى من المسؤولية الاجتماعية في تناول قضايا الإرهاب ذلك أنها لا تغوص في أعماق القضية وأسبابها مقارنة بالصحافة المكتوبة أو التلفزيون اللذان لطالما عرفا بتناول القضايا الدولية الكبرى ومنها الإرهاب، وهذا ما لاتزال الصحافة الإلكترونية في الجزائر بعيدة عنه نوعا ما نظرا لحدثة التجربة الصحفية الإلكترونية الجزائرية.

وتجريم العمل الإرهابي (25%) ينبع من إحساس الصحيفة الإلكترونية بخطورة القضية، حيث أنها تتعامل معها كحدث يومي عادي، ولما كان هناك تغييب للجانب القانوني فيها فإنها لا تنطوي على أي تجريم ذلك لأن هذا من عمل القوانين، فالصحفي لا يجرم العمل الإرهابي من نفسه لأن ذلك خروج عن الموضوعية.

وغياب مثل هذه المؤشرات التي تنبذ الإرهاب يقلص من الوعي والثقافة السياسية فيما يخص المعلومات الحقيقية والصادقة حول الأعمال الإرهابية، بحيث لا يكون للمتلقي معرفة كافية تجاهها حتى يفهمها جيدا، خاصة وأن الفضاء الإلكتروني تنتشر فيه الأخبار الكاذبة بكثرة، ولذا يجب أن تكون الصحيفة الإلكترونية هي المصدر الموثوق للمعلومات حول ظاهرة الإرهاب بحكم تعدد مصادر المعلومات بين المصادر الموثوقة وغير الموثوقة.

إلا أنه في نفس الوقت رغم أنها لا تقوم باستحضار الجانب القانوني وتعزيز السلام وتجريم العمل الإرهابي، إلا أنها لا تقوم بتضخيم عرض العمل الإرهابي (12.5%) حيث لا تقدم التفاصيل الكثيرة عنه أي تلك التفاصيل التي تتعمق في كل شيء بهدف الإثارة لا أكثر، حيث أنه بالنسبة لمعظم وسائل الإعلام التي تركز على الإثارة وبيع الغرابة فإن الإرهاب يعتبر مادة دسمة مريحة تساعد على زيادة

أرباحها لاحتوائه على قدر متزايد من الصراع ، وهي بذلك لا تغذي الأعمال الإرهابية من خلال إعطائها مساحة كبيرة ونشر أعمالها التدميرية، وبذلك تحقيق الشهرة للإرهابيين أو حتى نشر الثقافة الإرهابية حتى يصبح العنف الإرهابي من الحوادث اليومية التي يألفها الجمهور، مع أن مميزات الصحافة الإلكترونية تسمح بذلك نتيجة وجود النصوص الفائقة.

2. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالمجتمع

1/مبدأ الامتناع عن التحريض على العنف

جدول رقم(9) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التحريض على العنف

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	التكرار	النسبة المئوية			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
/	/	/	/	/	/	40	2	0.39	2	عدم نشر مشاهد تصف العنف
/	/	/	/	/	/	20	1	0.19	1	الامتناع عن تضخيم حادثة العنف
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم استخدام الألفاظ النابية
/	/	/	/	/	/	40	2	0.39	2	إبراز الآثار السلبية للعنف
/	/	/	/	/	/	100	5	0.97	507	المجموع

بالنسبة لمبدأ عدم التحريض على العنف والذي لم يتم تجاوزه كثيرا من طرف صحيفة البلاد نت بحكم قلة أخبار العنف فيها مقارنة بالمجموع الكلي للأخبار، فقد تم تجاوز كل من مؤشري عدم نشر مشاهد تصف العنف وإبراز الآثار السلبية للعنف بنفس النسبة 0.39%، أما مؤشر الامتناع عن تضخيم حادثة العنف فقد جاء بنسبة 0.19%، في حين لم تتضمن العينة أي تجاوز لمؤشر عدم استخدام الألفاظ النابية.

ويرجع ذلك إلى أن صحيفة البلاد نت تتعامل بنوع من التحفظ مع أحداث العنف، من حيث عدم التفصيل في الحادثة أو نشر أي مشاهد تصف العنف إلا نادرا، حيث تعمل بنفس طابع الصحيفة الورقية. فلا تقدم كل التفاصيل، وتبتعد عن الإثارة غالبا وحتى الصور فيها هي صور تعبيرية لا تصف الحوادث عموما، كما أنها تتعامل مع ظاهرة العنف كما تتعامل مع بقية الظواهر (الإرهاب مثلا)، أي لا تتعدى كونها مادة إخبارية لا أكثر.

أما من مجموع التجاوزات، شكل مؤشر عدم نشر مشاهد تصف العنف 40%، مؤشر إبراز الآثار السلبية للعنف بنفس النسبة أيضا، يليهما مؤشر الامتناع عن تضخيم حادثة العنف بـ 20%.

والصحيفة بذلك قد تساهم هي نفسها بنشر العنف في المجتمع الجزائري الذي يعد ظاهرة متفشية فيه، ولذلك يجب أن تكون وسيلة لمكافحة الظاهرة والحد منها، إلا أن ذلك قد لا يفي بالغرض أمام حاجة الصحيفة إلى جذب القراء والمزيد من المتصفحين خاصة في ظل تواجد الكثير من الصحف على الإنترنت، ما قد يجعل قيم الإثارة مطلوبة بكثرة.

كما أن نشر مشاهد العنف من شأنه أن يؤدي مشاعر الجمهور خصوصا منهم الأطفال، ولو يتم تكرار مثل هذه التجاوزات في كل مرة فإن القارئ سيألفها لتصبح فيما بعد أمرا عاديا، ما قد يؤثر بشكل كبير على سلوكيات الجمهور، حيث يعيش الفرد في مجتمع عنيف ويتلقى مشاهد عنيفة وبالتالي قد يصبح العنف تلقائيا سلوك مألوف.

وصحيفة البلاد نت ملزمة بالمسؤولية تجاه مجتمعها المحلي، فالحرية الممنوحة لها عبر فضاء الإنترنت يجب أن لا تدفعها لنشر العنف في المجتمع، وهنا يجب أن يستحضر الصحفيون الرقابة الذاتية خاصة أن الصحافة الإلكترونية في الجزائر تعمل دون قانون واضح أو ميثاق شرف خاص.

كما أن عدم اهتمام صحيفة البلاد نت بإبراز الآثار السلبية للعنف ما هو إلا مؤشر آخر يؤكد قلة اهتمامها بمعالجة الظاهرة، ذلك أنها لا تتعامل مع حوادث العنف كظاهرة اجتماعية منتشرة في المجتمع وتحتاج إلى تشخيص وتحليل وحلول، بل مجرد أخبار يومية تحتاج إلى نقل يومي لملا موقع الصحيفة وإشباع حاجات الإطلاع لدى الجمهور، وهذا تقريبا يظهر في كل الأخبار التي تتناول حوادث ظواهر اجتماعية أو إنسانية، مع أن الخبر وفق نظرية المسؤولية الاجتماعية هو خدمة اجتماعية يستفيد منه

القراء بشكل رئيسي ضمن إطار من المسؤولية الاجتماعية، وللخبر وظيفة اجتماعية يقوم بتقديم معلومات جديدة عن الأحداث بغض النظر عن وجود عنصر الإثارة¹.

ومع أن هذا المؤشر لا يعد تجاوزا أخلاقيا خطيرا وحساسا إلا أنه أيضا يشير إلى أن الصحيفة لازالت بعيدة نوعا ما عن تطبيق المفهوم الحقيقي للخدمة العامة، التي تتجسد في مثل هذه الظواهر ذلك أن الفائدة هي في معالجة الظاهرة لا نقلها فقط خاصة إذا كانت متفاقمة في المجتمع، وهذا صميم علاقة الإعلام بالمجتمع باعتباره من مؤسسات التنشئة الاجتماعية.

وبالنسبة لمؤشر تضخيم حادثة العنف (20%) ومع أنه لم يتضمن إلا في مادة صحفية واحدة إلا أن أخبار العنف ليست بالأخبار التي تستحق التضخيم، ذلك أنه لا جدوى من التفاصيل الدقيقة التي لا تؤدي سوى التهويل في حين تكون فارغة المحتوى وهذا حال العديد من مصادر الأخبار في الإنترنت.

كما أن تضخيم حادثة العنف من خلال التفصيل فيها يجعل القارئ يهتم بهذه التفاصيل والتي تدخل على سبيل المثال في: الضرب أو التخريب، الوسائل المستعملة، الصراعات الموجودة... الخ، على حساب جوانب أخرى وهنا يجب التمييز بين المادة الهادفة وغير الهادفة.

في حين يغيب استخدام الألفاظ النابية حيث لم تستخدم أي لفظ أو كلمة مسيئة والتي تعتبر كلمات مستهجنة ومرفوضة اجتماعيا، خاصة في المجتمعات المحافظة، فهذا يعود إلى استخدام اللغة السليمة نظرا لمهنية العمل في الصحيفة الإلكترونية والذي لا يسمح بوجود مثل هذه الألفاظ، ذلك أنها تعكس صورة الصحفيين والصحيفة معا، كما أن في ذلك مراعاة واحترام للقارئ فاللغة الصحفية لغة دقيقة وسليمة خالية من أي تعابير جارحة أو بذيئة، فهذا أيضا سينعكس سلبا على الرأي العام باعتبارها من أهم وسائل الإعلام الإلكترونية (هي ليست بصحافة صفراء).

ضف إلى أنها تمثل مؤسسة إعلامية متكاملة ذلك أنها النسخة الإلكترونية لكل من الصحيفة والقناة التلفزيونية، وبالتالي فأي صورة سلبية قد تتشكل حولها تشمل أيضا باقي وسائل الإعلام الأخرى خارج الإعلام الإلكتروني.

¹ رباب صلاح السيد إبراهيم، محاضرات في الخبر الصحفي وفنونه، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة، 2019-2020، ص:43.

فرغم أن الصحيفة لم تركز على أخبار العنف لمحدودية هذا النوع من الأخبار في عينة الدراسة، إلا أنها لم تحترم ما يجب أن يكون عند تغطية هذا النوع من الأحداث.

2/ مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة

جدول رقم (10) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد		الوسيط		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	التكرار	النسبة المئوية			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
/	/	/	/	/	/	4	2	0.39	2	الابتعاد عن الوصف التفصيلي للجريمة وأبعادها الدرامية
/	/	/	/	/	/	8	4	0.78	4	تجنب عرض مرتكبي الجريمة
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم إضفاء البطولة على مرتكب الجريمة
/	/	/	/	/	/	2	1	0.19	1	عدم تبرير سلوك مرتكب الجريمة
/	/	/	/	/	/	38	19	3.74	19	بيان تأثير الجريمة على المجتمع
/	/	/	/	/	/	10	5	0.98	5	التخلي عن التغطية الموسعة للجريمة
/	/	/	/	/	/	38	19	3.74	19	تقديم الحلول
/	/	/	/	/	/	100	50	9.82	507	المجموع

بالنسبة لهذا المبدأ تقل التجاوزات من مجموع عينة الصحيفة الإلكترونية، وتتراوح بين 0.39% و 3.74%، فكان مؤشري تقديم الحلول وبيان تأثير الجريمة على المجتمع بالنسبة نفسها والمقدرة بـ 3.74%، في حين جاءت المؤشرات الأخرى بنسب أقل جداً، فمؤشر التخلي عن التغطية الموسعة للجريمة يقدر بـ 0.98% يليه تجنب عرض مرتكبي الجريمة 0.78%، ثم الابتعاد عن الوصف التفصيلي

للجريمة وأبعادها الدرامية 0.39% وأخيرا عدم تبرير سلوك مرتكب الجريمة 0.19%، في حين لم يتم تجاوز مؤشر عدم إضفاء البطولة على مرتكب الجريمة.

ولهذا فإن الصحيفة قد التزمت بهذا المبدأ ماعدا فيما يخص مؤشري بيان تأثير الجريمة على المجتمع وتقديم الحلول، اللذان يؤكدان أن الصحيفة لازالت بعيدة عن الدور المنوط بها تجاه ظاهرة الجريمة كغيرها من الظواهر في المجتمع، وبالنسبة للمؤشرات الأخرى فهذا مرتبط أساسا بطابع الصحيفة التي تتميز بنوع من الحذر وعدم التعمق في أخبارها، إضافة إلى خطها التحريري الذي يبتعد نوعا ما عن الإثارة والتهويل، التي تعد لغرض تسويقي وتخرج الصحيفة عن وظيفتها خاصة وأن الصحفي يحمل رسالة وليس فقط ينقل أخبار ومعلومات.

في حين لم يكن هناك أي تجاوز عبر موقع فيسبوك أو تويتر خلال فترة الدراسة، وهذا بحكم الفترة الزمنية التي تغطيها عينة الأخبار عبر الموقعين (ديسمبر 2019) والتي ركزت على الانتخابات الرئاسية وأخبار المترشحين بالإضافة إلى أحداث أخرى مثل محاكمة المتورطين في الفساد من الشخصيات العامة، وبالتالي كانت أقل اهتماما بأخبار المجتمع مقارنة بفترات أخرى على اعتبار أنها الأحداث التي تهم الرأي العام في تلك الفترة، عدا عن كون أغلب مضامين الصفحتين هي مضامين تلفزيونية حيث أن أخبار التلفزيون نادرا ما تتطرق إلى أخبار الجريمة مقارنة بالصحف، خاصة وأن معظم القنوات الجزائرية تعالج ظاهرة الجريمة من خلال برامج تلفزيونية أكثر من أخبار.

أما من مجموع التجاوزات، فمؤشر تقديم الحلول وبيان تأثير الجريمة على المجتمع تقدر نسبة كل واحد منهما 38% يليها التخلي عن التغطية الموسعة للجريمة بـ 10% ثم تجنب عرض مرتكبي الجريمة 8% وبعدها الابتعاد عن الوصف التفصيلي للجريمة وأبعادها الدرامية 4% وفي الأخير عدم تبرير سلوك مرتكبي الجريمة 2%.

وما قيل عن العنف في الجدول السابق يقال بالنسبة للجريمة كظاهرة اجتماعية تتوازي مع ظاهرة العنف، حيث أن صحيفة البلاد نت لا تعطي جانب التوعية أهمية كبرى في معالجة الظاهرة، إذ يجب أن يكون عنصر الوعي مع عنصر الإخبار عن الجريمة.

وكنتيجة لذلك استخدم الخبر تقريبا فقط في تناول الجريمة في المجتمع كقالب صحفي يسهل نقل أحداث البيئة المحيطة بالقارئ، وهذا كما هو موجود في الصحافة المكتوبة وهذا ما أثبتته أغلب الدراسات

التي تناولت الجريمة في الصحافة المكتوبة منها دراسة للباحثة¹ رنا محمد صالح حسين جودة¹ التي كشفت هي الأخرى تصدر هدف الإعلام والإخبار أهداف في مقابل الاهتمام بالمتدني بأهداف الوقاية والعلاج، كما أن أهم الوظائف التي يسعى القائم بالاتصال إلى تحقيقها من وراء نشر قضايا الجريمة هي الإعلام والإخبار بنسبة 83.1% في حين وظيفة وضع الحلول بنسبة 5.5%¹، ودراسة أخرى للباحثة "عايش حليلة" حيث وجدت أن استخدام الخبر كان بنسبة 83.58% ولم يكن هناك أي توازن بين القوالب الصحفية²، وهذا ما قلص الوظيفة التفسيرية والتحليلية. وفي هذا الشأن يؤكد أحد الباحثين (كورتييس مكدوغال) أن الصحفي الناجح يجب عليه أن يكون قادرا على ما هو أكثر من مجرد التغطية الإخبارية الروتينية، يجب أن يكون قادرا ليس فقط على ما يحدث بل وعلى تفسيره أيضا، وبالتالي لازال النمط التحريري المطبوع يتحكم بمضامين الصحيفة الإلكترونية الجزائرية.

وبما أن صحيفة البلاد نت لا تظهر تأثيرات الجريمة فإن ذلك سيعزز من انتشارها خاصة إذا كانت التغطية موسعة لتفاصيلها، إذ يشكل هذا المؤشر ثاني التجاوزات ويتقارب مع مؤشر تجنب عرض مرتكبي الجريمة، هذين المؤشرين يعرزان من قيمة الإثارة التي يكون هدفها تجاري في أغلب الأحيان.

والتغطية الموسعة لأخبار الجريمة تجعل الجمهور يهتم بها على حساب قضايا أخرى خاصة إذا كان هناك عرض للمجرم 8% يزيد من الإثارة والجذب للقارئ وكل ذلك على حساب خصوصية مرتكب الجريمة، كما أن عرض مرتكبي الجريمة يجعلهم ذوي شهرة ومحط اهتمام من طرف الرأي العام خاصة في نوع محدد من الجرائم وبالتالي قد يسبب عرض المجرمين تهويل للرأي العام بشكل سلبي.

وفيما يخص الوصف التفصيلي للجريمة بطريقة درامية 4% وقد كان هذا أيضا نتيجة القالب الصحفي المعتمد (الخبر) حيث يقوم الصحفي بتقديم الخبر بالإجابة عن الأسئلة الستة دون وصف تفصيلي، كما تفعل بعض المواقع الإلكترونية التي تعطي أدق التفاصيل دون مراعاة احترام الجمهور وقيمه، إضافة إلى السياسة التحريرية للصحيفة التي قليلا ما تهتم بالعرض المشوق والموضوعات الطريفة.

¹ رنا محمد صالح حسين جودة، دور الصحف الفلسطينية اليومية في معالجة قضايا الجريمة: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص: 232 و 254.

² عايش حليلة، الجريمة في الصحافة الجزائرية: تحليل مضمون أخبار الجريمة في جريدة الشروق اليومي، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص: 189.

ومع أن هذا المؤشر لا يمثل إلا 4% من التجاوزات إلا أنه لا يحقق إلا التسلية للجمهور، ويحدث نتيجة بحث الصحيفة عن الشهرة من خلال نشر أخبار الجريمة الفريدة من نوعها ذلك أن القارئ تجذبه الأحداث غير المألوفة، فتفاصيل الجرائم لا فائدة من الخوض فيها سواء من ناحية المجرم أو الضحية أو كيفية حدوث الجريمة، إذ يجب أن يتعامل الصحفي معها بنوع من التحفظ قدر الإمكان لأن ذلك لا يعكس المستوى المهني الذي يجب أن تكون عليه الصحيفة، وفي نفس الوقت قد يكون ذلك عاملا للترويج للجريمة في المجتمع، من خلال غرس بعض السلوكات والأفكار لدى الأفراد قد تكون قابلة للتجريب خاصة في حالة التغطية المكثفة.

وتبرير سلوك مرتكبي الجريمة 2% مع أنها تضمنت في خبر واحد فقط إلا أنها مسيئة بشكل كبير، ذلك أنها تتعلق بتبرير سلوك غير قابل للتبرير، فالإجرام لا يبرر وبذلك فالصحيفة تساهم في تبرير سلوك الجريمة عامة وهذا يوجد قلة لمهنية والموضوعية، أين يقع الصحفي في نوع من عدم الحياد واللاموضوعية من خلال التعليق على الأحداث، ما يمكن أن يوقعه في التبرير.

وعليه فتقريبا كل المؤشرات توحى بمساهمتها في نشر الجريمة أكثر من الحد من انتشارها، ذلك للاهتمام بها كمادة صحفية فقط.

في حين لا يوجد أي تجاوز لمؤشر عدم إضفاء البطولة على مرتكبي الجريمة، وهذا لأن ذلك مخالف مهنيا وقانونيا، فهي من جهة غير مهتمة إطلاقا ببناء صور نمطية معينة عن المجرم سواء إيجابية أو سلبية بقدر ماهي مهتمة بتقديم التفاصيل عن الجريمة نفسها، والأمر نفسه بالنسبة للضحايا ذلك أنها أصلا لا تهتم بتصوير الظاهرة بصورة محددة إدراكا منها بضرورة تبنيها من طرف الجمهور، أو أفكار عن هذا السلوك ومرتكبيه بل تهتم أكثر بنقل الأحداث بنوع من الغرابة والإثارة وأحيانا التسلية.

3/مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير

جدول رقم(11) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك				التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت				الوسيط	المؤشرات
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	الدفاع عن حق المشاركة في المظاهرات السلمية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	الدفاع عن حق تكوين الجمعيات والأحزاب السياسية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	تشجيع الديمقراطية وتعزيزها
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إبراز القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير في المجتمع
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	المجموع

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتي البلاد على فيسبوك وتويتر لم تتجاوز مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير وهذا في كل مؤشرات، بل قامت بتعزيزه في مضامينها وهذا في كل مؤشرات، وهذا يمكن ربطه بالمرحلة السياسية التي عاشتها الجزائر في تلك المرحلة منذ بداية الحراك الشعبي (فيفري 2019) والذي يعد شكلا من أشكال حرية الرأي والتعبير من طرف الشعب، وتميزت هذه المرحلة باهتمام كبير من طرف وسائل الإعلام في الجزائر وعلى رأسها الصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم فيها الدفاع عن هذا الحراك وإبراز أهدافه ومطالبه.

فأخبار الحراك قد ملأت كل مساحات العرض في الصحيفة حيث كل مرة يتم تغطية الحراك بأشكال مختلفة، وعموماً فذلك شكل من أشكال مواجهة الظروف السياسية، حيث أهم مبدأ يتم التذكير به والدفاع عنه هو حرية الرأي والتعبير لأنه من المبادئ الأساسية في عمل وسائل الإعلام أولاً خصوصاً بالنسبة لتغطيتها الأحداث المتعلقة به، كما أن المجتمع في حاجة لنشر التوعية بهذا المبدأ حتى يدرك ما

يقوم به، فهو حق من حقوق الإنسان الذي يجب أن تكون له آليات لحمايته، وهذا الأمر توفره وسائل الإعلام ومنها الصحافة الإلكترونية، وهذا خدمة للصالح العام وما تقتضيه هذه الفترة الحساسة حيث يبرز دور وسائل الإعلام أوقات الأزمات، التي يكون فيها الإعلام أكثر انفتاحا على قضايا حقوق الإنسان من خلال عمليتها الإخبارية، وهذا ما صرح به مدير أحد المواقع الإخبارية في الجزائر لموقع "الجزيرة نت" حيث قال " الفراغ القانوني حد من قدرة المنتسبين للصحافة الإلكترونية على أداء مهامهم، لكن هذا لا يمنع من الإشارة إلى الدور الذي لعبته المواقع في نقل الصورة الحقيقية لما يحدث بالجزائر، على غرار الحراك الذي اختفى من الشاشات والفضائيات¹ وهذا أحد روافد التنمية، أين وقفت الصحيفة على تعزيز هذا الحق من خلال نشر ثقافة التعبير الحر.

وقد كان مؤشر تشجيع الديمقراطية وتعزيزها من أكثر المؤشرات الملتمزم بها من طرف صحيفة البلاد نت وصفحتي الفيسبوك والتويتر، حيث يتم نشر كل مرة خبر عن وقائع وممارسات من شأنها تشجيع الديمقراطية. كما أنه وتماشيا مع هذه المرحلة فإن مفاهيم و أفكار الديمقراطية انتشرت عبر هذه الوسائط، وتتجسد في ممارسات معينة يقدمها أفراد المجتمع أو مؤسسات أو جمعيات، وهذا من أجل توعية الرأي العام بما يعد فعلا ممارسة ديمقراطية وما لا يعد كذلك، نظرا لتداخل الأفكار المتعلقة بالحراك الشعبي بين كونه ممارسة ديمقراطية أم لا.

يليه مؤشر الدفاع عن حق المشاركة في المظاهرات السلمية، وهذا لأنه ذو صلة مباشرة بالأحداث التي عرفتها تلك الفترة، فعرفت حركية كثيفة من طرف الشعب الجزائري عبر التظاهرات الشعبية التي شملت مختلف فئات المجتمع، لهذا فصحيفة البلاد نت وصفحتي الفيسبوك والتويتر قامت بتقديم نماذج عن التظاهر السلمي في بعض مضامينها الإخبارية، وهذا لإعطاء شرعية أكثر لهذا الحراك على اعتبار أن الحق في التظاهر من أهم الحقوق التي يجب أن يدركها الأفراد في المجتمع في هذه المرحلة، وبالتالي يعد هذا نوعا من الالتزام بالمسؤولية تجاه المجتمع.

¹ عبد الحكيم حذافة، هل يطيح الدعم الحكومي للإعلام الإلكتروني بالصحافة الورقية في الجزائر، نشر بتاريخ 2121.02.07، تاريخ الزيارة 2021.01.24 الساعة 23:15، الرابط

<https://www.aljazeera.net/news/politics/2020/2/7/%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D9%84%D9%83%D8%AA%D8%B1%D9%88%D9%86%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D8%A9>

في حين يقل الدفاع عن حق تكوين الجمعيات والأحزاب السياسية، فهي من الحقوق التي قد لا يكون هناك حاجة إلى إبرازها لأنها ترتبط بالممارسة السياسية لحرية الرأي والتعبير وليس الشعبية، ذلك أن الصحيفة قد ركزت على الممارسة الشعبية لهذا الحق لأن تلك المرحلة ارتبطت ارتباطا وثيقا بالشعب وليس بالأحزاب أو ممارسي النشاط السياسي على غرار فترات أخرى يكون فيها هذا النشاط بشكل مكثف وفي نفس الوقت تكون له تغطية إعلامية مكثفة.

والأمر نفسه تقريبا بالنسبة لمؤشر إبراز القيود المفروضة على حرية الرأي والتعبير، بحكم أن هذه الفترة قد تم منح فضاء واسع لحرية الرأي والتعبير الشعبي بمختلف الأشكال، خاصة مع خروج كل الشعب الجزائري تقريبا، إلى جانب دعم المؤسسة العسكرية التي أعطته حرية أوسع مقارنة بفترات سابقة.

فالشعب في فترة الحراك الشعبي قد عبر عن آراءه ومواقفه بطرق وأشكال عدة نقلتها صحيفة البلاد على وسائل الإعلام الجديد بالكلمة والصورة والفيديو، وكانت الوسيط لنقل هذه الآراء لتصل إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير، وبالتالي لعبت دورا مهما في هذا المجال.

وبالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي فإن تضمين هذا المبدأ من شأنه أن يفتح المجال أمام الصحيفة لإثارة اهتمام الجمهور، وفتح مجالات النقاش حيث أن الجمهور يميل إلى متابعة المضمون الذي يعبر عنه وعن مشاكله ومطالبه خصوصا في مرحلة الحراك الشعبي، التي ازداد فيها التعبير عن الآراء من طرف الجمهور نفسه، وبالتالي زاد تواجدهم عبر هذه المنصات.

ولما كان موضوع الحراك والتظاهرات وما قام به الشعب الجزائري من خلق لأجواء التضامن والوحدة والأخوة كانت حديث جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، فاهتمامهم بالموضوع يدفع الوسيلة الإعلامية إلى الاهتمام به أيضا، حتى تعزز مكانتها إذ أن مساندة اهتمامات الجمهور في مرحلة من المراحل يؤدي إلى زيادة اعتماديته عليها كوسيلة إعلامية تعكس ما يوجد في مجتمعها.

4/مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة

جدول رقم(12) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط						
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		المؤشرات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر كلمات أو صور مشاهد مخلة بالحياء
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر الموضوعات المنافية للآداب العامة
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	احترام القيم الأخلاقية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	المجموع

في هذا الجدول لم تقم صحيفة البلاد سواء صحيفتها الإلكترونية أو صفحتها على فيسبوك وتويتر بأي تجاوزات أخلاقية لمبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة، سواء تعلق بعدم نشر كلمات أو صور مشاهد مخلة بالحياء أو عدم نشر الموضوعات المنافية للآداب العامة وحتى احترام القيم الأخلاقية.

إن صحيفة البلاد عبر وسائل الإعلام الجديد لازالت تعمل بنفس منطق وسائل الإعلام التقليدية فيما يخص الخوض في الموضوعات المنافية للآداب العامة، والتي تعتبر كطابوهات لدى المجتمع الجزائري لأنها تتضمن التعدي على قيم الحياء وفي نفس الوقت تتضمن الكثير من قيم الإثارة، فصحيفة البلاد نت وصفحاتها الافتراضية تقوم على نشر الأخبار التي تلقى قبولا اجتماعيا خاصة وأن المجتمع الجزائري غير معتاد على تلقي مثل هذه الموضوعات في وسائل الإعلام الوطنية.

فنشر مثل هذه الموضوعات بالكلمة أو الصورة أو الفيديو يكون في الصحافة الصفراء التي لا ترقى إلى مستوى الصحافة المهنية التي تلتزم بالمسؤولية الاجتماعية، فمع أن صحيفة البلاد نت قد تناولت أخبار الجريمة إلا أنها لم تتناول أي جريمة تتعلق بالموضوعات المنافية للآداب العامة فأغلبها كانت حول: المخدرات، القتل، السرقة...الخ، وهذا نظرا لحساسية وجرأة الموضوعات الخاصة بالآداب

العامة، خاصة وأنها صحيفة تهتم بالشأن المحلي والوطني والدولي وتتناول مختلف القضايا، وبالتالي يكون لها دور في تكوين الرأي العام. وبالتالي فهذا مرتبط بالخط الافتتاحي للصحيفة التي تميل إلى نشر الأخبار الجادة مع أن المجال مفتوح بحكم الحرية التي يتميز بها الإعلام الجديد، بحكم وجود بعض المؤسسات الإعلامية خاصة على منصات التواصل الاجتماعي تميل إلى نشر الأخبار والموضوعات المنافية للآداب العامة حتى ترفع نسب المتابعة.

إضافة إلى وجود سلطات الضبط منها سلطة ضبط الصحافة المكتوبة التي تمتد صلاحياتها إلى الصحافة الإلكترونية أيضا، حيث جاء في المادة 41 من الباب الثالث من قانون 2012" تمتد مهام وصلاحيات سلطة ضبط الصحافة المكتوبة إلى نشاط الإعلام المكتوب عن طريق الاتصال الإلكتروني"¹.

والأمر نفسه بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي ذلك أن صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر (كما برز في العينة) خلال فترة الدراسة تنشر مختلف الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية وأخبار المجتمع وأكثرها أخبار الداخل التي تتمحور حول مشاكل المواطنين وشكاويهم واتجاهاتهم أيضا، مقاطع من نشرات الأخبار الخاصة بالقناة و بعض البرامج الحوارية، وهذا لتعزيز العلاقة بين الجمهور والمؤسسة الإعلامية، صف إلى أن الصفحات تتبع الجريدة والقناة في سياسة النشر حيث لا تقبل نشر مالا يقبل نشره فيهما، خاصة وأن هذه المواقع تقوم بإعادة نشر مضامين القناة التلفزيونية. ومادام هناك سلطة ضبط السمعي البصري فإن هذه المضامين تخضع لرقابة هذه السلطة، خاصة وأن هناك بعض البرامج التلفزيونية في بعض القنوات الجزائرية تعرضت للتوقيف بسبب معالجتها لقضايا وموضوعات اعتبرت انتهاكا للآداب العامة (البرامج الاجتماعية).

وتجدر الإشارة هنا أيضا أن مضامين كل من الصحيفة الإلكترونية والصفحتين إخبارية بدرجة أولى وليست ترفيهية، حيث تغطي الأخبار اليومية في شتى المجالات وتعد منتجات خبرية محضة على عكس البرامج مثلا، خصوصا الاجتماعية منها.

¹ قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، 15 يناير 2012، ص:26.

ولما كان النشر على صفحتي فيسبوك وتويتر ذو طابع مهني بإسم المؤسسة الإعلامية أي ليس منشورات الصحفيين الشخصية، فهذا يجعل احتمال وجود هذه التجاوزات ضئيل جدا ذلك أن هناك فرق بين نشر المؤسسة ونشر الصحفي.

5/ مبدأ مكافحة الفساد

جدول رقم(13) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ مكافحة الفساد

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد		الوسيط						
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	التكرار	النسبة المئوية					
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار					
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	22.45	11	2.16	11	المؤشرات
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	12.24	6	1.18	6	إبراز آثار الفساد على المجتمع
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	22.45	11	2.16	11	اقتراح حلول
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	22.45	11	2.16	11	نشر قيم النزاهة والشعور بالمسؤولية تجاه المال العام
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	22.45	11	2.16	11	بناء صورة نمطية سلبية عن الفساد
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	20.41	10	1.97	10	العرض المتعدد للآراء في تقييم قضايا الفساد
16.66	9	6.16	9	16.66	9	6.16	9	/	/	/	/	تقديم التفاصيل اللازمة عن الفساد
100	54	30.8	146	100	54	30.8	146	100	49	9.63	507	المجموع

كانت التجاوزات الأخلاقية لمبدأ مكافحة الفساد من المجموع الكلي للعينة في الصحيفة الإلكترونية كالاتي: إبراز آثار الفساد على المجتمع، نشر قيم النزاهة والشعور بالمسؤولية تجاه المال العام، بناء صورة نمطية سلبية عن الفساد (2.16% لكل مؤشر)، العرض المتعدد للآراء في تقييم قضايا الفساد

1.97%، أما اقتراح الحلول فمثل نسبة 1.18%، وتم الالتزام كليا بمؤشر واحد فقط في الأخبار الخاصة بالفساد وهو مبدأ تقديم التفاصيل اللازمة عن الفساد.

وهذا يؤكد مرة أخرى استراتيجية الصحيفة في التعامل مع مختلف الظواهر في المجتمع ومنها الفساد، حيث تهتم الصحيفة بتقديم المعلومات في حين لم تصل الصحيفة إلى الدور المهني المطلوب في تناولها لقضايا الفساد مقارنة بالجريدة (رپورتاجات أو تحقيقات) أو التلفزيون (حصص وبرامج حوارية)، وبالتالي تبقى تغطية سطحية.

كما أن الصحيفة يغيب فيها التقصي والكشف اللتان تعتبران مهمتين صعبتين لدى أغلب وسائل الإعلام لأنها تحتاج مهنية أكثر، من خلال الالتزام بمعايير الدقة والحيادية والمصداقية والتي تتوفر غالبا في الصحافة الاستقصائية التي تركز على التحقيقات الصحفية التي بدورها تغيب عن صحيفة البلاد نت.

أما من المجموع الكلي للتجاوزات جاءت المؤشرات كالآتي:

إبراز آثار الفساد على المجتمع، نشر قيم النزاهة والشعور بالمسؤولية تجاه المال العام، بناء صور نمطية سلبية عن الفساد بنفس النسبة 22.45%، يليها العرض المتعدد للآراء في تقييم قضايا الفساد 20.41% وأخيرا اقتراح حلول بنسبة 12.24%.

إن المؤشرات التي تتمتع بنفس النسبة 22.45% بالإضافة إلى المؤشر الذي يمثل نسبة 20.41% تبين أن صحيفة البلاد نت لا تولي أهمية لمكافحة الفساد (الفساد المالي، الإداري...) وجل ما يركز عليه أثناء التعامل مع هذه القضايا هو تقديم التفاصيل عن القضية، ويظل هذا مرتبطا بالأهداف الرئيسية من تغطية هذه القضايا بالإضافة إلى قضايا سابقة (الإرهاب، العنف، الجريمة)، حيث تسعى إلى تقديم الأخبار خاصة وأن هذا يعد محط سبق صحفي من طرف العديد من الصحف الإلكترونية، في مرحلة تميزت بالكشف عن العديد من قضايا الفساد تخص المال العام والشخصيات العامة من بعض المسؤولين ورجال الأعمال.

ففي هذه المرحلة هناك تهافت من طرف مختلف الصحف الإلكترونية بالموازاة مع المواقع الإخبارية وباقي وسائل الإعلام لتغطيتها وسرعة نقل تفاصيلها، مثل ملف فساد في مركبات السيارات أو في أحد البنوك الوطنية، حيث تم نقل ما حدث من اختلاس أو تزوير أو غيره ومن طرف من، دون

إظهار تبعات ونتائج ذلك على الدولة أو المجتمع، وذلك أن سرعة تقديم الخبر قد تحول دون ربط القضية بالتبعات الاقتصادية والاجتماعية مع تقديم قراءات وتحليلات موضوعية لمختصين في المجال.

وأغلب أخبار الفساد ليس فيها أي نشر لقيم النزاهة والشعور بالمسؤولية تجاه المال العام، وهذا نتيجة غياب التوعية والتحسيس حول هذه القضايا، حيث أن الفساد كظاهرة تحتاج إلى علاج يهدف إلى ترشيد سلوك أي موظف في مؤسسته وهذا من خلال نشر هذه القيم وغرسها لدى الفرد في المجتمع.

كما أن تعزيز هذه القيم يحتاج إلى قوالب صحفية خاصة بها وأحيانا يتم الاستعانة بالمختصين في المجال القانوني والإداري والديني أيضا، حيث يتم تعزيز القضية مثل: التحقيق، التقرير، المقال وغيرها من القوالب الصحفية التي تغطي القضية من مختلف الأبعاد ويتم فيها تحليل القضية.

كما أن عدم بناء صور نمطية سلبية عن الفساد من شأنه أن يجعل الفساد أمر عادي لدى الأفراد في المجتمع، ما قد يعزز من انتشاره وليس العكس، فنشر صورة سلبية عن الفساد سيكون له آثار إيجابية حتى لا يتم القيام بها، لذا فالتميط السلبي لمثل هذه القضايا مهم جدا.

كما أنه لا يوجد عرض متعدد للآراء في تقييم قضايا الفساد 20.41% حيث أن صحيفة البلاد الإلكترونية في معظم أخبارها تقوم بعرض رأي خبير واحد فقط، فقضايا الفساد عند تحليلها تحتاج إلى خبراء في مختلف المجالات ذات العلاقة مثل القانون، الاقتصاد، الإدارة، ما من شأنه أن يعطي وزنا في تغطية الموضوع، ويكون ذلك أكثر إقناعا.

فالطريقة التوعوية لا تقتصر على رأي واحد حيث أن ذلك الرأي سيعكس جانبا واحد من القضية فقط وليس جوانب عدة، وبذلك يتحقق الفهم المتكامل لها، حيث تبقى تغطيتها محدودة.

أما بالنسبة لمؤشر تقديم التفاصيل اللازمة عن الفساد والذي لم يتم تجاوزه من طرف الصحيفة، فهذا لأن الصحيفة اهتمت بالتغطية الإخبارية الدقيقة لمختلف قضايا الفساد، حيث أخذت أخبار الفساد في القطاع العمومي والخاص مساحة معتبرة من التغطية، تقدم فيها الصحيفة مختلف التفاصيل من عرض الحقائق، كشف وثائق، تقديم تصريحات لأشخاص عايشوا القضية وهذا لتنوير الرأي العام وكشف خبايا الفساد في البلاد.

ونتيجة تزامن هذه القضايا مع فترة الحراك السياسي، لذا في إطار المنافسة بين الصحف الإلكترونية تسعى لتقديم المعلومة الكاملة والدقيقة لتحقيق متابعة أكثر، ولتكون محط اهتمام الرأي العام.

وبناء على ذلك صحيفة البلاد نت تمارس نوعا من الرقابة على الشخصيات العامة في أي تعدي على المصلحة العامة، من خلال الكشف عن هذه الممارسات إعلاميا، وبحكم فترة الحراك السياسي فإن صحيفة البلاد الإلكترونية مطالبة بتقديم التفاصيل اللازمة عن مختلف قضايا الفساد والمتورطين فيها وتقوم بدورها كما يجب، خاصة وأن الجمهور في تلك الفترة بحاجة إلى معرفة ما يحدث، وهذا في ظل تراجع بعض الصحف الورقية عن الساحة الإعلامية الجزائرية، حيث تؤكد الأرقام الرسمية اختفاء 60 صحيفة بين يومية وأسبوعية منذ 2014، كما أن العائدات الإخبارية العمومية تراجعت بأكثر من 60% ناهيك عن تراجع السحب بين 40 و 60% لكل العناوين¹، وبالتالي أضحت الصحافة الرقمية وسيلة مهمة في الحصول على الخبر.

أما مؤشر اقتراح حلول 12.14% فهذا يؤكد مرة أخرى عدم الاهتمام بهذه القضايا، ذلك أن أغلب التغطيات لا تتضمن حلول إلا أحيانا فقط، فاقترح الحل هو جزء من معالجة القضايا إحساسا من الصحيفة بأهميتها وخطورتها في نفس الوقت، خاصة وأنها جاءت في فترة حساسة عصفت بمختلف المؤسسات الجزائرية يحتاج فيها إلى أن يكون للصحافة الإلكترونية دور في مكافحة الفساد.

أما التجاوزات لهذا المبدأ على مستوى موقعي التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) اللذان كانت عينتهما متطابقتان، فذلك راجع إلى عدم تغطية قضايا الفساد عبر هذه الصفحات، والاكتفاء فقط بما جاء بعد الكشف عن هذه القضايا وإحالة المسؤولين عن الفساد على العدالة، كما أن التغطية الصحفية لمختلف الأحداث عبر هذه المواقع تقتصر على إعطاء العناوين أو ملخصات للحدث فقط أو سير للآراء وليس على شكل أخبار متكاملة العناصر والمكونات.

وقد جاءت أخبار الفساد متساوية النسبة من حيث التجاوزات الموجودة (16.66%)، حيث يظهر عدم توفر أي مؤشر من المؤشرات الممثلة لهذا المبدأ، وهذا يعود إلى أن الأخبار المنشورة عبرها لا تعد أخبار صحفية بآتم معنى الكلمة، ذلك أنها خالية من بعض المكونات الخبرية، فبعضها نصوص مختصرة

¹ عبد الحكيم حذاقة، مرجع سبق ذكره.

جدا والبعض الآخر مقتطفات فقط أو مقاطع لم تنتج إعلاميا بل مجرد مقاطع مصورة من طرف الصحفي في موقع الحدث وأبرزها الفيديوهات الخاصة بمحاكمات أويحيى وسلال، حداد وغيرهم، وعليه فهي لا تؤدي الوظيفة الإخبارية التي تؤديها الأخبار في الصحيفة الإلكترونية.

وبالنسبة لكيفية تعامل صفحة البلاد على فيسبوك أو تويتر مع قضايا الفساد، فهو نفسه تعامل الصحيفة الإلكترونية ماعدا ما تعلق بمؤشر تقديم التفاصيل اللازمة عن قضايا الفساد (لم يتم تجاوزه من طرف الصحيفة الإلكترونية)، ذلك أنه أيضا هذه الصفحات تراعي معيار السرعة في نشر الخبر على حساب معايير الدقة والشمولية والوضوح، فخير مواقع التواصل الاجتماعي هو الخبر السريع والموجز والخال من أي تعمق بحكم كثافة نشر الأخبار في هذه المواقع خاصة مع دخول منتجين جدد للأخبار (صحافة المواطن)، لذا فالمؤسسة الإعلامية في سباق دائم لنشر الأخبار.

كما لا توجد استراتيجية واضحة للنشر عبر هذه المواقع، حيث لازالت تبدو وسائط ثانوية أو مكملة لكن دون تفاصيل كافية، وتستخدم هذه المواقع للنشر لحظة وقوع الحدث وفيما بعد تقدم التفاصيل أما على موقع الصحيفة الإلكترونية أو القناة التلفزيونية، على عكس بعض المؤسسات الإعلامية الكبرى مثل: قناة الجزيرة، صحيفة نيويورك تايمز، قناة فرانس 24 والتي تعد صفحاتها الافتراضية صفحات قائمة بذاتها ولها مضامينها الخاصة.

6/مبدأ دعم العدالة في المحاكم

جدول رقم (14) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ دعم العدالة في المحاكم

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة				
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
/	/	/	/	/	/	11.11	1	0.19	1	عدم نشر مواد أو آراء حول القضايا المنظورة أمام القضاء
/	/	/	/	/	/	22.22	2	0.39	2	الحياد والتوازن في عرض القضايا
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	نشر إجراءات المحاكمات (المسموح بها)
/	/	/	/	/	/	22.22	2	0.39	2	عدم إصدار الأحكام قبل صدور الحكم القضائي
/	/	/	/	/	/	44.44	4	0.78	4	عدم نشر ما يجري في التحقيقات (سرية التحقيق القضائي)
/	/	/	/	/	/	100	9	1.75	507	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن صحيفة البلاد نت قد التزمت بمبدأ دعم العدالة في المحاكم في مضامينها، وهذا كما تظهر النسب من مجموع العينة، حيث تقدر أكبر نسبة بـ 0.78% تعبر عن تجاوز مؤشر عدم نشر ما يجري في التحقيقات، ثم نسبة 0.39% تمثل مؤشري عدم إصدار الأحكام قبل صدور الحكم القضائي والحياد والتوازن في عرض القضايا، أما آخر نسبة فجاءت ممثلة لمؤشر عدم نشر مواد أو آراء حول القضايا المنظورة أمام القضاء، في حين لم يتم تجاوز مؤشر نشر إجراءات المحاكمات (المسموح بها)، وقد ارتبط هذا الالتزام ببعض القضايا الكبرى المنظورة أمام القضاء الخاصة ببعض السياسيين ورجال الأعمال، التي تحتاج إلى تقديم المعلومة المحايدة والموضوعية ولا يدخل الصحفي نفسه فيها، حتى يتبناها القارئ بالطريقة الصحيحة. هذا وارتبط ذلك أيضا بخدمة الصالح العام

في معرفة حيثيات القضايا، خاصة وأن في مرحلة الحراك السياسي تتداخل المعلومات الصحيحة مع الكاذبة وكل وسيلة إعلامية تحاول التميز وتحقيق سبق الصحفي.

كما أنه وبفعل الأزمة السياسية في الجزائر برز أكثر دور القضاء في تحقيق العدالة المطلوبة، خاصة وأنها ارتبطت بأسماء شخصيات كبيرة ويقطاع مهم في المجتمع، وهذا باعتباره المسؤول عن تحقيق العدالة في المجتمع، وبالتالي فأى تدخل من الصحفي سوف يؤثر على سير القضايا.

أما المؤشرات من مجموع التجاوزات فكانت كالتالي: نشر ما يجري في التحقيقات (سرية التحقيق القضائي) بـ 44.44% ثم إصدار الاحكام قبل صدور الحكم القضائي، الحياد والتوازن في عرض القضايا بنسبة متساوية بـ 22.22% وأخيرا نشر مواد أو آراء حول القضايا المنظورة أمام القضاء 11.11%.

إن نشر ما يجري في التحقيقات من طرف صحيفة البلاد الإلكترونية (44.44%) يتعلق أكثر بنشر الأخبار في قضايا الفساد المنظورة أمام القضاء والممثلة أساسا في قضايا: مصنع تركيب السيارات، تمويل الحملة الانتخابية للرئيس السابق عبد العزيز بوتفليقة وشخصيات مثل: علي حداد، معزوز، الإخوة كونياف وغيرها من الشخصيات، أين قامت بنشر بعض المعلومات التي تعد من صميم التحقيق القضائي ولا يجب الكشف عنها إعلاميا، وهذا يعد كمحاولة من الصحيفة التميز بنقل كل التفاصيل اللازمة عن القضية المغطاة، حيث تتفرد بمعلومات سرية قد لا تتوصل إليها صحف إلكترونية أخرى، ولو كان ذلك يشكل تهديدا أو خطرا على سير التحقيقات حول القضايا نفسها.

ويأتي هذا المؤشر ليؤكد مجددا أهمية السبق الصحفي والسعي لرفع نسبة القراء بالبحث عن المعلومات التي تميزها عن بقية الصحف الإلكترونية، خاصة في ظل ضعف تنظيم هذا المبدأ من طرف الموثيق أو قوانين الإعلام، فبعض الموثيق الأخلاقية التي تحدثت عنه اكتفت بالإشارة إليه دون تفصيل، ما أثر على التغطية الصحفية الأخلاقية للقضايا المنظورة أمام العدالة.

وفي ذلك جانب إيجابي وسليبي، فالجانب الإيجابي هو الكشف عن مجريات القضية بحيثياتها للرأي العام دون أي مغالطات وفي ذلك خدمة للمصلحة العامة، أما الجانب السلبي هو التأثير على سير مجريات التحقيق حول القضية ذلك أن التحقيق القضائي مطالب بالحرية حتى لا يؤثر ذلك على الأدلة أو الشهود.

أما بالنسبة لإصدار الأحكام قبل صدور الحكم القضائي 22.22% وعدم الحياد والتوازن في عرض القضايا 22.22% فهذا قلة مهنية واحترافية لدى الصحيفة الإلكترونية في تغطيتها للمحاكمات المتتالية في قضايا الفساد، فالصحفي بحكم وطنيته وانتمائه ممكن أن يتجرد من الموضوعية ويتخذ موقفا من القضية أو الشخص، مما قد يتطلب تكوين وتدريب للصحفيين أكثر وأكثر.

وإصدار الأحكام قبل صدور الحكم القضائي قد يوقع الرأي العام في تشويش وحيرة خاصة إن كان الحكم القضائي مختلفا عن الحكم الذي أصدره الصحفي، وبذلك قد يفقد المواطن الثقة في القضاء إذا تم تعبئة الرأي العام بأحكام معينة وبالتالي قد تشوه صورة القضاء ونزاهته.

فالصحفي مهمته نقل الحقائق والوقائع كما جاءت دون الحكم عليها فهذا من مهمة القضاء وليس مهمته، كما أن عمله يقتضي الحياد والتوازن في عرض القضايا حتى لا يؤثر على سيرها نحو منحى معين، فاتخاذ موقف منحاز لطرف على حساب آخر في القضية يؤثر على عمل القضاء، لما تقوم به الصحيفة الإلكترونية من شحن للرأي العام بهذا الموقف الذي قد يكون تعاطف أو عدا.

ومبدأي الحياد والتوازن من أهم المعايير المهنية التي تحكم الممارسة الإعلامية عموما، ومن واجب الصحيفة الإلكترونية أن تقوم بالتناول الموضوعي للقضايا المنظورة أمام القضاء حتى يقوم هذا الأخير بمهامه على أكمل وجه، وهذا جزء من وظيفتها التي لازالت غائبة عن الصحافة الإلكترونية في الجزائر بحكم عوامل عدة أهمها عدم وضوح الممارسة الصحفية الإلكترونية لغياب القوانين المنظمة، في حين أن الصحفي نادرا ما يعبر عن رأيه في القضايا المنظورة أمام القضاء وهذا في مادة صحفية واحدة فقط ما يمثل 11.11% من التجاوزات وذلك للتركيز على التفاصيل المتعلقة بالقضية، فالقضايا المتناولة هي قضايا جد حساسة والرأي الشخصي للصحفي يمكن أن يؤثر تأثيرا سلبيا على عملية إدراكها من طرف الجمهور، عدا عن كون تقديم الرأي الخاص بالصحفي هو ممارسة غير مهنية.

وهذا المؤشر وإن كان في خبر واحد فقط إلا أنها قد تعد تطفلا للصحفي في عمل القضاء، وهذا أمر يجب أن يدركه الصحفي الإلكتروني الذي قد يجهل عدة اعتبارات مهمة عند تغطية الخبر في بعض القطاعات، فالصحفيون في وسائط الإعلام الجديد غير محيطون بمعايير التغطية الصحفية وحدودها القانونية خاصة في الجزائر بحكم حداثة وغموض الممارسة الإعلامية عبر هذه الوسائط.

ويبقى المؤشر الوحيد الذي لم يسجل أي تجاوز (نشر إجراءات المحاكمات المسموح بها) وهذا لتقريب المواطن مما يحدث ليكون على دراية بالتفاصيل كاملة، ومن جهة أخرى تعزيز لدور القضاء في تحقيق العدالة عبر محاسبة الفساد والمتورطين فيه، كما أن صحيفة البلاد نت كغيرها من وسائل الإعلام في الجزائر لطالما كانت تسعى إلى تغطية المحاكمات المتعلقة بالمسؤولين، والتي لطالما يتم التحفظ عليها من طرف القضاء، حيث يمنع الصحفي من تغطية المحاكمات ونشرها ذلك لسرية العمل القضائي والحق في الخصوصية بالنسبة للمتهمين.

ونشر المحاكمات هو جزء من الخدمة العامة التي تقوم بها وسائل الإعلام ومنها الصحافة الإلكترونية التي أصبحت أيضا وسيلة إعلامية مهمة اليوم في عصر الإنترنت، خاصة وأن الرأي العام قد اهتم اهتماما كبيرا بهذه المحاكمات لأنها تتعلق بمسؤولين في الدولة وليس أشخاصا عاديين.

أما بالنسبة لموقعي فيسبوك أو تويتر لم يشهد أي تجاوزات لأي مؤشر من هذه المؤشرات، وهذا يعود إلى أن أغلب المضامين المتعلقة بالمحاكمات أو القضايا المنظورة أمام العدالة كانت عبارة عن نشر مباشر بشكل مختصر ودون أي قراءات للصحفي، واقتصر ذلك على نشر المحاكمات كما هي دون أي إضافات أو تفاصيل، وهذا يجنب وجود أي رأي أو تعليق منه، وفي هذا الشأن تشير دراسة لمركز الانتقال الإعلامي في أستراليا حول تأثير المنصات الرقمية على الأخبار والمحتوى الصحفي نقلا عن عدة مصادر أن اهتمام وسائل الإعلام بالوصول إلى جمهور في مواقع التواصل الاجتماعي أدى إلى حدوث تغيير كبير في نوعية المحتوى المنشور، فوسائل التواصل الاجتماعي تميل إلى مكافأة المحتوى القصير والأكثر انفعالية، فضلا عن أن الصحفيين في مؤسسات الأخبار الكبرى باتوا يعتقدون أن مواقع التواصل تشجع الأخبار الخفيفة على الثقيلة، ومثال ذلك مقال نشر سنة 2018 على موقع "لاد بايبل" تحت عنوان "الأخ الأكبر يحصل على وشم الأخ الأصغر مع متلازمة داون على الذراع... إنه نفس الوشم تماما" حصل على 2.5 مليون تفاعل، وقد صنف ضمن القصص خفيفة المحتوى بعنوانين مثيرة¹.

¹ إسماعيل عزام، كيف أصبحت الصحافة تحت رحمة الشبكات الاجتماعية، تاريخ النشر 27. 04. 2020، تاريخ الإطلاع 27

01. 2021، الساعة 15:38 الرابط <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/1032>

إضافة الى أنها لم تنتشر ما يجري في التحقيقات الخاصة بهذه القضايا، وهذا نتيجة سرعة انتشار أي معلومة عبر هذه المواقع خاصة إن كانت تسيء إلى طرف معين أو تضر به، حيث أن تعاملها كان بنوع من الحذر خاصة في ظل وجود المواطنين الصحفيين.

فبيئة الإعلام الجديد في هذه الوسائط ممزوجة بين الصحفيين والمواطنين الصحفيين والمتفاعلين، ما يجعل المؤسسة الإعلامية تتنبه لما تنشره ذلك أن أي معلومة تنشرها قد توقع المؤسسة الإعلامية في مشاكل ومتابعات قضائية.

7/مبدأ تعزيز الهوية الوطنية

جدول رقم(15) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ تعزيز الهوية الوطنية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك				التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت				الوسيط	المؤشرات
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	تحفيز الانتماء الوطني
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	ربط المواطن بواقع المجتمعي
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إلقاء الضوء على الكفاءات الوطنية في التغطية الإعلامية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	تقديم نموذج عن شخصية وطنية عبر تجارب واقعية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	التعريف بتاريخ الوطن وما بدل لأجله
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	نشر الرموز الوطنية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	المجموع

يعتبر أيضا مبدأ تعزيز الهوية الوطنية من المبادئ التي لم يتم تجاوزها من طرف صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر، بل على العكس قامت بتعزيزها أكثر خاصة بالنسبة لبعض المؤشرات

مثل: تحفيز الانتماء الوطني، ربط المواطن بواقعه المجتمعي، إلقاء الضوء على الكفاءات الوطنية في التغطية الإعلامية ونشر الرموز الوطنية.

وقد كانت الصحيفة الإلكترونية أكثر تعزيزاً له من مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك أن هذه الأخيرة لا تعد بعد وسيلة إعلامية مستقلة بذاتها من خلال المضامين، إذ لازالت تعتبر دعائم لإعادة نشر مضامين سابقة لنفس المؤسسة الإعلامية وهذا بدليل أن أغلب مضامينها ليست مضامين جديدة ومنفصلة عن المؤسسة الإعلامية الأم.

لذا فقد كانت صحيفة البلاد على وسائل الإعلام الجديد حريصة على إبراز الهوية الوطنية للمجتمع الجزائري والتي تعد من أهم مقومات المجتمع، وذلك يعد من الوظائف المنوطة بوسائل الإعلام ومنها الصحافة الإلكترونية وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي أيضاً.

وقد جاء الحديث عن الهوية الوطنية في المادة 2 من قانون الإعلام 2012، حيث تم الحديث عن الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع الجزائري، فالصحفي ملزم باحترامها وفي موثيق شرف أخرى تعزيزها ذلك أن الهوية الوطنية من أهم مرتكزات المجتمع الجزائري والتي لا يجب التعدي عليها، لأنها تمثل جزء من كيان الدولة نفسها، فأى انتهاك للهوية هو انتهاك للدولة لذا فالصحفي يتعامل بحذر.

وقد جاء ذلك تزامناً مع الأحداث أيضاً، حيث أنه في تلك المرحلة التي تعد تاريخية في حياة الشعب الجزائري انتشرت بكثرة بعض القيم منها قيم الهوية الوطنية، فالشعب لطالما تغنى برموز الهوية الوطنية في تظاهراتهم السلمية، إضافة إلى بعض خطابات الشخصيات العامة، وبالتالي فقد كانت مادة إعلامية دسمة لكافة وسائل الإعلام ومنها الإلكترونية، فلا توجد أي صحيفة إلكترونية أو صفحة افتراضية إلا ونقلت أخبار الحراك وما صاحبه من شعارات الوطنية والانتماء. وبالتالي فهذا تماشي مع حاجة المجتمع لذلك آنذاك أين يبرز دور الإعلام في نشر قيم الانتماء للوطن والمواطنة وغيرها، وهذا يندرج ضمن المسؤولية الاجتماعية للوسيلة الإعلامية، خاصة وأن الجماهير قد تابعت الأحداث بنوع من التفاعل على غرار العادة في الفضاء الإلكتروني نتيجة توفر فضاءات الحوار والنقاش لم تكن موجودة من قبل، ما من شأنه أن يعزز علاقة الجمهور بالمؤسسة الإعلامية ككل.

وقد كان مؤشر نشر الرموز الوطنية أكثر المؤشرات تضمينا سواء من خلال النصوص أو الصور وحتى الفيديوهات وتجسد في العلم الوطني، الذي يعد جزء من الهوية الوطنية، ثم إلقاء الضوء على

الكفاءات الوطنية في التغطية الإعلامية سواء علمية أو رياضية وغيرها، وتم ذلك أيضا من خلال ربط المواطن بواقعه المجتمعي، حيث تناولت صحيفة البلاد نت خصوصا مختلف القضايا والأحداث المجتمعية التي تهم المواطن وتجعله يفهم واقعه، خاصة المتعلقة بقضايا الفساد.

كما كانت تقوم بنشر الأخبار التي من شأنها تحفيز الانتماء الوطني والتعريف بتاريخ الوطن وما بذل لأجله، وهذا شكل من أشكال التعبئة نحو الوطن وخلق مشاعر التلاحم والوحدة بين الأفراد، كما أن هذا من شأنه ربط الأفراد بالماضي والتعريف بالتاريخ والأمجاد ما يعزز الانتماء الوطني، وهذا لتجنب أي خلافات أو انقسامات، وبالتالي فإن صحيفة البلاد على وسائل الإعلام الجديد تقوم هنا بنفس الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام التقليدي في دعم الهوية الوطنية للمجتمع الجزائري.

3. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالدولة

1/ مبدأ احترام الدولة ومؤسساتها

جدول رقم (16) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الدولة ومؤسساتها

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط			
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	التكرار	النسبة المئوية
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
احترام الدستور وتعزيز سيادته									
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
احترام القضاء									
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
احترام السلطات المحلية									
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
احترام المؤسسة الأمنية									
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
احترام المؤسسة العسكرية									
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
احترام رموز الدولة									
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع									

يظهر من خلال الجدول أنه لا توجد أي تجاوزات أخلاقية لمبدأ احترام الدولة ومؤسساتها سواء بالنسبة للصحيفة الإلكترونية أو لصفحات فيسبوك وتويتر، وهذا بالنسبة لكل المؤشرات سواء ما تعلق باحترام الدستور، القضاء، المؤسسة الأمنية والعسكرية، السلطات المحلية ورموز الدولة.

إن هذا المبدأ من أهم المبادئ المتضمنة في القانون العضوي للإعلام 2012 وهذا في المادة 2 حيث من بين ما تنص عليه هو احترام الدستور و السيادة الوطنية، فاحترام الدستور هو احترام الدولة ذاتها ومؤسساتها تمثل السلطة التي يخضع لها نشاط وسائل الإعلام بما فيها الصحافة الإلكترونية.

فالدولة هي التي تسن القوانين التي تنظم عمل وسائل الإعلام وهي التي تمنح التراخيص لإنشاء أي مؤسسة إعلامية، فالصحافة الإلكترونية في الجزائر لاتزال تابعة للصحافة المكتوبة فيما يخص ممارسة نشاطها وهذا ما تؤكدته المادة 41 من نفس القانون، حيث جاء " تمتد مهام وصلاحيات سلطة ضبط الصحافة المكتوبة إلى نشاط الإعلام المكتوب عن طريق الاتصال الإلكتروني" خاصة وأن هذا القانون لم يأتي بالكثير حول وسائل الإعلام الإلكترونية (الباب الخامس) الذي قدم تعريفات لنشاط الصحافة الإلكترونية وما يجب عليها أن تحترمه عند نشاطها (المادة 2)، في حين يغيب أي إشارة لكيفية إنشاء صحيفة إلكترونية، ما يعني أنها تخضع لنفس شروط الصحيفة الورقية.

كما أن صحيفة البلاد نت هي النسخة الإلكترونية للمؤسسة الإعلامية الأم (الصحيفة الإلكترونية و القناة) وليست صحيفة إلكترونية محضة، ما من شأنه أن يجعلها تمارس نشاطها بكل حذر ومسؤولية تجاه الدولة ومؤسساتها، فأبي تجاوز لمؤسسات الدولة من خلال الصحيفة الإلكترونية سيؤثر سلبا على كل من الصحيفة الورقية والقناة التلفزيونية والصحيفة الإلكترونية نفسها، حيث تذكر الصحفية "إيمان عويمر" أنه تم حظر العديد من المواقع الإخبارية الناطقة بالفرنسية والعربية منها: موقع TSA، راديو أم، شهاب برس، ومن جهة ثانية عملية حجب المعلومات وصعوبة النفاذ إليها في ظل تردد الحكومة على الانفتاح عليها والتعامل بحذر مع المواقع الإخبارية¹.

فالصحافة الإلكترونية في الجزائر لازالت تخضع لنفس قانون الصحافة المكتوبة، ومادامت الدولة تتحكم بها من خلال مؤسساتها فإنها ستتحكم أليا بالصحافة الإلكترونية.

¹ إيمان عويمر، الحكومة الجزائرية تعيد رسم المشهد الإعلامي من جديد، جريدة Independent عربية، نشر بتاريخ 2020.12.12، تاريخ الإطلاع 2021.01.18 الساعة 14:56، الرابط <https://www.independentarabia.com/node/176126>

ويعد أيضا احترام رموز الدولة من أهم المبادئ التي نص عليها نفس القانون في نفس المادة 92 باعتبارها المادة التي تحدد ما على الصحفي أن يلتزم به في ممارسته الإعلامية. فالدستور هو القانون الأعلى الذي يحكم كل القوانين في البلاد ويعتبر المرجعية الأساسية لها بما فيها القوانين المنظمة لقطاع الإعلام، والذي يحدد حقوق وواجبات الصحفيين، فأى تناقض بين وسائل الإعلام مع الدستور سوف يؤثر على نشاطها، كما أن من واجبها تحسيس وتعبئة المواطنين تجاه أي دستور للبلاد وليس العكس.

أما القضاء فهو الذي يضمن حرية الإعلام لتمكينه من أداء مهامه في المجتمع باعتباره قطاع العدل والعدالة، ورموز الدولة (العلم، النشيد الوطني، العملة...) هي التي تمثل الجزائر وهويتها ومن واجب الصحافة الإلكترونية التعريف بها وتعزيزها. وفي هذا الشأن نجد أن صحيفة البلاد نت قد قامت بدور كبير في تعزيز الهوية الوطنية كما ظهر في الجدول السابق.

وعن المؤسسة العسكرية والأمنية فهي التي تنظم الأفراد في المجتمع وتحفظ أمنهم وحقوقهم وواجباتهم، وفي نفس الوقت تحقق أمن وسلامة الفرد من كل ما يهدد حياته أو أملاكه أو عرضه وأمن الدولة الداخلي والخارجي، بما يضمن تحقيق التنمية في مختلف القطاعات.

والسلطات المحلية هي التي تسهر على حسن تنفيذ الخطط التنموية التي تأتي من السلطات العليا للبلاد، والاختيار الأمثل للموارد المادية والبشرية، وصحيفة البلاد نت قامت بتغطية ما تقوم به هذه المؤسسات في نشاطاتها اليومية في مختلف المناطق ومختلف القطاعات، وهذا يندرج ضمن قيام الصحيفة بالمساهمة في التنمية بالوقوف على إنجاز المشاريع وما تم إنجازه.

كما أن الفترة التي مرت بها الجزائر وفترة الحراك السياسي قد برز فيها الدور الكبير لهذه المؤسسات: الدستور، القضاء، المؤسسة الأمنية والعسكرية حيث قامت بالحفاظ على أمن البلاد واستقرارها من خلال العمل ببعض المواد القانونية المنظمة للمرحلة الانتقالية، حيث دعت المضامين الصحفية في صحيفة البلاد نت إلى احترام الدستور وسيادته كما جاء على لسان بعض السياسيين، كما أن دور القضاء قد برز أيضا من خلال محاكمة مسؤولي الفساد الواحد تلو الآخر.

وفي الأخير المؤسسة الأمنية والعسكرية هي المسؤولة عن حماية الشعب والحراك من خلال حماية حرية الرأي والتعبير والتظاهر والامتناع عن القمع والعنف، لذا فهي قد ركزت على أهمية هذه القطاعات خدمة للمصلحة العامة، حيث اعتمدت تعزيز دور هذه المؤسسات بدلا من الإساءة إليها.

والأمر نفسه بالنسبة لرموز الدولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي حيث انتشرت شعارات الدولة والعلم الوطني وبعض الرموز التاريخية وهذا تعزيزاً للهوية الوطنية، وبالتالي فهذا يعد مظهراً من مظاهر دعم الأحداث.

والأمر نفسه بالنسبة لصفحة فيسبوك وتويتر ذلك كما سلف الذكر في تحليلات سابقة أن المنشورات هذه المواقع في أغلبها هي مضامين القناة التلفزيونية (البلاد TV)، وبحكم أنها تخضع لقوانين الإعلام (قانون الإعلام 2012 وقانون السمع البصري 2014) أي تجاوز سوف ينجم عنه تعليق فوري للرخصة دون إعدار مسبق من طرف سلطة ضبط السمع البصري (المادة 103 من قانون 2014).

2/ مبدأ حماية الأمن القومي

جدول رقم (17) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ حماية الأمن القومي

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط						
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع العينة	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إظهار الجهود العسكرية في مواجهة أي تهديد
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إظهار الجهود الشعبية في مواجهة أي تهديد
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم المبالغة في نشر أخبار التهديدات والصراعات
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	معالجة القضايا الوطنية بالشرح
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	تعزيز سيادة الدولة
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إبراز جهود الدولة في تنمية المجتمع وحل مشاكله
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	المجموع

يبرز الجدول رقم (17) أنه لم يسجل أي تجاوزات لمبدأ حماية الأمن القومي في كل من صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتي فيسبوك وتويتر، بل على العكس من ذلك إذ قامت بتعزيزه خاصة من خلال إظهار الجهود العسكرية والشعبية في مواجهة أي تهديد، معالجة القضايا الوطنية بالشرح وإبراز جهود الدولة في تنمية المجتمع وحل مشاكله.

ويرجع ذلك إلى مدى أهمية وحساسية الأمن القومي بالنسبة للدولة، فالأمن القومي أساس وجود الدولة وشكل من أشكال سيادتها، فهو يمثل استقرارها وأي ضرر يلحق به ينعكس عليها وعلى أفرادها، والحفاظ عليه هو من واجب المؤسسة الإعلامية وهذا في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والفكرية وغيرها.

ويرتبط وجود هذه المؤشرات بالمرحلة التي تغطيها عينة الدراسة في كلا الوسيطين، حيث عرفت الجزائر من بداية سنة 2019 إلى نهايتها أحداث متنوعة بداية بالحراك الشعبي وانتهاء بالانتخابات الرئاسية التي تعلق بآمن الجزائر واستقرارها، ما تطلب إبراز مختلف الجهود العسكرية والشعبية في الحفاظ على استقرار البلاد ضد أي تهديد من جهة، ومن جهة أخرى من خلال معالجة مختلف القضايا التي تهم المواطن في هذه المرحلة منها: البطالة، أخبار الأحزاب، السكن، الصحة، الفساد وغيرها.

وهذا المبدأ من أهم المبادئ الذي يعد بالنسبة للصحفي خطوط حمراء لا يجب تعديها، لأنه قد يعرضه هو مؤسسته للمساءلة والعقاب، فقد جاء في المادة 2 من باب الأحكام العامة من قانون الإعلام 2012 أن نشاط الاعلام يمارس بحرية في ظل احترام متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.

وبالنسبة للمؤشرات التي كانت حاضرة بقوة في التغطية الإعلامية نجد مؤشر إظهار الجهود الشعبية في مواجهة أي تهديد، فالجيش في تلك المرحلة هو العامل المحوري والمسؤول عن حماية المسيرات الشعبية منذ بدايتها، حيث ازدادت أهميته وأدواره أكثر فالمؤسسة العسكرية في هذه المرحلة لعبت دورا كبيرا في الحفاظ على استقرار البلاد حيث ازدادت شعارات الوحدة بين الجيش والشعب.

ثم تأتي معالجة القضايا الوطنية بالشرح وإبراز جهود الدولة في تنمية المجتمع وحل مشاكله، ذلك مساهمة في حماية أمن البلاد خاصة في ظل وجود توتر داخلي وغضب الشعب، مما يفرض وجود معالجة لمختلف قضايا المواطن وتزويده بالمعلومات الكافية عن مختلف الأحداث والقضايا بما يحفظ استقرارها الداخلي، من خلال عملية التوعية والتعبير عن اهتمامات المواطن الذي عيد العنصر الأساسي

في المجتمع، بما يضمن تعزيز الانتماء وبالتالي توطيد العلاقة خاصة عند الحديث عن إنجازات الدولة في التنمية في مختلف القطاعات.

هذا ويعد تعزيز سيادة الدولة أيضا من المؤشرات التي تساهم في حفظ أمنها الخارجي، خاصة وأن الجزائر كانت يمكن أن تواجه العديد من التهديدات في تلك الفترة، بحكم وجود فوضى ورفض شعبي للعديد من الشخصيات العامة في السلطة.

كما أن صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر قد تميزت بالنقل المتواضع لأخبار الصراعات في العالم من خلال بعض الأخبار الدولية وهذا اهتماما منها بالشأن المحلي والوطني، حيث تطلبت مسابقة الأحداث ذات البعد الوطني أكثر بحكم ما وقع من أحداث في الجزائر في سنة 2019. لذا فالتزام الصحيفة الإلكترونية بهذا المبدأ هو التزام بخدمة الصالح العام وإحساسا منها بالمسؤولية الاجتماعية، حيث تعد الصحيفة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي جزء من النسق الاجتماعي الذي يعمل مع أنساق أخرى في إطار تكاملي وهذا بالموازاة مع باقي وسائل الإعلام لنفس المؤسسة الإعلامية.

هذا والتزمت أيضا صفحتي فيسبوك وتويتر بهذا المبدأ، ذلك أن هاتين الصفحتين في فترة الدراسة عملتا بشكل متكامل مع وسائل الإعلام التقليدي، حيث تم إعادة نشر مضامين قناة البلاد عبرهما، فمع أن مواقع التواصل الاجتماعي قد لا تعد بعد كباقي وسائل الإعلام إلا أنها ساهمت في مواجهة كل ما يهدد أمن واستقرار البلاد ومشاركة الشعب الجزائري خصوصا أنها مواقع تفاعلية.

وغطت أيضا مرحلة الانتخابات الرئاسية ما قبلها وبعدها، حيث تم نقل نشاطات الدولة في مختلف القطاعات ولذلك احتل مؤشر إبراز جهود الدولة المرتبة الأولى من حيث التكرارات، ثم معالجة القضايا الوطنية بالشرح وإظهار الجهود العسكرية والشعبية في مواجهة أي تهديد أو خطر. فمواقع التواصل الاجتماعي تستخدم اليوم لأهداف سياسية وأمنية لضرب استقرار الدول من خلال جيوش إلكترونية تدعمها منظمات إرهابية بميزانيات ضخمة، حيث يذكر أن هناك 605 ألف حساب تقريبا يدعم الإرهاب على تويتر رغم أن إدارة تويتر حذفت 635 حساب، وهناك عشرات الآلاف من الصفحات التي

تدعم الإرهاب في الفيسبوك وتحاول إثارة الفرع والرعب في المواطنين¹، لذا فقد ركزت الصفحتين على نشر أخبار مختلف القطاعات وإنجازات المسؤولين في مختلف المناطق خاصة الإنجازات التنموية.

وتعمل مواقع التواصل الاجتماعي كوسائط مكملة لوسائل الإعلام حيث تعتبرها فضاء للنقاش حول ما ينشر من مضامين إعلامية ومنها مضامين تلفزيونية، ذلك أن قناة البلاد هي الأخرى تميزت بتغطية مكثفة للأخبار في تلك المرحلة (مرحلة الانتخابات)، ولما كان هناك قانون خاص بالسمعي البصري (قانون 2014) فإن هذه التجاوزات قد لا تكون بحكم أن أمن الدولة من أهم المبادئ التي تركز عليها كل القوانين الخاصة بالإعلام في الجزائر، عدا عن وجود سلطة ضبط السمع البصري التي تتحكم بهذا النشاط. تم الحديث عن الأمن والدفاع الوطني في المادة 48 من الفصل الثالث لقانون السمع البصري 2014، حيث تضمن في الالتزامات التي بموجبها يمنح دفتر الشروط وضمن القواعد المفروضة على أي خدمة سمعي بصري.

3/ تعزيز قيم المشاركة السياسية

جدول رقم (18) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد		الوسيط				
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
/	/	/	/	/	/	/	/	الدعوة إلى التصويت		
/	/	/	/	/	/	/	/	مناقشة القضايا السياسية العامة (الحريات العامة، الديمقراطية...)		
/	/	/	/	/	/	/	/	نقل النشاطات السياسية		
/	/	/	/	/	/	100	2	0.39	2	عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إعطاء الصوت لجميع المرشحين والأحزاب السياسية
/	/	/	/	/	/	100	2	0.39	507	المجموع

¹ معتز صلاح الدين، أهمية الإعلام في قضايا الأمن القومي، الصدى نت، د.ت.ن، تاريخ الإطلاع 2021.01.31 الساعة 14:20

الرابط <http://elsada.net/116171>

يظهر من خلال الجدول الخاص بالتجاوزات الأخلاقية لمبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية أنها كانت على مستوى الصحيفة الإلكترونية، في حين تغيب في مواقع التواصل الاجتماعي، ويتمثل هذا المؤشر في عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة في حين بقية المؤشرات لم يتم تجاوزها. وبالنسبة لتجاوز هذا المؤشر والذي يشكل نسبة ضئيلة بحكم قلة نشر الآراء في صحيفة البلاد نت، التي سوف يتم توضيحها في الجدول اللاحق الخاص بمبدأ الموضوعية، إذ لم تعتمد الصحيفة على النشر المتعدد للآراء، ومع قلتها فقد كانت تركز على وجهات نظر واحدة وأغلبها المؤيدة في حين لم تكن تجمع بينهما.

وهذا بحكم التغطية الإخبارية التي لا تقوم على تغطية شاملة متنوعة تجد فيها مختلف وجهات النظر في القضية المؤيدة والمعارضة، ويتم الاكتفاء بنقل وجهات النظر المؤيدة من أجل أن تلقى تلك القضية أو الواقعة قبولا من الجمهور وتبرز على أنها الاتجاه السائد.

فالتغطية الإخبارية للصحافة الإلكترونية تختلف عن نظيرتها الورقية، بحكم نقص الإحاطة الكافية التي تجعل القارئ يأخذ صورة شاملة عن الأحداث، وخدمة للظروف السياسية آنذاك عملت الصحيفة فيما يخص المشاركة السياسية على تعزيز أفكار المشاركة من خلال الانتخاب، من خلال تقديم الآراء المؤيدة لهذا الاتجاه وغاب الاتجاه المعاكس الذي يمثل الأقلية المعارضة، ذلك أن اتجاه الأغلبية يشكل الطريق المختصر للخبر لا يحتاج فيه إلى تقديم الرؤية الشاملة، خاصة وأن الأخبار المركبة والموسعة تحتاج إلى وقت أكبر لجمع المعلومات والتحرير والتدقيق، وهذا ما لا يتناسب مع طبيعة الخبر في الصحافة الإلكترونية التي تعمل تحت عامل السرعة، خاصة وأن كل وجهة نظر يجب أن تعطي المساحة الكافية.

كما أن أصوات المعارضة قلما تجد لها مكان في وسائل الإعلام، وقلما تقوم بعرض كل المواقف الموجودة وتترك المجال في الأخير للقارئ، فعلى الرغم من أن الصحيفة الإلكترونية اليوم اختلافا عن الصحافة المكتوبة متاح لها التغطية بمساحات غير محدودة من خلال النصوص الفائقة والوسائط المتعددة، إلا أن صحيفة البلاد نت لا تولي أهمية لذلك.

أما بالنسبة لبقية المؤشرات فقد قامت صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر بتعزيزها، حيث مثلت مناقشة القضايا السياسية العامة، نقل النشاطات السياسية أكثر المؤشرات تعزيزا من طرف

الصحيفة، ثم يأتي الدعوة إلى التصويت وأخيرا إعطاء الصوت لجميع المرشحين والأحزاب السياسية، في حين مواقع التواصل الاجتماعي شكل مؤشر الدعوة إلى التصويت أولى المؤشرات ثم نقل النشاطات السياسية ثم مناقشة القضايا السياسية العامة.

وتم الالتزام بهذا المبدأ بحكم أن قيم المشاركة السياسية من أهم المبادئ التي تعمل على تعزيزها وسائل الإعلام في الأحداث السياسية، أين يحتاج المجتمع والدولة إلى نشر مفاهيم المشاركة السياسية وأشكال ممارسة الديمقراطية، وهذا يكون من واجب الإعلام عموما لما يلعبه من دور في نشر الوعي السياسي، ودور الصحافة الإلكترونية أيضا ومواقع التواصل الاجتماعي، بالنظر إلى ما أصبحت تلعبه من أدوار خاصة في السنوات الأخيرة.

وفي الجزائر كانت هناك حاجة إلى نشر الوعي السياسي وقيم المشاركة من طرف المواطن في صنع القرار في مرحلة الحراك الشعبي أكثر من غيرها من الفترات، لما صاحبها من قرارات حاسمة بالنسبة للشعب الجزائري أهمها تنظيم الانتخابات في 12 ديسمبر 2019، حيث انتشرت أفكار تنظيم الانتخابات كحل للأزمة السياسية مع الاستناد لأراء بعض السياسيين والخبراء.

ف نجد بالنسبة للصحيفة الإلكترونية مناقشتها لبعض القضايا السياسية العامة التي تدور حول الأزمة ذاتها، ومن القضايا المرتبطة بها: الحوار، الديمقراطية، الانتخاب وغيرها، بحيث جاء هذا لتوعية المواطن بهذه القضايا التي تعد من أشكال المشاركة السياسية، خاصة وأنه في هذه الفترة تميزت بتضارب الآراء ما يمكن أن يؤثر على فهم الجماهير وبالتالي قراراتهم، كما تم نقل وتحليل النشاطات السياسية التي ارتبطت بنشاطات الأحزاب السياسية، إذ عرفت حركة كبيرة لمسؤولي الأحزاب في محاولة لإيجاد الحلول، أو نشاطات المترشحين في إطار الحملة الانتخابية حيث جعلت الجماهير تطلع على البرامج السياسية لكل مترشح، وذلك جزء من التغطية الإعلامية للعملية الانتخابية، ما يجعل الجمهور بحاجة إلى المعلومة السياسية مقارنة بأوقات أخرى، فهذه الأحداث كلها جعلت الكل يهتم بالأخبار السياسية ويتابعها، وبالتالي فهذا جزء من إشباع حاجات المعرفة لدى الجمهور التي تزداد عند الأزمات، وهذا يشير إلى أن صحيفة البلاد على وسائل الإعلام الجديد قامت بدورها في إيصال المعلومة السياسية ونقل أخبار الشخصيات ونشاطاتها خدمة للصالح العام.

فصحيفة البلاد على فيسبوك وتويتر وصحيفتها الإلكترونية قد عملت بالموازاة مع باقي مؤسسات المجتمع في سبيل توجيه الرأي العام نحو المشاركة السياسية، وهذا ما يدعمه أيضا مؤشر الدعوة إلى التصويت حيث اعتبر أكثر المؤشرات تعزيزا على فيسبوك وتويتر، وذلك لتوجيه الرأي العام نحو تقبل فكرة الانتخابات ذلك لما لها من دور في الإقناع سواء في الفترة التي سبقت إقرار الانتخابات أو فترة الانتخابات نفسها.

وقد جاء ترتيب هذه المؤشرات بالنسبة للصحيفة الإلكترونية على حساب مراحل المشاركة السياسية لدى المواطن، فأولا يتطلب فهم المواطن للقضية السياسية من خلال التعريف بها وعناصرها ثم بأطرافها المتمثلة في الأحزاب السياسية والسياسيين الذين يشكلون محور العملية السياسية، ثم يأتي في الأخير الدعوة إلى التصويت، على عكس ذلك في فيسبوك وتويتر التي كانت الانتخابات في مرحلتها النهائية.

هذا وتم إعطاء الصوت لجميع المرشحين والأحزاب السياسية لأن هذه الفترة عرفت نشاطا سياسيا وحزبيا لا مثيل له لارتباطها بأزمة سياسية تطلبت حلا عاجلا وتكاتف الجهود، وفي الأخير ارتبطت بالانتخابات والحملات الانتخابية لكل المترشحين الخمسة.

4/مبدأ الحفاظ على الوحدة الوطنية

جدول رقم(19) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الحفاظ على الوحدة الوطنية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط						المؤشرات
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	معالجة مشاكل المجتمع وقضاياها
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	نشر قيم التعاون والتكافل الاجتماعي
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	نشر قيم المواطنة والولاء للوطن
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	نشر قيم التعايش السلمي بين الأفراد
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	الامتناع عن خطاب التعصب والتمييز والكراهية بين أفراد الوطن
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	إبراز قيمة الوحدة الوطنية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	المجموع

لم يتم تجاوز هذا المبدأ في أي مؤشر من المؤشرات سواء على مستوى الصحيفة الإلكترونية أو فيسبوك أو تويتر، وهذا لأهمية هذا المبدأ نفسه بالنسبة للدولة إذ تمثل الوحدة الوطنية بين أفراد الوطن الواحد أساس قيام الدولة، لذلك قامت بتعزيزه أكثر.

ويلتقي هذا المبدأ مع المبدأ السابق أيضاً، ذلك أن أوقات الأزمات مهما كان نوعها تحتاج الدولة إلى الحفاظ على وحدتها الوطنية وهذا عبر مختلف الوسائل الإعلامية بما فيها الإلكترونية، فالصحف الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي ليست بمنأى عما يحدث، وأصبح لها دور هام في تشكيل الرأي العام والتأثير في مجرى الأحداث، على اعتبار أن نقل الخبر يكون مباشراً بين الصحفي والمتلقي وفيه إمكانية مشاركة هذا الأخير.

كما أن المؤسسة الإعلامية لا تستطيع ممارسة نشاطها في دولة تعاني من اللااستقرار والصراع، فالدولة التي تتضمن صراعات أو انقسامات غالبا ما يعاني فيها الصحفيون، خاصة وأن صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر هما واجهات إلكترونية للمؤسسة الإعلامية(البلاد) وأي تجاوز سيؤثر عليها ككل.

وتتدرج الوحدة الوطنية بالإضافة إلى مبادئ سابقة ضمن أهم المبادئ التي يركز عليها قانون الإعلام 2012 (المادة 2) أين تم تضمينها ضمن المكونات الرئيسية للدولة مع الدين الإسلامي، الهوية الوطنية والسيادة الوطنية، وكل هذه المكونات الوطنية كان من الممكن أن يتم المساس بها في حالة وجود صراع داخلي في الجزائر، لذا من الضروري أن تعمل الصحيفة الإلكترونية وصفحتي فيسبوك وتويتر على الحفاظ على الوحدة الوطنية للبلاد، وكان ذلك من خلال نشر قيم المواطنة والولاء للوطن وقيم الوحدة الوطنية والتعايش السلمي خاصة بين الشعب والجيش.

بالنسبة للمؤشرات التي تم تعزيزها: إبراز قيم الوحدة الوطنية التي تعتبر من أهم القيم الممثلة لهذا المبدأ ولحاجة الحفاظ على وحدة الشعب الجزائري، وكان ذلك من خلال إبراز أهمية الوحدة الوطنية التي تجسدت في عدة شعارات تنادي بالوحدة بين الشعب والجيش (خاوة خاوة)، وكان هذا لاحتمال فساد العلاقة ووجود العنف مع أنه حراك سلمي، وتم التأكيد على هذه القيمة أكثر من مرة في الأخبار لضرورة هذه الوحدة آنذاك.

يليه مؤشر نشر قيم التعايش السلمي بين أفراد الشعب في المسيرات السلمية للشعب الجزائري، حيث أبرزت الصحيفة أجواء التعايش السلمي بين المتظاهرين وهذا لتأكيد سلمية الحراك، ونشر الصورة السلمية والتعريف بها للرأي العام الدولي وتمييزها خاصة وأنها كانت أولى المسيرات الخالية من العنف.

ثم تم نشر قيم المواطنة والولاء للوطن حيث كانت تظهر شعارات وتصريحات لمواطنين في حب الوطن والولاء له خاصة وأن هذه الشعارات قد انتشرت بكثرة أثناء الحراك الشعبي، عدا عن كون نشر هذه القيم من الطرق التي تساهم في تكوين المواطن الصالح وبناء الولاء خاصة أوقات الأزمات أو الصراعات في ظل حاجة تمسك المواطنين بوطنهم. وبالنسبة لمعالجة مشاكل المجتمع وقضاياها فقد تطرقت لبعض القضايا والمشاكل التنموية في بعض المناطق ولبعض الفئات، تقوم بنقل مشاكلها ومشاغها حتى يتم إيجاد حلول لها ضمانا للاستقرار، ولم تتواجد كثيرا في الأخبار بسبب حاجة الصحيفة إلى تغطية الأحداث المتعلقة بباقي القيم، فتغطية مشاكل المجتمع يكون على طول الفترات الزمنية في تغطية وسائل

الإعلام لأن اهتمام الجمهور كان منصبا حول الأحداث السياسية، فبعض القضايا تحل محل قضايا أخرى في فترة زمنية معينة وتحظى باهتمام الجمهور طوال تلك الفترة ثم تتقضي، خصوصا وأن هذه الأحداث تمس استقرار البلاد.

والأمر نفسه بالنسبة أيضا لمؤشر نشر قيم التعاون والتكافل الاجتماعي، فهذه القيم متعلقة بالجانب الاجتماعي أكثر ولها أوقاتها لتقوم وسائل الإعلام بتعزيزها أكثر، وقد تجسدت في بعض مظاهر التعاون والتكافل في المسيرات الشعبية لإعطاء صورة إيجابية أخرى عنها، مع أن هذه المسيرات أظهرت التعايش السلمي بين الجزائريين أكثر بحكم طبيعة الحدث، لذا فصحيفة البلاد نت قد عبرت عما هو موجود وقامت بتعزيزه أكثر ويستند ذلك إلى مسؤوليتها الاجتماعية وواجبها تجاه الدولة والمجتمع. وهذا ما يفسر امتناعها عن خطاب التعصب والتمييز والكرهية بين أفراد الوطن، ذلك أن مثل هذه الممارسات تزيد من حدة الأزمة والدور المنتظر منها هو تهدئة الأوضاع والرأي العام، فذلك شكل من أشكال المساهمة في حل الأزمة بما أنها نقطة تحول في موقف مفاجئ تؤدي إلى أوضاع غير مستقرة بما يهدد المصالح الأساسية للبلاد، وبالتالي من واجب الإعلام احتواءها والتغلب عليها. وعليه فالتغطية الصحفية للأحداث السياسية في الجزائر من طرف صحيفة البلاد نت فيما يخص هذا المبدأ قد ركزت على الوظائف التربوية من خلال نشر مجموعة من القيم ولم تركز على الوظائف التسويقية.

أما في صفحتي فيسبوك وتويتر فقد جاء نشر قيم المواطنة والولاء للوطن أولى هذه المؤشرات، ثم بعدها إبراز قيمة الوحدة الوطنية ثم معالجة مشاكل المجتمع وقضاياها، وأخيرا نشر قيم التعاون والتكافل الاجتماعي، نشر قيم التعايش السلمي بين الأفراد.

وتزامن ذلك مع فترة الانتخابات الرئاسية لـ 12 ديسمبر 2019 لأن هناك ضرورة لنشر قيم ومفاهيم حب الوطن والولاء له التي يمكن أن تدفع بالأقلية الراضية إلى تغيير رأيها، فالانتخاب هو مظهر من مظاهر المواطنة والولاء للوطن، حيث ربطت الصحيفة المشاركة في الانتخابات مع الحفاظ على الوحدة الوطنية وبذلك فرضت مرة أخرى الظروف الموجودة وجود مضامين محددة تخدم ما هو موجود، فهذه القيم توحد علاقة المواطنين بأوطانهم وتدفعهم للحفاظ على سلامتها ووحدتها، وذلك جزء من تكوين الرأي العام المؤيد للعملية الانتخابية.

والأمر نفسه حول قيمة الوحدة الوطنية التي ارتبطت بالمناسبة الانتخابية ذلك أن الحراك السياسي كان في أواخره تقريبا، حيث انتشرت قيم الوحدة الوطنية كمدخل للإقناع بضرورة الحفاظ على هذه الوحدة، وهي عموما يتم التأكيد عليها من طرف وسائل الإعلام في كل الأوقات والمناسبات وتزداد أثناء الأزمات. أما بقية المؤشرات (معالجة مشاكل المجتمع وقضاياها، قيم التعاون والتكافل الاجتماعي، قيم التعايش السلمي) كانت أقل تعزيزا، ذلك أن الأوضاع في مرحلة الانتخابات قد أصبحت أقل توترا بعد مدة طويلة من السلمية والتكافل والوحدة بين أفراد الشعب، فتصبح الأولوية لما أتى بعدها من قضايا والتي تمثلت في قضية الانتخابات، ففي الوسيلة الإعلامية يكون هناك ترتيب للأولويات.

4. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالأفراد

1/ مبدأ احترام الكرامة الإنسانية

جدول رقم (20) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الكرامة الإنسانية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد		الوسيط						
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
18.18	2	1.36	2	18.18	2	1.36	2	/	/	/	/	الامتناع عن السب
/	/	/	/	/	/	/	/	11.76	4	0.78	4	الامتناع عن القذف
/	/	/	/	/	/	/	/	8.82	3	0.59	3	الامتناع عن الحط من شرف الفرد وسمعته
81.82	9	6.16	9	81.82	9	6.16	9	79.41	27	5.32	27	الامتناع عن الذم والتحقير
100	11	7.52	146	100	11	7.52	146	100	34	6.69	507	المجموع

لم تتجاوز صحيفة البلاد نت أو صفحة فيسبوك أو تويتر الكرامة الإنسانية لأفراد بنسبة كبيرة، وهذا كما توضحه النسب في الجدول أعلاه، حيث قدرت نسبة الامتناع عن الذم والتحقير 5.32% من مجموع العينة، تليها نسبة 0.78% لمؤشر الامتناع عن القذف ثم 0.59% لمؤشر الامتناع عن الحط من شرف الفرد وسمعته، في حين لم يتم تجاوز مبدأ الامتناع عن السب.

والأمر نفسه تقريبا بالنسبة لصفحتي فيسبوك وتويتر، حيث شكل الذم والتحقير 6.16% والسب 1.36%، في حين لم يتم تجاوز مؤشري الامتناع عن القذف والامتناع عن الحط من شرف الفرد وسمعته، وبهذا فإن صحيفة البلاد لم تتحول إلى ذلك النوع من الصحافة الذي يقوم على الانتهاكات لحقوق وحرية الأفراد في الإعلام الجديد، كما هو الحال بالنسبة لبعض الصحف التي تهتم بقيم الإثارة والغرابة على حساب قيم خبرية أخرى، وهذا كما سبق الذكر أن النمط الصحفي التقليدي لازال يغلب على الصحيفة الإلكترونية، بحيث لا تعد صحيفة إلكترونية محضة.

كما أن الصالح العام فرض نفسه في فترة الحراك الشعبي من خلال تقديم ما يهم الرأي العام أكثر، خاصة وأن السب أو القذف أو الحط من شرف الأفراد وسمعتهم لا يؤدي أي وظيفة غير الإثارة إذ فرضت هذه الفترة التركيز على ما يخدم ذلك، لذا فقد ركزت صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر على ما يعم الرأي العام من أحداث ومجريات أكثر مما هو متعلق بالأفراد، أي التركيز على البعد الوظيفي لا الشخصي.

أما من مجموع التجاوزات فقد جاء الامتناع عن الذم والتحقير بنسبة 79.41% ثم مؤشر الامتناع عن القذف 11.76% وأخيرا الامتناع عن الحط من شرف الفرد وسمعته 8.82%.

إن احترام الكرامة الإنسانية لأي فرد هي حق من حقوقه الطبيعية والتي نصت عليها معظم المواثيق والقوانين الدولية، ومعظم التجاوزات لهذا المبدأ جاءت انطلاقا من ممارسات غير مهنية وعدم الإحاطة الكافية من طرف الصحفي بحقوق وحرية الأفراد، ذلك أن في الجزائر ليس هناك مواد قانونية كافية تنظم حقوق الأشخاص العادية والعامّة في وسائل الإعلام مقارنة ببعض القوانين والمواثيق الدولية.

كما أنه ليس هناك اهتمام كبير بهذا المبدأ في قوانين الإعلام المعمول بها حاليا، ففي قانون الإعلام 2012 توجد إشارة بسيطة جدا لهذا المبدأ (احترام الكرامة الإنسانية) وهذا في المادة 2 التي تتضمن ضوابط تتسم بالعمومية وعدم الدقة، حيث جاءت كرامة الإنسان والحرية الفردية والجماعية في آخر الترتيب، ولم يتم التفصيل فيه بشكل يجعله واضح لدى الصحفي، ما قد يدفع بالصحفي إلى الوقوع في انتهاك لهذا المبدأ دون أن يدرك ذلك، وعليه فغياب المواد القانونية التي تنظم هذا الجانب بوضوح سيفتح المجال أكثر لتجاوزه، خاصة بالنسبة للصحافة الإلكترونية التي تتمتع بحرية أوسع مما كانت عليه

الصحافة الورقية، وقانون الإعلام غالباً ما ركز على المبادئ التي تحكم علاقة الإعلام بالدولة أكثر من الأفراد.

كما أنه لا توجد إشارة مباشرة لهذا المبدأ في الصحافة الإلكترونية بل جاءت الإشارة إليه ضمن الأحكام العامة (المادة 2) وضمن مجموعة من الضوابط العامة الأخرى (المادة 92)، أين تم الحديث عن القذف مع مبدأ الامتناع عن السرقة الأدبية والشاوية، حيث أنه غير واضح لعدم وجود إشارة مستقلة، وهذا مقارنة بالحق في احترام الحياة الخاصة (المادة 93).

وقد كان مؤشر الامتناع عن الذم والتحقير أكثر المؤشرات تجاوزاً ذلك لما ارتبط به من أحداث طيلة فترة الحراك الشعبي، حيث جاء الذم والتحقير أكثر حول الشخصيات العامة التي كانت موضوع الشعارات الشعبية في التظاهرات الشعبية، حيث تأتي على لسان الصحفي نفسه الذي يتخلى عن ذاتيته ويكون له أحكام سابقة فيسقط في التجريح والذم والتحقير لهذه الشخصيات، ومن جانب آخر تنشر صحيفة البلاد نت عبارات الذم والتحقير كاقتراسات نقلت عن بعض الشخصيات المتحدثة في الخبر دون تعديلها أو أخفقتها، وهذا بدوره تهويل للأحداث على حساب المعايير المهنية.

ويغيب نوعاً ما دور حارس البوابة الذي من وظيفته تعديل الخبر حتى يكون قابلاً للنشر من الناحية المهنية والأخلاقية، إلا أنه في الصحيفة الإلكترونية وبحكم طبيعة عملها و فورية النشر فيها خاصة وأن البيئة الإلكترونية حسب أحد الدراسات التي خلصت إلى أنها قد قلصت إلى حد كبير عدد حراس البوابة، وأصبح واحد منهم يقوم بعدة مهام في نفس الوقت منها جمع المادة الإعلامية واتخاذ قرارات حراسة البوابة التي يمكن أن تختزل في بوابة واحدة، ما قد يؤثر على جودة العمل الإعلامي¹.

فالصحفي الإلكتروني بحاجة إلى اكتساب المزيد من مهارات ومعايير التحرير الصحفي، ذلك أن الوقوع في هذه التجاوزات هو نتيجة الوقوع في الأحكام الذاتية حول الشخصيات العامة، هذا لأنها محط نقد دائم وهذا النقد يجب أن يكون بناء وليس مجرد نقد ذاتي.

أما بالنسبة لمؤشري الامتناع عن القذف والحط من شرف الفرد وسمعته فقد جاءت بنسبة أقل، لكن ورغم ذلك فوجود مثل هذه التجاوزات في صحيفة البلاد نت يرجع إلى كون هذين المؤشرين يتعلقان

¹ تائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والمتفاعلين في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، أيار 2012، ص ص: 40-41.

بجرائم أكثر منها إساءات، حيث تدخل ضمن جرائم القذف والشرف التي أدرجت في مختلف القوانين ومنها قانون الإعلام، إذ تعد جرائم مباشرة يحاسب عنها الصحفي إما بالسجن أو الغرامة، وتبقى جرائم حتى وإن تغير الوسيط والمسؤولية تبقى على عاتق الصحفيين حتى عبر الإنترنت.

في حين لم تتضمن أي تجاوز لمؤشر الامتناع عن السب، ذلك أن السب في الغالب يكون من خلال العبارات والمصطلحات التي لا تليق عبر وسيلة إعلامية، فرغم أنه ليس هناك قانون أو ميثاق شرف يحكم عمل الصحافة الإلكترونية في الجزائر إلا أن صحيفة البلاد نت تتعامل على أساس مهني في هذا الشأن، ذلك أن النص الصحفي عليه أن يكون خاليا من العبارات المسيئة حتى لا يقع في الصحافة الصفراء وتخرج بذلك الصحيفة عن دورها الإخباري ومسؤوليتها الاجتماعية.

وهذا المؤشر إن كان عبر وسيلة إعلامية فهو يسيء إليها كوسيلة لصنع الرأي العام تتناول مختلف القضايا بنوع من التجرد والموضوعية واحترام الجمهور، فالسب هو ذكر الأشخاص بأوصاف تسيء إلى شخصهم وهذا لا يليق عبر وسيلة إعلامية مثل صحيفة البلاد نت، حيث أن لديها شعبية ومؤسسة ذات وجود مادي.

في حين يختلف الوضع بالنسبة للصفحتين حيث يتضمن السب نسبة 18.18% على عكس القذف والخط من شرف الفرد وسمعته، ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي أقل مهنية من الصحيفة الإلكترونية وهي تعد فضاءات حرة لمثل هذه الممارسات، حيث أن الأخبار تنشر كما جاءت من صاحبها حتى وإن كانت تتضمن سب لأشخاص عاديين أو شخصيات عامة، فهذه الصفحات لا تولي أهمية كبيرة لأن يكون المضمون ذو طابع إعلامي منها مضامين صحافة المواطن، حيث أنه لو تم المقارنة بين خبر في الصحيفة الإلكترونية وآخر في صفحة فيسبوك أو تويتر نجد أن هذه المواقع أقل اهتماما ببناء الخبر من الناحية التحريرية، وأقل اهتماما بأن يكون الخبر لا يحتوي على أي مصطلحات أو تعابير مسيئة، وعليه فالسب عبر هذه المواقع يكون أكثر منه في الصحيفة الإلكترونية.

أما الذم والتحقيق عبر الصحيفة الإلكترونية ينطبق أيضا على هذه المواقع ماعدا أن الذم والتحقيق 81.82% هنا قد يأتي بشكل غير مباشر حيث لا يظهر على أنه إساءة، على عكس مؤشر السب الذي يظهر بكلمات محددة خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي تتميز بمضامين مختصرة لا تخضع تقريبا لأسس بناء الخبر الصحفي، ولا تجد فرقا كبيرا بين مضامين الصحفيين ومضامين المستخدمين.

وتجاوز هذا المؤشر كان على مستوى الفيديوهات التي تدور حول أخبار بعض الشخصيات العامة ولا تخضع لشروط إنتاج المحتوى الصحفي الحقيقي، وهذا يؤكد مرة أخرى أن صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر لا تنشر فقط المضامين المنتجة إعلامياً، ذلك أن المعايير المهنية والمبادئ الأخلاقية هي التي تميز مضمون وسائل الإعلام عن مضمون آخر.

في حين لا يتضمن القذف والحط من شرف الفرد وسمعته، وهذا أيضاً يعود لطبيعة المضمون نفسه والذي يمثل الفيديو أكثره، ذلك أن التفاصيل غالباً ما تقدمها الشخصيات المتضمنة في الخبر والفاعلة فيه وليس الصحفي، ودور الصحفيين يقتصر على تصوير الحدث ونقل تصريحات المتحدثين، وفي أغلبها هي آراء المواطنين في محاكمات المتورطين في الفساد والتي كانت تحتوي على سب أو شتم أو ذم وتحقير وليس اتهامات محددة أو طعن في شرف.

2/ مبدأ احترام الخصوصية

1/2/ الخصوصية في الأحداث العادية

جدول رقم (21) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الخصوصية في الأحداث العادية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك				التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت				الوسيط	المؤشرات		
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات				من مجموع العينة	
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			النسبة المئوية	التكرار
5.88	1	0.68	1	5.88	1	0.68	1	9.30	4	0.78	4	عدم نشر تفاصيل الحياة الخاصة (الحياة الأسرية، اللقاءات الحميمة، ممارسة المعتقدات...)	
/	/	/	/	/	/	/	/	9.30	4	0.78	4	عدم نشر أسرار خاصة عن الفرد وعرضها (أسرار الزواج، الطلاق، تاريخه السابق، حالته الصحية، قضايا النسب..)	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	الامتناع عن نشر الفضائح الشخصية أو العائلية	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	الامتناع عن نشر اتصالات سرية	
29.41	5	3.42	5	29.41	5	3.42	5	39.53	17	3.35	17	الامتناع عن اقتحام الأماكن الخاصة بالأفراد	
64.71	11	7.53	11	64.71	11	7.53	11	25.58	11	2.16	11	الامتناع عن التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد	
/	/	/	/	/	/	/	/	16.28	7	1.38	7	الامتناع عن التدخل في الشؤون الخاصة للفرد	
100	17	11.63	146	100	17	11.63	146	100	43	8.45	507	المجموع	

يتبين من خلال هذا الجدول أن التجاوزات لمبدأ احترام الخصوصية كانت محدودة نوعاً ما سواء

في صحيفة البلاد نت أو صفحة فيسبوك أو صفحة تويتر.

ففي الصحيفة الإلكترونية بلغت أكبر نسبة 3.35% من مجموع العينة، وتعتبر عن مؤشر الامتناع عن اقتحام الأماكن الخاصة للأفراد، يليه مؤشر الامتناع عن التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد 2.16% ثم الامتناع عن التدخل في الشؤون الخاصة للفرد 1.38%، وأخيراً مؤشري عدم نشر تفاصيل الحياة الخاصة وعدم نشر أسرار خاصة عن الفرد وعرضها وهذا بنفس النسبة 0.78%، في حين لم يتم تجاوز كل من مؤشر الامتناع عن نشر الفضائح الشخصية أو العائلية ومؤشر الامتناع عن نشر اتصالات سرية.

أما في صفحة فيسبوك وتويتر جاءت أكبر نسبة من التجاوزات لمؤشر الامتناع عن التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد وقدرت بـ 7.53% من مجموع العينة، ثم الامتناع عن اقتحام الأماكن الخاصة بالأفراد بـ 3.42% ثم مؤشر عدم نشر تفاصيل الحياة الخاصة 0.68%، في حين لم يتم تجاوز الأربع مؤشرات المتبقية وهي: المؤشرين السابقين في الصحيفة الإلكترونية يضاف إليهما مؤشري عدم نشر أسرار خاصة عن الفرد وعرضها والامتناع عن التدخل في الشؤون الخاصة للفرد.

وينطبق على الخصوصية ما ينطبق على مبدأ الكرامة الإنسانية من حيث أن الصحيفة قلما تخوض في خصوصيات الأفراد، ولا تعتبرها بدرجة كبيرة المادة الإعلامية الرئيسية مقارنة بالمعلومات الأخرى التي تخص مختلف الأحداث والقضايا المصيرية التي تهم الجمهور، خاصة وأن اهتمام الجمهور في ظل أحداث الحراك الشعبي انصب حول المستجدات السياسية أكثر شيء، فضلا عن أن صحيفة البلاد عبر هذه الوسائط تتسم أخبارها بنوع من العمومية وتبتعد عن الأخبار التي تتعمق في أدق التفاصيل، ذلك أن خصوصية الأفراد تتعلق بالتفاصيل الدقيقة الخاصة بحياتهم وهو ما يغيب عن أخبار الصحيفة أو الصفحتين.

كما يظهر من خلال هذا الجدول أن التجاوزات الأخلاقية على مستوى الصحيفة الإلكترونية أكثر منها على مستوى فيسبوك أو تويتر، ذلك أن عينة الصحيفة الإلكترونية متنوعة المضامين حيث تنشر أخبار في مختلف المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والمنوعات وغيرها، في حين عينة فيسبوك وتويتر تمحورت حول الأخبار السياسية أين تزامن ذلك مع فترة رئاسيات 2019، وبالتالي تميزت بتغطية مكثفة لأخبار المرشحين و حملاتهم الانتخابية، بالإضافة إلى محاكمة بعض الشخصيات السياسية العامة، ما يشير إلى احترام الحياة الخاصة للسياسيين عبر الفضاءات العامة أكثر من الأشخاص

العاديين، في حين أنها كانت جزء مهم في أخبار الصحيفة الإلكترونية، مع أن هناك المادة 93 من قانون 2012 والتي تتحدث فيها عن منع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، كما أكدت على عدم انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

وهذا يحيلنا إلى التأكيد مرة أخرى على ضرورة وجود قانون خاص بالصحافة الإلكترونية وليس بقانون يطبق على كل وسائل الإعلام، نظرا لخصوصية كل وسيلة.

كما أن الحياة الخاصة سواء للأفراد أو الشخصيات العامة تعد موردا هاما تزيد به الصحيفة الإلكترونية نسبة التصفح ما من شأنه أن يزيد نسبة إيرادات الإعلان، فالحياة الخاصة تجذب القراء سواء كانت حياة الشخصيات السياسية أو مشاهير الفن والثقافة والرياضة وحتى الأشخاص العاديين، حيث يوجد اليوم صناعات إعلامية مضمونها الحياة الخاصة للأفراد وتحظى باهتمام كبير من طرف الجمهور، وهذا ما ينطبق أيضا على صحيفة البلاد نت وذلك أنها بحاجة إلى مداخل لتغطية أجور الصحفيين وكافة الموظفين، فيها حيث تضاف أجور عمال جدد إلى المؤسسة الأم، على عكس صفحة فيسبوك وتويتر تبحث عن زيادة التفاعلية والشهرة، وهي ليست بنفس درجة الأهمية كما في الصحيفة الإلكترونية.

وتمحور انتهاك الحياة الخاصة عبر صحيفة البلاد نت حول الحياة الخاصة للأشخاص العاديين ونادرا ما نجد ذلك بالنسبة للشخصيات العامة في الجزائر ذلك لما تتمتع به من حصانة قانونية، ولهذا لما كانت معظم أخبار مواقع التواصل الاجتماعي تدور حول أخبار السياسيين فقد جاءت أقل انتهاكا لحياتهم الخاصة، على عكس أخبار الصحيفة الإلكترونية التي قامت بنشر الأخبار في مختلف المجالات: المجتمع، المنوعات، الفن، الرياضة... الخ.

أما فيما يخص نسب المؤشرات من المجموع العام للتجاوزات، جاء بالنسبة للصحيفة الإلكترونية مؤشر اقتحام الأماكن الخاصة بالأفراد بنسبة 93.53% ثم التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد 25.85% يليها التدخل في الشؤون الخاصة للفرد 16.28% لتأتي نسبة 9.30% كنسبة متساوية بين مؤشر عدم نشر التفاصيل الخاصة وعدم نشر أسرار خاصة عن الفرد وعرضها.

وبالنسبة لمؤشر الامتناع عن اقتحام الأماكن الخاصة فقد ارتبط في الصحيفة الإلكترونية أكثر شيء بالتغطيات الصحفية للحوادث الخاصة بالأشخاص العاديين، وأحيانا أماكن تواجد بعض الشخصيات المشهورة من الفن والرياضة، وهذا يرجع إلى سهولة الوصول لها في أماكن معينة ويتم الحديث عن أماكن

تواجدها من خلال النص أو يتم تصويرها في مكان تواجدها خاصة مع توفر مختلف الوسائل والتقنيات التي سهلت نقل الأحداث من مكان وقوعها مباشرة.

وقد تم ذلك أيضا في محاولة لإعطاء تفاصيل حية عن أي شخص في أي واقعة وتقديم تفاصيل دقيقة عنها بغض النظر إذا كان ذلك أخلاقي أو لا، وهذا تحقيقا للسبق الصحفي خاصة وأن الجمهور في عصر الإعلام الجديد أصبح لا يبحث عن المعلومات العامة حول الأحداث والوقائع بل يبحث عن الوقائع الدقيقة، وتأتي أحيانا إثباتا لحقيقة وقوعها من عدمه، إنطلاقا من أن الأخبار في الإعلام الجديد قد تكون كاذبة أو مضللة، فالمتلقي عبر الإنترنت أقل ثقة في مصادر المعلومات الإلكترونية التي تشهد تعددا وتنوعا كبيرا، واليوم فالساحة الإعلامية الإلكترونية تشهد العديد من المواقع والصحف الإلكترونية التي تتعامل مع نفس الحدث بأشكال مختلفة، ما يتطلب تقديم تفاصيل أكثر دقة وخصوصية أحيانا وإن كان ذلك غير أخلاقي.

فبالنسبة للصور مثلا، الصور العامة لا تغطي الفضول الكامل للجمهور عبر الإنترنت الذي تعود على الخوض في أدق التفاصيل والتخلي عن العموميات خاصة مع التعرض الفردي للمضمون، على اعتبار أن من خصائص وسائل الإعلام الجديد هو التعرض اللاجماهيري، وبالتالي فما تبحث عنه الجماهير مجتمعة ليس هو ما يبحث عنه المتلقي لوحد.

ولما كانت صحيفة البلاد نت تولي أهمية للمشاهد الحية والمباشرة فإن التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد يعد أيضا من أشكال التجسيد الطبيعي للأحداث، فتصوير الحزن والمعاناة من الأشكال التي تجذب الجماهير ذلك لطبيعتها النفسية والاجتماعية وما تتركه من أثر نفسي على الجماهير، فمع أن الحزن والمعاناة الشخصية من الأمور التي يجب أن يترك فيها الفرد مع نفسه وأن لا يكون مضمونا إعلاميا إلا أنها قد تشكل عنصر جذب للجمهور لما لها من قوة تأثير في مشاعر الجماهير ما يجعل هناك تفاعل أكبر.

فالصحيفة هنا تستغل حالات الحزن في تقديم الخبر وهذا على حساب خصوصياتهم ودون اعتبارات إنسانية، وبمجيء الإنترنت أصبحت حالات الألم والحزن تنشر عبر مختلف المواقع، ما يجعل هناك حاجة لإعادة النظر في الظاهرة.

فمثل هذه المواقف خاصة بأصحابها ولا يجب الكشف عنها وهذا ما على صحيفة البلاد نت أن ندرکه كمبدأ عند تغطية الأحداث، فقد يكون كشف هذه التفاصيل لا فائدة منها ولا تفيد صاحبها بأي شكل من الأشكال خاصة إذا توقفت التغطية عند ذلك الحد أي لا توجد متابعة للقضية.

وفيما يتعلق بالتدخل في الشؤون الخاصة للفرد والتي تمثل 16.28% وهي تعبر عن تدخل الصحفي في شؤون الشخصيات المتضمنة في الخبر، وهذا ما هو إلا شكل آخر من أشكال اللاموضوعية التي لا تتوفر كمعيار مهني لدى بعض الصحفيين في الصحيفة، حيث يقدم الصحفي اقتراحاته وآراءه الشخصية بشأن ما يحدث.

وهذا التجاوز مهني وأخلاقي في نفس الوقت ويعد من الأخطاء المتكررة فيما يتعلق بمبدأ الموضوعية من جهة والخصوصية من جهة أخرى، فالصحفي هنا لا زال لا يفرق بين الأشكال الصحفية وكيف يتعامل مع كل شكل حيث أن هناك قوالب خاصة تعتمد على آراء وتعليقات الصحفي وتدخلاته مثل: التعليق الصحفي، العمود الصحفي، القصة الصحفية، لكن بالنسبة للأخبار فهو مربوط بنقل الوقائع كما جاءت، وهنا فهو بحاجة إلى تكوين أكثر.

إن هذا التجاوز يشكل خطرا على المهنة ذاتها قبل الأفراد، فعدم معرفة الصحفي كيف يكون موضوعيا ومتى يجب ذلك من شأنه أن يفصله عن مهمته في إيجاد الحقيقة وإيصالها كما هي، فالتدخل في شؤون الشخصيات الفاعلة في الخبر والخلط بين الخبر والتعليق يعبر عن ضعف في تكوين الصحفي وقلة الخبرة الكافية فذلك ليس من جوهر المهنة الصحفية.

وفيما يخص مؤشري الامتتاع عن نشر تفاصيل الحياة الخاصة والامتتاع عن نشر أسرار الفرد وعرضها (9.30%) واللذان يمثلان أقل نسبة، فهذا يرجع إلى صعوبة الحصول على مثل هذه المعلومات لأنها تنتم بنوع من السرية، خاصة بالنسبة للشخصيات المتحفظة على ذلك ولا تجعل من حياتها الخاصة موردا إعلاميا.

كما أن الأسرار المتعلقة بحياة الأفراد ليس فيها أي فائدة للصالح العام خاصة إذا كانت لا تخدم أي قضية في إطار نقل الصحيفة للأحداث والقضايا المحلية والوطنية والدولية، وتتبع تطوراتها وأدوار الفاعلين فيها أكثر من تفاصيل حياتهم الخاصة.

ونشر تفاصيل الحياة الخاصة والأسرار المتعلقة بها غالبا ما يتضمن في صحافة الفن والمشاهير التي تعد منتجات ترفيهية وصحافة إثارة وفضائح، على عكس الصحيفة التي تعنى بمختلف الأحداث التي تهم المصلحة العامة التي تعنى بها الصحافة الإلكترونية اليوم، وهذا ما تؤكد عليه المادة 68 من قانون الإعلام 2012 في باب وسائل الإعلام الإلكترونية " يمثل نشاط المكتوبة عبر الإنترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام ويجدد بصفة منتظمة، وتتكون من أخبار لها صلة بالأحداث تكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي"¹.

ولما كانت صحيفة البلاد نت تسعى إلى مسايرة الأحداث في الفترة الحساسة التي مرت بها البلاد، وفي نفس الوقت تماشيا مع اهتمامات الجمهور الجزائري ومراعاة لأولويات القضايا، فقد غاب أي تضمين للفضائح الشخصية أو العائلية والتي تخدم الإثارة والتهويل أكثر شيء، كما أن الفضائح غير المرتبطة بالمصلحة العامة والتي لا تكشف عن أمر قد يضر الصالح العام لا فائدة منها.

ونشر الاتصالات السرية إذا لم يتعلق هو الآخر بخدمة قضية تهم الرأي العام سيبقى مجرد ممارسات غير مهنية و غير أخلاقية لأنه يدخل في تتبع خصوصيات الأفراد وعلاقاتهم، وهذا يتنافى مع المبادئ العامة للمهنة التي تجعل الصحفي ناقلا أميناً للحقائق بطرق مشروعة.

كما أن نشر الفضائح والاتصالات السرية يتناسب مع نوع آخر من الصحافة هو الصحافة الاستقصائية التي تهدف إلى الكشف عن حقائق معينة باستخدام التحقيقات الاستقصائية، التي تكشف عن وقائع وقضايا سرية تحتاج إلى السعي وراءها، ما يجعل الصحفي يلجأ إلى نشر أسرار على هيئة فضائح أو اتصالات سرية، وهذا خدمة لقضية ما تحتاج التحقيق فيها خصوصا منها قضايا الجريمة، الفساد وهذا تقريبا يغيب عن مضامين صحيفة البلاد الإلكترونية التي تقدم أخبار الأحداث اليومية ولا ترتبط بقضايا كبرى، حتى أن قضايا الفساد قامت بتغطيتها على أساس أنها أحداث متعلقة بفترة زمنية مؤقتة وليس قضايا مستمرة، إضافة إلى اقتصارها على الخبر فقط دون التحقيق.

¹ قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، 15 يناير 2012، ص:28.

أما بالنسبة لصفحة فيسبوك وتويتر فقد شكل الامتناع عن التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للفرد نسبة 64.71% يليه اقتحام الأماكن الخاصة للأفراد بنسبة 29.41% ثم أخيرا نسبة 5.88% حول نشر تفاصيل الحياة الخاصة.

وقد ارتبط التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية للأفراد على صفحة البلاد نت على فيسبوك وتويتر بتغطية بعض الأوضاع الاجتماعية للمواطنين من خلال مقاطع من نشرات الأخبار بالقناة، بالإضافة أيضا إلى بعض الأحداث المتعلقة ببعض الشخصيات المعروفة لدى الرأي العام، ويأتي هذا المؤشر لما له من أهمية في كسب تعاطف الرأي العام على مواقع التواصل الاجتماعي.

ويساعد في نفس الوقت على الترويج والتعريف ببعض الحالات الاجتماعية التي تحتاج دعما، حيث يتم عرض الأوضاع الاجتماعية لبعض الأفراد حتى تلقى التفاعل من الجماهير، وهذا فيه تحقيق لجزء كبير من الخدمة الاجتماعية بحكم أن هذه المواقع متعددة الاستخدامات وأهمها إيصال أصوات المحرومين والمهمشين، فنشر الحزن والمعاناة الشخصية لأحدهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي سيحدث الأثر المطلوب لدى الرأي العام من خلال أن بعض الحالات تصبح قضايا رأي عام، لهذا فقد يرتبط ذلك بالمصلحة العامة.

وهذا الأمر ينطبق أيضا على مؤشر الامتناع عن اقتحام الأماكن الخاصة للأفراد 29.41% لكن بدرجة أقل دقة وجزئية بل أكثر عمومية، ذلك أن المضامين المنشورة من طرف الصفحتين خلال فترة الدراسة هي مضامين أقل تفصيل ذلك لأنه قد نشر من قبل وتم التفصيل فيه عبر القناة التلفزيونية ذلك أنها أقرب إلى الملخصات الموجهة إلى التعرض الفردي.

أما بالنسبة للالتزام بمبدأ الامتناع عن التدخل في الشؤون الخاصة بالفرد فهذا راجع بالخصوص إلى غياب الصحفي عن هذه المضامين، حيث تمثل صور مباشرة ونصوص مختصرة وفيديوهات تشرح الحدث بنفسها من خلال الشخصيات نفسها، وبالتالي تنقل فرص الصحفي في التدخل.

كما أن السرعة التي تتطلبها عملية نشر الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تدفع بالصحفيين إلى نشرها كما جاءت مباشرة دون تعديل أو مراجعة أو تقييم أو تعليق.

في حين بقية المؤشرات يغيب البعض منها كليا وأخرى كانت بنسبة قليلة 5.88%، وفيها تلتقي الصحيفة الإلكترونية مع فيسبوك وتويتر في الامتناع عن نشر هذه المؤشرات، وهذا لأن هذه المؤشرات ترتبط بالمفهوم السابق لانتهاك الخصوصية الذي كان على مستوى الصحافة الورقية، حيث كانت تنتشر الصحافة الصفراء التي تبحث وراء أسرار الناس وفضائحهم، معتمدة على التقصي والتتبع لحياة الناس الخاصة وجعلها منتجا إعلاميا ليس له أي قيمة، وهذا ما تختلف فيه صحيفة البلاد سواء عبر صحيفتها الإلكترونية أو صفحاتها الافتراضية حيث لازالت تحافظ على نفس الطابع الإعلامي.

هذا ويعد أيضا عائق الحصول على المعلومة في الجزائر أحد المعوقات التي قد تواجه الصحفيين، فالمعلومات المتعلقة بتفاصيل الحياة الخاصة وأسرارها والفضائح تعد من المعلومات المتحفظ عليها والتي يصعب الحصول عليها إلا بالطرق غير المشروعة أو الطرق الملتوية.

ومع أن مواقع التواصل الاجتماعي اليوم قد سهلت من عملية الحصول على المعلومات من طرف الصحفيين، خاصة مع ما ينشره الأفراد بصفة متكررة حول تفاصيل حياتهم الخاصة، وأنها تسهل من مهمة الصحفي في تتبع خصوصياتهم، إلا أنها لم تسجل أي تجاوزات، وهذا يؤكد محدودية استخدام صحيفة البلاد لمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على المعلومات.

وقد زادت أحداث المرحلة التي تغطيها عينة أخبار فيسبوك وتويتر من أهمية نشر المواضيع الجادة التي تهتم الجمهور الجزائري خاصة منها السياسية والانتخابية، والتخلي عن المواضيع الترفيهية والمثيرة.

وهذا ما من شأنه أن يزيد من اهتمام الجمهور الذي وجد في مواقع التواصل الاجتماعي الفضائات التي تعبر عنه وعن مشاكله وقضاياها، خاصة وأن المواطن حاضر بقوة في مضامين صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر سواء من خلال تقديم الأخبار التي تهمة أو طلب آراءه في قضية ما، في حين تغيب المضامين التي تعد خارج أولوياته.

2/2/الخصوصية في أحداث الجريمة

جدول رقم(22) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ احترام الخصوصية في أحداث الجريمة

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة			
النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية			
/	/	/	/	54.55	6	1.18	6	عدم نشر إسم أو صور الشخص المتهم
/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر إسم أو صور أقارب أو أصدقاء المتهم
/	/	/	/	9.09	1	0.19	1	عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية المتهم في الجريمة
/	/	/	/	27.27	3	0.59	3	عدم نشر إسم أو صور الضحية
/	/	/	/	9.09	1	0.19	1	عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية الضحية
/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر إسم أو صور أقارب أو أصدقاء الضحية
/	/	/	/	100	11	2.15	507	المجموع

يظهر من خلال الجدول الخاص بالخصوصية في أخبار الجريمة أن التجاوزات ضئيلة جدا في صحيفة البلاد نت، في حين لم يتم تجاوزها في صفحة فيسبوك وتويتر بحكم غياب أخبار الجريمة عن عينتيهما خلال فترة الدراسة.

فبالنسبة للصحيفة الإلكترونية جاء مؤشر عدم نشر إسم أو صور الشخص المتهم بنسبة 1.18% ثم عدم نشر إسم أو صور الضحية 0.59% وأخيرا نسبة 0.19% كنسبة متساوية بين مؤشري عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية المتهم في الجريمة وعدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية الضحية، في حين لم يتم تجاوز مؤشر عدم نشر إسم أو صور أقارب أو أصدقاء المتهم أو الضحية.

ويعود ذلك إلى ما يتعلق بالخصوصية عموماً حيث أن الصحيفة لا تميل إلى الإثارة حتى في أخبار الجريمة، بحيث تبعد عن التفصيل في أحداث الجريمة والكشف عن المتهم أو الضحية إلا نادراً ولا زالت تتعامل معها بنوع من الحذر بحكم سياستها التحريرية، حيث لا تتعمق كثيراً في تفاصيل الجريمة خاصة وأن مؤشرات الخصوصية في الجريمة أغلبها تتعلق بالتفاصيل المتعلقة باسم المتهم، الضحية، وغيرها وهذا نادراً ما يتوفر في أخبار الصحيفة.

ومع أن التجاوزات كانت قليلة، إلا أن الخصوصية في الجريمة سواء تعلقت بالمتهم أو الضحية لا يجب تجاوزها ذلك أن ليس فيها أي مصلحة للطرفين بل ضرر لهما، على عكس بعض حالات انتهاك الخصوصية في الأحداث العادية.

إلا أنه بالنسبة للمتهم فنشر اسمه أو صورته من شأنها أن تسيء إليه، ذلك أنه يصبح محط سخط من طرف الرأي العام وقد يخلق له صورة نمطية سلبية تبقى تلاحقه، وفي نفس الوقت ضرر للضحية وذلك من خلال التشهير بها وانتهاك لحرمة الحالة التي تكون فيها (موت، جريمة).

تجدر الإشارة إلى أن صحيفة البلاد الإلكترونية تغطي العديد من أحداث الجريمة حيث تندرج ضمن قسم المجتمع ضمن باب الحدث أو المحلي، حيث تعنى الصحيفة الإلكترونية بنشر أخبارها وهذا خدمة لحق الجمهور في معرفة ما يدور حوله باعتبارها وسيلة إعلامية، على عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي يعد فيها نشر الأخبار اختيارياً وليس مقيد بتقسيمات محددة، حيث يمكن أن ينشر صور، فيديوهات في السياسة فقط طيلة اليوم في حين لا ينشر في المجتمع أو الرياضة، وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية بحاجة إلى تغطية أخبار الجريمة لأن ذلك جزء من الواقع في المجتمع.

كما أن الصحيفة لا تنشر عبر صفحاتها كل شيء بل تركز على الأهم من القضايا حتى تكون محل اهتمام ومتابعة، وأخبار الجريمة تكاد تكون من الأخبار اليومية والتي قد لا تلقى تفاعلاً كبيراً خاصة إذا سبق نشرها عبر الجريدة أو بثها عبر القناة التلفزيونية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فنشر أخبار الجرائم على هذه المواقع يجب أن يكون بنوع من التحفظ ذلك أنه قد يوقع المؤسسة الإعلامية في مساءلات ومتابعات قانونية سواء من أهل المتهم أو الضحايا، على اعتبار أن هذه الصفحة يتابعها الكثير ويتعرض لها المستخدم تلقائياً حتى لو لم يدخل إلى الصفحة، في حين أن الصحيفة الإلكترونية لا يتم التعرض لها إلا بالدخول إلى الموقع.

كما أن سياسة مواقع التواصل الاجتماعي تمنع نشر مضامين لها علاقة بالجريمة إذا كانت تصور ضحايا أو متهمين، بحيث هي الأخرى لها ضوابط في نشر أخبار الجريمة مما قد يقلص من عملية نشرها عبرها، ويكون النشر عبر المواقع الإلكترونية الخاصة بالصحف.

أما بالنسبة للمؤشرات فيما بينها في الصحيفة الإلكترونية، فقد شكل عدم نشر إسم أو صور الشخص المتهم أكثر المؤشرات تجاوزا بنسبة 54.55% يليها عدم نشر إسم أو صور الضحية 27.27% ثم بنسب متساوية كل من مؤشر: عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية المتهم في الجريمة، عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية الضحية وهذا بـ 9.09%.

إن عرض إسم أو صور المتهم في الجريمة من الأمور التي تجعل الخبر أكثر تشويقا والتي ترتبط ارتباطا وثيقا بالأهداف الترويجية للصحيفة، فوجود الإثارة في أي عنصر من عناصر الخبر ما هو إلا مؤشر لذلك، فلو كان الهدف هو معالجة الظاهرة والحد منها لما تم عرض صور المتهمين أو أسماءهم، وهذا مؤشر مكمل لأحد المبادئ السابقة المتعلقة بأخلاقيات الصحفي تجاه المجتمع، والذي ظهر فيه أن الصحيفة لا تهدف إلى حل الظاهرة وإيجاد مخرج لها للحد منها، بقدر ما تهدف إلى تقديم الأخبار عنها فقط، رغم أن هذا التجاوز فيه ضرر كبير للمتهم من جهة من خلال أن ذلك يشوه صورته، وللوسيلة الإعلامية أيضا من جهة أخرى من خلال انحرافها عن مهمتها في معالجة الظواهر والآفات الاجتماعية، وتخليها عن واجبها تجاه المجتمع والذي يقتضي بأن تكون وسيلة تنشئة اجتماعية ونشر للقيم.

وصحيفة البلاد نت تسعى إلى نقل الأخبار والمعلومات حول الجريمة ودورها يقتصر على ذلك وحسب وهذا كما سلف الذكر في تحليلات سابقة، فالمتهم هو العنصر المحوري في الجريمة وعليه يقوم الخبر كله فهذا يجعله أكثر جاذبية وتشويقا، وبما أن المتلقي لم يكن معتادا على رؤية المجرمين في الأخبار بهوياتهم الحقيقية، فإن ذلك يكون شكلا جديدا وغريبا.

ضف إلى ذلك أنه لا يوجد لحد الآن قانون خاص يتناول الخصوصية كمبدأ ويقوم بالتفصيل فيه في مختلف المواقف والأحداث، وما تعمل فيه الصحافة الإلكترونية في الجزائر هو تقريبا عموميات في أغلب المبادئ، فالخصوصية جاءت كمبدأ عام جدا ولم يتم ربطها بأي نوع من الأحداث، وهذا بدوره

يتطلب ميثاق مهني ذاتي خاص بالمؤسسة الإعلامية يعنى بأخبار الجريمة ذلك لأنها تشكل جزء من أخبار وسائل الإعلام ومنها الصحافة الإلكترونية.

أما بالنسبة لنشر إسم أو صور الضحية 27.27% والذي يمثل ثاني النسب فإنها لا تختلف كثيرا عن المؤشر السابق، لما يحمله من أذى للضحية وعائلتها، خاصة في الجرائم الحساسة وهو في كل الأحوال فيه ضرر وقلما تكون هناك مصلحة عامة، فمع أنها قد تم تجاوزها في 3 مواد صحفية إلا أنها لا تليق بالجانب المهني والأخلاقي للمؤسسة الإعلامية.

وبالنسبة للمضامين التي تم تجاوز خصوصية الضحايا فيها تم ذلك من خلال ذكر الأسماء والصور، فإن الهدف الأساسي دائما كان بغرض تقديم تفاصيل أكثر عن الحادثة، أي ما يخدم العملية الإخبارية.

ولو أن الضحية ليست بنفس درجة المتهم في إحداث الجذب والفضول إلا أنها تؤثر على الجانب العاطفي لدى القراء، خاصة إذا كان الضحايا أطفال كما في أحد الاخبار (قتل أب لزوجته وأولاده) تم فيها نشر إسم وصور الأولاد.

وعليه فهذا المؤشر يؤثر على الجانب النفسي والعاطفي لدى المتلقي، فهو يعد مدخلا من مداخل إثارة الانتباه إلى الخبر، ذلك لما يحمله الجانب العاطفي من قوة في التأثير، وبالنسبة للصحيفة الإلكترونية فهذا جزء من عمليتها الخيرية لا أكثر.

لذا فالصحيفة الإلكترونية قد جعلت الجانب الخبري ذو أولوية على الجانب الإنساني، ومن جهة أخرى فهذا المؤشر والمؤشر السابق فتجاوزهما يتعلق أيضا بضعف تكوين الصحفيين في جانب آخر من مبادئ التغطية الإخبارية، وهنا بالنسبة للجرائم سواء تعلقت بالأطفال أو الأحداث أو أي فئات أخرى كما يظهر في دليل بعض المؤسسات الإعلامية الخاصة بتغطية نوع محدد من الأحداث كالجريمة، ذلك لما تكتسبه من خصوصية، مع أن هناك دليل لمنظمات دولية مثل اليونسكو حيث يحتوي على توجيهات مهمة جدا في كيفية تغطية أخبار الجرائم المتعلقة بالأطفال.

أما بالنسبة لمؤشر عدم نشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية المتهم أو الضحية 9.09% فإن ذلك يعود إلى كيفية تعامل الصحيفة مع أخبار الجريمة وعلى ما تركز بالضبط، حيث أنه وكما سبق الذكر

في مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة فإنها لا تميل إلى التفصيل كثيرا في وقائع الجريمة، ذلك أن تفاصيل مثل: السن، العنوان، الحي... الخ، ليست بالتفاصيل الفعالة التي تكون سببا في جذب القارئ خاصة أنها ليست تفاصيل درامية بل مجرد تفاصيل حول الأشخاص المتهمين أو الضحايا قد لا تهم القارئ، كما أن فيه خطر على المتهم و الضحية، خاصة مع ذكر العنوان والذي قد يكون له تبعات خطيرة وبالتالي قد تتحول الصحيفة إلى وسيلة تحريض وتفاقم الجريمة أكثر وأكثر.

كما أن المضمون الصحفي لا يكتسب أي قيمة إخبارية من التفصيل الممل في البيانات الشخصية للمتهم أو الضحية التي تساعد على معرفته.

وبالنسبة لعدم نشر إسم وصور أقارب أو أصدقاء الضحية أو المتهم، فذلك وكما يظهره الجدول لأن الصحيفة قد ركزت على إظهار الضحية أو المتهم باعتبارهما العنصرين الأساسيين في الخبر، حيث لا توجد حاجة إلى أهلهم أو أصدقائهم على اعتبار وجود الفاعلين الرئيسيين في الخبر.

ولما كانت صحيفة البلاد نت تستخدم الخبر أكثر في تغطيتها الإخبارية للجريمة فإنها لا تحتاج إلى التفصيل فيما يتعلق بذلك، ذلك أنه لا يصل الحديث إلى الأهل والأصدقاء، على عكس بعض القوالب الأخرى مثل: التقرير، التحقيق والتي تحتاج الى تفاصيل وحيثيات أكثر قد يكون الأقارب أو الأصدقاء مصدرها.

5. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالمعايير المهنية

1/مبدأ الموضوعية

جدول رقم(23) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الموضوعية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد		التجاوزات على مستوى نت		التجاوزات على مستوى		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة			
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار			
5.26	4	2.73	4	5.26	4	2.73	4	17.04	92	18.14	92	نشر الآراء المختلفة
/	/	/	/	/	/	/	/	17.04	92	18.14	92	الفصل بين الحقيقة والرأي
27.63	21	14.38	21	27.63	21	14.38	21	28.88	156	30.76	156	التوازن
46.05	35	23.97	35	46.05	35	23.97	35	29.25	158	31.16	158	الحياد
21.05	16	10.95	16	21.05	16	10.95	16	7.77	42	8.28	42	التعبير المجرد عن الموضوع (التركيز على الحقائق دون رأي أو تعليق)
100	76	52.03	146	100	76	52.03	146	100	540	106.48	507	المجموع

يتضح من خلال الجدول الخاص بمبدأ الموضوعية أن هناك العديد من التجاوزات في الصحيفة الإلكترونية، بحيث فاقت المجموع الكلي للعينة، ما يبرز العدد المعتبر للتجاوزات المرتبط بعدم احترام مؤشرات هذا المبدأ في العمل الإعلامي، وهذا بحكم أن المادة الإعلامية قد تحتوي على أكثر من شكل إعلامي وفي نفس الوقت قد تحتوي على أكثر من تجاوز أخلاقي، فالخبر الإلكتروني مثلا قد يضم نصوص و صور و فيديو هات في نفس الوقت، وبالتالي قد يقع كل شكل منها في تجاوز أخلاقي للمبدأ الواحد، (ميزة الوسائط المتعددة من أهم مزايا الصحيفة الإلكترونية)، إضافة إلى أن الدراسة اعتمدت على وحدة الفكرة، حيث أن المادة الإعلامية الواحدة قد تحتوي على عدة أفكار ومن المحتمل بالتالي تسجيل عدة تجاوزات في المادة الإعلامية الواحدة وتجاوز العدد الإجمالي للمواد المحللة.

ويلاحظ أن نسب التجاوزات من مجموع العينة جاءت موزعة كالاتي:

مؤشر الحياد والتوازن أكثر التجاوزات بنسبتي 31.16% و 30.76%، في حين جاءت نسبة 18.14% ممثلة لمؤشري نشر الآراء المختلفة والفصل بين الحقيقة والرأي، وجاءت آخر نسبة 8.28%، وهي نفس التجاوزات تقريبا في الفيسبوك والتويتر لكن بنسبة أقل (نسبة 52.03% من مجموع العينة وليس مجموع التجاوزات)، ماعدا في مؤشر واحد فقط (الفصل بين الحقيقة والرأي).

ويعود ذلك إلى طبيعة الأخبار التي تعتبر نقلا مباشرا لما وقع، مع الحفاظ على الاقتباسات كما جاءت، خاصة وأن معظم الأخبار هي أخبار بسيطة غير مركبة لا تتضمن شخصيات أو آراء متعددة قد تكون في صراع وتحتاج لأن يكون بينها توازن.

كما أن الصحافة عموما لا تعكس مختلف التوجهات والتيارات في المجتمع نتيجة ميلها إلى الأخبار التي تدور حول فكرة واحدة أو رأي واحد، وهذا له علاقة أيضا بالمهارات التحريرية والتحليلية التي تغيب نوعا ما عن أخبار الصحيفة والصفحتين، عدا أنها لم تستغل خصائص النشر في المواقع الإلكترونية أهمها: مساحة العرض الواسعة.

وقد كانت التجاوزات لهذا المبدأ على مستوى صحيفة البلاد نت أكثر من صفحتي فيسبوك وتويتر، حيث كانت في الصحيفة الإلكترونية 540 تجاوز في حين 76 تجاوز في الفيسبوك والتويتر.

ويمكن الحديث هنا عن نقص الكفاءة المهنية لدى الصحفيين في الصحيفة الإلكترونية، ذلك أنها تنشر مضامين مستقلة ومخصصة للنشر فيها مباشرة، وهذا ما يتطلب أن يكون هناك تكوين كاف سواء على المستوى المهني أو الأخلاقي، وبما أن الصحافة الإلكترونية في الجزائر تعاني من نقص الإمكانيات بحكم نقص مداخل الإعلان الإلكتروني فإن ذلك سيحول دون توظيف عدد كاف من الصحفيين ما يزيد الأعباء على الصحفيين، وهذا بدوره يؤدي إلى وجود أخطاء وتجاوزات مهنية.

في حين نقل بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي بحكم معظم مضامينها خلال فترة الدراسة هي مضامين تلفزيونية بدرجة أولى، وبالتالي فهي من إنتاج الصحفيين في الإعلام السمعي البصري وليس الإلكتروني، وبالتالي فهذا يقلص من التجاوزات لهذا المبدأ بحكم الخبرة في المجال، بالإضافة أيضا إلى الدور الكبير لحارس البوابة في السمعي البصري مقارنة بالصحيفة الإلكترونية، وهنا فنحن نتعامل مع مضمون جديد على وسيط جديد مقابل مضمون صحفي متناول سابقا على وسيط جديد.

وبالإضافة لما ذكر، فقد كانت أغلب المضامين المنشورة عبرها تعتمد على النقل المجرد للحدث في قالب خبري دون تدخل الصحفي بأي شكل من الأشكال، أي أن المضمون يعبر عن نفسه بنفسه بحيث يلغي دور الصحفي فيه وهذا بالنسبة للفيديو أكثر شيء، ويكتفي الصحفي بالعنوان فقط، فمع أن ذلك قد يخل بالدقة، ذلك أن هذه الفيديوهات والصور قد لا تعطي كل الحقيقة إلا أنها لا تخل بالموضوعية.

ومن جهة أخرى فإن حاجة الصحيفة للتواجد في الساحة الإعلامية يتطلب منها أن تكون في الصدارة، ذلك أنها بحاجة إلى فرض وجودها وهذا يتحقق بتقديم الأخبار الآنية والفورية، على أساس أنها الخصائص التي تتميز بها أخبار الإنترنت لتلبية حاجيات الجمهور المعرفية، وهذا كله في ظل زيادة اعتماد الجماهير على الإنترنت كمصدر للمعلومات، وهذا بدوره يؤثر على موضوعية ودقة الأخبار في نفس الوقت.

وفي هذا الإطار يرى الدكتور "سمير عرجون" أستاذ بالمدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام في تصريح له ليومية "المساء" ضرورة إقامة دورات تكوينية للصحفيين لتدريبهم الكتابة على الواب التي تختلف عن الكتابة في الصحافة المكتوبة، والتي لازالت تسيطر على كل المواقع الإلكترونية في الجزائر كون صحفيتها قدموا من الصحافة المكتوبة¹.

وهذا بدوره يتطلب التفكير في إعادة هيكلة للإعلام الإلكتروني من حيث الأدوات والوسائل والمهارات الخاصة بالصحفيين، الذي يعتمد بالأساس على الجانب التقني أكثر.

أما فيما يخص النسب من مجموع التجاوزات لمؤشرات هذا المبدأ فيما بينها في الصحيفة الإلكترونية، نجد تقارب بين مؤشري الحياد والتوازن، حيث جاء الحياد بنسبة 29.25% التوازن 28.88%، ونسبة متساوية مقدرة بـ 17.04% لكل من نشر الآراء المختلفة والفصل بين الحقيقة والرأي، وأخيرا التعبير المجرد عن الموضوع 7.77% وهي أقل نسبة.

¹ زولا سومر، الصحافة الإلكترونية بحاجة الى قانون يضبطها، يومية المساء، نشر بتاريخ 2018.05.03، تاريخ الزيارة 22

2021.01 الساعة 21:15 الرابط:

<https://www.elmassa.com/dz/%D9%85%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D>

ويمثل الحياد والتوازن أكثر المؤشرات تجاوزا من طرف صحيفة البلاد نت وذلك بحكم غياب الشمولية، بحيث تركز في هذه المواد الصحفية (156 مادة بالنسبة للتوازن، 158 بالنسبة للحياد) على جانب واحد من الحدث أو القضية وأحيانا يتم التركيز على جانب واحد أكثر من جوانب أخرى أو إهمالها نهائيا، ما يجعل التغطية تسير في بعد محدد، فمسألة الشمولية بالنسبة للصحافة الإلكترونية ترتبط كما سلف الذكر باعتبارات فرضتها بيئة الإعلام الإلكتروني، خاصة وأن الأخبار في الإنترنت تتقدم بسرعة ما يفرض على الصحيفة أن تسارع إلى نشر أخبارها حتى لو كان ذلك على حساب الحياد والتوازن، وبالتالي قد تحضر أطراف معينة وتغيب أطراف أخرى، وأحيانا يكون الإنحياز من خلال الإستحسان أو الإستهجان لفكرة أو سياسة ما أو من خلال تقديم الرأي الشخصي للصحفي كحقيقة.

وأحيانا يكون ذلك عن قصد خاصة في بعض القضايا السياسية، حيث يتحكم في الخبر الخلفيات الفكرية والأحكام المسبقة حول بعض الأطراف السياسية، ويركز الصحفي على طرف واحد أكثر وأحيانا ينحاز إلى طرف ما، حيث أن هذا الإنحياز قد يكون على شكل عدم توازن أو إنحياز من خلال تعابير أو مصطلحات أو أوصاف محددة، كما قد يكون عن غير قصد نتيجة عدم توفر الدقة الكافية، وهذا تجسد أكثر من خلال الصور المصاحبة للخبر الصحفي، فأغلبها تتسم بالعمومية ولا تعكس الحدث كله بكل أطرافه وعناصره، إذ لا تتوفر الدقة في تغطية الحدث، وفي نفس الوقت المصادر المعتمدة في الحصول على هذه الصور.

وبالنسبة للنص الصحفي فقد شكل عدم الحياد وعدم التوازن بناء على أساس مدروس وليس اعتباطا فقط، حيث أن تدخل الصحفي في الخبر بشكل مقصود، ويمثل النص أكثر تجاوزا لهما ثم الصور المصاحبة له ثم تأتي مضامين الوسائط المتعددة المستخدمة في النص (صور + فيديو).

ومن جهة أخرى فإنه في ظل الأزمة السياسية التي مرت بها الجزائر طوال سنة 2019 قد أثرت بشكل مباشر وغير مباشر على أداء الصحفيين، حيث تراوحت بين المظاهرات السلمية للشعب الجزائري عبر أرجاء الوطن، المتابعات القضائية والمحاکمات المتتالية لأصحاب قضايا الفساد. فكل هذه الأحداث قد تؤثر على الصحفي باعتباره مواطن جزائري قبل كل شيء، فيتخذ موقفا مؤيدا لطرف ما أو معارض، كما قد يعطي مساحة في التغطية تصريحات لطرف ما والتي تتوافق مع أفكاره ويهمل تصريحات أخرى.

وهذا ما يؤكد "ياسر عبد العزيز" بالقول أن أوقات الصراعات والخلاف بين النظم والمفاهيم والقيم الثقافية السائدة يصعب تحقيق الموضوعية ويسهل الإنحياز، الذي قد يصبح في بعض الأحيان "فعلا سياسيا"، فالخطورة الكامنة هنا هو تسييس المهنة وتحولها أداة في صراع وفقدان ثقة الجمهور¹، وعليه قد تتحول الوسيلة الإعلامية إلى وسيلة للدعاية والتضليل، لذا فالموضوعية هي أكثر المبادئ تأثرا بالأزمات وهذا ما قد يفرض وجود تكوين أكثر خاصة في أحداث الصراعات والأزمات.

وبحكم الدور الذي يقوم به الإعلام في توجيه الرأي العام في قضايا معينة، فإن صحيفة البلاد نت لها دور أيضا من خلال التأطير الإعلامي للأحداث لتجعل الرأي العام يتبنى آراء ومواقف محددة رسمتها المؤسسة الإعلامية نفسها، فلكل مؤسسة إعلامية خطها السياسي ومواقفها من القضايا المطروحة التي قد تؤثر على قراراتها وطريقة تناولها لتلك الأزمة.

وفيما يخص مؤشري نشر الآراء المختلفة والفصل بين الحقيقة والرأي 17.04% فهما يؤكدان غياب الموضوعية في صحيفة البلاد نت، فمع أنهما لا يمثلان نسبة كبيرة جدا بالنسبة لمجموع التجاوزات الأخلاقية إلا أنهما يمثلان نسبة كبيرة من مجموع المواد الصحفية التي تعبر عن الرأي، أي رأي الشخصيات المتضمنة في الخبر، حيث شكلت المواد الصحفية التي تضمنت الرأي 117 مادة صحفية، في حين بقية المواد كلها تتضمن حقائق فقط.

فصحيفة البلاد نت في نشرها للرأي كمضمون صحفي في الأخبار لا تعكس الآراء المختلفة وهذا في 92 مادة من مجموع 117، ولا تقوم بالفصل بين الحقيقة والرأي في 92 مادة أيضا من نفس المجموع.

ويرتبط غياب التعددية في الآراء في الصحيفة أنها تعكس الرأي الذي يدعم اتجاهها التحريري وأفكارها وأفكار الصحفي، كما أن التغطية المتضمنة للآراء المختلفة هي التغطية المهنية الصحيحة وهذا لأنها تحقق الفهم الكامل للحدث أو القضية من خلال تقديم وجهات نظر مختلفة وترك القارئ يختار التي تتوافق مع توجهاته، في حين البلاد نت تقوم بتوجيه القارئ مسبقا نحو اتخاذ آراء معينة دون غيرها.

¹ ياسر عبد العزيز، دليل المعايير المهنية في الكتابة الخبرية، د.ط، مركز دعم لتقنية المعلومات، مصر، 2013، ص:7.

ولما كان التعبير عن الآراء المختلفة هو مظهر من مظاهر التغطية الشاملة أيضا كما هو الحال بالنسبة لمؤشري التوازن والحياد، فإن أغلب أخبار البلاد نت لا تتميز بالشمولية إلا نادرا، وهذا متعلق بعدة متغيرات أهمها: توفر الإمكانيات المادية اللازمة، الصحفيين الأكفاء، الوقت، سهولة الوصول إلى المعلومة.

وفي صحافة الإنترنت قد يتوفر المتغير الأخير في حين تغيب المتغيرات الثلاث، وذلك يحول دون تقديم خبر كامل يعكس مختلف الآراء والاتجاهات الفكرية والسياسية في المجتمع، وبالتالي تكون تغطية صحفية مبتورة تقدم وجهة نظر واحدة فقط ويتم تبينها على أنها الحقيقة، وهذا خدش للموضوعية وبالتالي فالصحيفة بحاجة إلى تدريب صحفييها على كيفية التعامل مع الآراء المختلفة. ذلك أن عرض وجهات النظر المختلفة من أهم خصائص الإعلام الديمقراطي، فتسهيل التفاعل المباشر بين هذه الأطراف وإدارة النقاشات المفتوحة حول قضايا الشأن العام، من شأنه أن يعزز ثقافة التعددية وحرية التعبير¹.

كما يأتي أيضا عدم الفصل بين الحقيقة والرأي 17.04% من خلال تقديم الآراء على أنها حقائق، حيث لا يتم التمييز بين الحقيقة والرأي في معظم الأخبار التي تتضمن رأي، وهذا نتيجة ضعف المهارات التحريرية الخاصة بالصحفيين في صحيفة البلاد نت، فالصحفي مطالب بتقديم الآراء لوحدها وتظهر على أساس أنها آراء لشخصيات متحدثة في الخبر بالطريقة المناسبة.

فأغلبية الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية في الجزائر لا يملكون التكوين الصحفي المتخصص، خاصة وأن هناك صعوبة في التفريق بين الحقيقة والرأي وأحيانا تتداخل الآراء مع الحقائق، وهذا كما يوضح مجموعة باحثين أنه لا تزال نظم تعليم الصحافة والإعلام في معظم الجامعات والمعاهد العربية غير مستوعبة لمفاهيم الإعلام الجديد وتطبيقاته وما يحتاجه من مهارات، وتعاني معظمها من ندرة الأكاديميين المتخصصين في الإعلام الرقمي، كما أن التدريب الإعلامي في مجال الإعلام الرقمي يواجه مشكلات عدة أبرزها تدني هذا التدريب وتشابه البرامج المطروحة².

¹ عز الدين عبد المولى، العرب والديمقراطية والفضاء العام في عصر الشاشات المتعددة: بحث في دور الجزيرة، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2015، ص:160.

² باسم الطويسي وآخرون، بيئة الصحافة الإلكترونية العربية: سياقات التطور وتحدياته، الطبعة الأولى، مركز الجزيرة للدراسات، 2020، ص:40.

كما أن غياب التفسير والتحليل في صحيفة البلاد نت والاكتفاء بنقل التفاصيل فقط قد يؤثر على هذه العملية، ذلك أن التفسير والتحليل يساعد على إظهار الحقائق كمعطيات، وكأساس يستند عليه في تقديم الأحداث والقضايا، والآراء تأتي كتقييمات شخصية لأطراف معينة على أساس المعتقدات والخبرة والمواقف الشخصية، فالصحفي هنا لا يقوم بالفصل بينهما بل ينشر الخبر بما فيه خاصة وأن الصحفي الإلكتروني مضغوط بالوقت.

ونظرا لما لهذا المبدأ من تأثير على القراء من خلال إمكانية تبنيهم للآراء المقدمة على أنها حقائق، وبالتالي يتم تشكيل الأفكار والتصورات الخاطئة حول ما يحدث من طرف الجمهور وبالتالي الرأي العام، خاصة أوقات الأزمات يكون الجمهور بحاجة إلى الحقيقة أكثر من الآراء الشخصية.

في حين كان مؤشر التعبير المجرد عن الموضوع أقل تجاوزا بنسبة 7.77% ما يمثل 42 مادة صحفية، في حين معظم المواد الصحفية يغيب فيها رأي الصحفي وتقتصر على الحقائق، ويعتمد ذلك على اعتماد الخبر كأكثر القوالب الصحفية في الصحيفة الإلكترونية، حيث أنه في الخبر يتم النقل المجرد للوقائع وبطريقة سردية وصفية، فصحيفة البلاد نت هدفها الأساسي هو جعل الجمهور يعرف ما يحدث أول بأول وهذا يكون من خلال الحقائق، ذلك أن المواد الصحفية المتضمنة للآراء كانت أقل (117 مادة صحفية من 507)، فعملية تكوين الآراء والاتجاهات حول القضايا تكون بناء على الحقائق وليس الآراء، ويزداد ذلك في القضايا المصيرية .

كما أن رأي الصحفي في الخبر لا يقدم أو يضيف أي شيء بقدر ما هو تأثير على عملية تشكيل الاتجاهات لدى الجمهور، ذلك أن القارئ قد يتبنى الرأي الخاص بالصحفي وهذا ما يتنافى مع مبادئ العمل الصحفي، فدور الصحفي هو نقل ما يحدث كمشاهد فقط دون اتخاذ أي آراء، إلا إذا كان ذلك ضمن القوالب الخاصة بالرأي.

ومع أنها قد تكون نسبة ضئيلة نوعا ما إلا أنها تعبر عن قلة المهنية بالنسبة للصحفيين في صحيفة البلاد نت، حيث لا يدرك الصحفي متى يصبح من حقه التدخل برأيه ومتى لا يجب ذلك.

أما فيما يخص صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر مثل مبدأ الحياد نسبة 46.05% يليه مبدأ التوازن 27.63% ثم التعبير المجرد عن الموضوع 21.05% وأخيرا نشر الآراء المختلفة 5.26%.

بالنسبة للحياد 46.05% فقط ارتبط بالأحداث السياسية المختلفة في الجزائر ومنها الانتخابات الرئاسية، حيث تم تغطية أخبار المترشحين وبعض أجواء الحملات الانتخابية لهم.

كما ارتبط بالحاكمات التاريخية لبعض المسؤولين، وهذا ما من شأنه أن يبرز حجم التحيز الذي يمكن أن يقع فيه الصحفي وهو يغطي مثل هذه الأحداث لما تتميز به من خصوصية، ذلك أنه قد يقع في التحيز بسهولة، فقد يفضل مترشح على آخر وقد يصور أحد المترشحين بصورة تعبر عن توجهاته وآراء الشخصية خاصة من خلال الفيديو، فالحياد هنا لا يتعلق بوسيلة بعينها ذلك أنه معيار مهني يجب أن يحترم في كل الوسائط.

كما أن معظم التغطيات الصحفية في المضامين التي تثبت عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي مضامين لا تلتزم بالدقة التامة حيث تتميز ببتتر واجترأء، وتقدم بعد وتهمل آخر ولا تتوفر على كل الأبعاد ما قد يجعلها تقع في الإنحياز، ذلك أن الصحفي مطالب بتقديم معلومات كاملة.

وعلى العكس من ذلك كان يجب أن تكون التغطية الصحفية عبر مواقع التواصل الاجتماعي أكثر إحاطة ودقة على اعتبار هذه المواقع سهلت من عملية الحصول على المعلومات.

ومن جهة أخرى فإن مواقع التواصل الاجتماعي وانطلاقا من أهميتها في تكوين الاتجاهات والتأثير في الآراء حول القضايا، فإن تحيز صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر تجاه أفكار أو أطراف ما (35 مادة من 146 مادة) فإنها تسعى إلى إقناع الرأي العام بتلك الأفكار أو الأطراف.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي ليست وسائل إعلام بدرجة أولى بل وسائل اتصال قبل كل شيء، وبالتالي لن تتعرض للمساءلة المهنية مثل الوسيلة الإعلامية، إذ أصبحت وسائط لنشر مضامين لوسائل الإعلام.

أما بالنسبة للتوازن 27.63% (21 مادة مقابل 146) فهذا مرتبط أيضا بنوع الأخبار المنشورة على فيسبوك وتويتر، فهي أخبار بسيطة وليست مركبة ذلك أنها تبعد عن الأخبار المركبة والمتفرعة، فالخبر البسيط هو الخبر الذي يقوم على وصف واقعة واحدة أما المركب فيقوم على وصف عدد من

الوقائع والربط بينها¹، فهي تميل إلى تفكيك القضية الواحدة وتناولها عبر أخبار مجزأة وهذا يمثل جزء من تبسيط الحدث ويتمشى مع خصائص مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتمد الأخبار البسيطة والمختصرة والتي تدور حول أفكار واضحة حتى يتمكن الجمهور من فهمها، فمتصفح مواقع التواصل الاجتماعي ليس له الوقت الكاف للإطلاع على المواد المطولة والتي تحمل عدة أبعاد أو عناصر، خاصة إذا تم إنتاجها بنفس الصيغة المعتادة في وسائل الإعلام.

وعن التعبير المجرد عن الموضوع 21.05% أي 16 مادة صحفية من 146 مادة، وتعتبر نسبة ضئيلة نوعا ما وهذا كما سبق الذكر أيضا بالنسبة للصحيفة الإلكترونية حيث تحكمها طبيعة التغطية الإعلامية للأحداث، والتي تتميز بالتغطية التقريرية التي تقتصر على نقل ما حدث ما قيل، والأحداث يتم التعبير عنها بالنص المكتوب أو الصورة المصورة أو الفيديو بالصوت والأشخاص المتحدثين، والصحفي ينقلها بالشكل المطلوب وحسب.

وهذا الطابع في نشر الأخبار يغلب على مضامين مواقع التواصل الاجتماعي تقريبا، والتي تمثل في أغلبها صفحات بعض المستخدمين الإخبارية والتي نكتفي في الغالب بعنوان الصورة أو الفيديو وينشره فقط، ثم فتح المجال للنقاش وهنا يمكن أن يقدم الصحفي آراءه وتعليقاته، وعليه يمكن القول أن ذلك جاء تماشيا مع طبيعة الوسيط وطبيعة النشر فيه، ذلك أن أغلب التجاوزات لهذا المؤشر جاءت في المضامين التلفزيونية المعاد نشرها عبر الصفحتين حيث يقدم أحيانا الصحفي رأيه أو قراءته الخاصة.

ويمثل نشر الآراء المختلفة آخر نسبة بـ 5.26% وهي نسبة ضئيلة مقارنة بالمؤشرات السابقة (4 مواد من مجموع 15 مادة تتضمن رأي من المجموع الكلي 146 مادة)، ويعد ذلك شكلا من أشكال الديمقراطية والإصلاح السياسي الذي ارتبط مؤخرا وحديثا بوسائل الإعلام الجديد، وفي مقدمتها مواقع التواصل الاجتماعي، التي أصبحت فضاء مفتوحا على الآراء المختلفة والمتباينة لما منحه من فرص للجمهور للتعبير عن رأيه وأفكاره، فهي قد فتحت باب النقاش حول القضايا المختلفة.

¹ نصر الدين لعياضي، اقترابات نظرية من الأنواع الصحفية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص:199.

وصحيفة البلاد نت تمنح ذلك لزيادة فرص التفاعل والنقاش حول القضايا المختلفة، وهذا مظهر من مظاهر التواجد في الفضاء الافتراضي الذي يشهد وجود عدة صفحات أخرى، خاصة وأن جمهور هذه المواقع هو جمهور واع ومنفتح على العديد من الرؤى والأفكار.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تضم العديد من المستخدمين من مختلف الانتماءات والفئات العمرية والفكرية والسياسية سواء حول قضايا الداخل أو الخارج، لذا فهي مطالبة بالتعبير أو التمثيل لها وكلما كانت ممثلة أكثر كلما توطدت علاقتها أكثر بجمهورها.

لكن وفي نفس الوقت فأغلب مضامين الصفحتين تغيب عنها الآراء بل تركز على الحقائق فقط، حيث قدرت الأخبار التي تتضمن الرأي 15 مادة من مجموع 146 مادة، وهذا لأن مشاركة المتلقي بالنقاش وإبداء الآراء غالبا ما تكون حول حقائق معينة وليس آراء وهذا كما هو الحال بالنسبة لأي مضمون إعلامي.

وفي الأخير نجد مؤشر الفصل بين الحقيقة والرأي لم يتم تجاوزه من طرف الصفحتين، وهذا يرجع بالأساس إلى نشر مضامين الرأي التي تمثلت في آراء المواطنين أكثر شيء لوحدتها في مضامين مستقلة عن الحقائق، حيث تضع الآراء فقط دون حقائق والحقائق دون آراء، وهذا لأن مضامين الرأي المقدمة عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي انطباعات خاصة بالمواطنين أكثر شيء أي استطلاعات رأي حول بعض القضايا والأحداث، وليست آراء خبراء ومختصين كما هو الحال بالنسبة للصحيفة وهي مضامين مستقلة عن المضامين الخبرية.

ولما كان مضمون مواقع التواصل يعتمد على تقديم جزئيات خاصة بالحدث وليست عامة، فإن كل جزء قد يمثل خبرا مستقلا وهذا ما تواجد في عينة فيسبوك وتويتر، وهذا تجسد من خلال جعل الآراء في مضامين مستقلة عن الأخبار، وهذا ما تختلف به في وسائل الإعلام التي تبحث عن تقديم صورة كاملة في أغلب الأحيان ويتطلب ذلك مراعاة الدقة والوضوح والشمول.

جدول رقم(24) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الدقة

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط						
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	المؤشرات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار					
/	/	/	/	/	/	2.36	54	10.65	54	نقل المعلومات دون مبالغة أو تضخيم		
19.89	73	50	73	19.89	73	50	73	25.64	587	115.97	587	الإحاطة الكافية والشاملة بالموضوع
/	/	/	/	/	/	/	/	0.31	7	1.38	7	وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه
16.07	59	40.41	59	16.07	59	40.41	59	33.81	774	152.66	774	إثبات المصادر
30.51	112	76.71	112	30.51	112	76.71	112	6.03	138	27.21	138	إثبات التواريخ
1.36	5	3.42	5	1.36	5	3.42	5	15.07	345	68.04	345	إثبات الأسماء
25.88	95	65.06	95	25.88	95	65.06	95	9.44	216	42.60	216	إثبات الأرقام والإحصائيات
6.26	23	15.75	23	6.26	23	15.75	23	7.34	168	33.13	168	غياب الأخطاء اللغوية والإملائية
100	367	251.35	146	100	367	251.35	146	100	2289	451.64	507	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول أن أغلب العينة سواء بالنسبة للصحيفة الإلكترونية أو صفحة فيسبوك وتويتر قد تجاوزت مبدأ الدقة، وهذا من خلال تجاوز مختلف المؤشرات الخاصة بالمبدأ التي تم احتساب نسبها من العدد الإجمالي للعينة (507 مادة في الصحيفة الإلكترونية و 146 مادة في كل من فيسبوك وتويتر)، حيث تعدى مجموعها نسبة 100 % وهذا كما ذكرنا في المبدأ السابق (الموضوعية) أن

الخبر الواحد قد يحتوي على أكثر من شكل إعلامي وبالتالي أكثر من تجاوز أخلاقي، بحكم طبيعة الخبر الإلكتروني، كما أنه قد يتضمن أكثر من تجاوز نتيجة استخدام الفكرة كوحدة للتحليل.

فيغيب إثبات المصادر عن معظم العينة وهذا بنسبة 152.66%، الإحاطة الكافية والشاملة 115.97%، الأسماء 68.04%، الأرقام والإحصائيات 42.60% وبنسبة متوسطة: الأخطاء اللغوية والإملائية 33.13% التواريخ 27.21%، في حين التزمت بمؤشرين فقط بحيث لم يتم تجاوزهما إلى درجة كبيرة وهما: نقل المعلومات دون مبالغة أو تضخيم، وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه.

أما عبر فيسبوك وتويتر فقد تم تجاوز الدقة من خلال غياب التواريخ 76.71%، الأرقام والإحصائيات 65.05%، الإحاطة الكافية والشاملة 50%، إثبات المصادر 40.41%، في حين كانت المؤشرات الأقل تجاوزا هي: غياب الأخطاء اللغوية والإملائية 15.75%، إثبات الأسماء 3.42%، في حين لم يتم تجاوز كل من مؤشري: نقل المعلومات دون مبالغة أو تضخيم ووضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه.

ويرجع ذلك إلى مراعاة عامل الفورية التي أصبحت تحكم عملية نقل الأخبار عبر الإعلام الجديد، وإن كان ذلك على حساب عناصر جوهرية وأساسية في المضامين منها أن يكون المضمون كاف وبعكس أبعاد عدة، بما يحقق صورة كاملة للحدث أو الواقع التي تكون عليها عموما في وسائل الإعلام التقليدي خاصة السمعي البصري.

فموضوع الدقة في البيئة الإعلامية الإلكترونية محل جدل ونقاش بين الباحثين والمختصين، وهذا مقارنة بالبيئة الإعلامية التقليدية التي تعتمد على مصادر موثوقة، ولا يتم نشرها حتى يتم التأكد من صحتها وبعد مراجعتها.

فالخبر فيها بما يعرف بحارس البوابة يمر بعدة محطات أو مراحل في عملية انتقاله من المصدر إلى المتلقي حتى يصبح صالحا للنشر، في حين وسائط الإعلام الجديد قلصت من دور حارس البوابة فالخبر أصبح ينشر فور وقوعه وحتى بعض وسائل الإعلام تقع في هذا الإشكال بحثا عن سبق الصحفي، خاصة وأن الصحف الإلكترونية وصحافة الشبكات الاجتماعية لا تعتبر لحد الآن لدى أغلب المؤسسات الإعلامية في الجزائر مؤسسات مستقلة بإدارة وطاقم صحفي خاص، ما من شأنه أن يؤثر على شمولية ودقة الخبر من كافة النواحي، وهي لازالت واجهات إلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية.

كما أن مواقع التواصل الاجتماعي تعمل بسرعة، حيث تشكل كل معلومة حربا رابحة بين مختلف المؤسسات الإعلامية، وصحيفة البلاد جزء من ذلك خاصة مع غياب الإسناد إلى المصدر ما يتطلب الوقوف على هذا النوع الجديد من الإعلام بالإمكانيات المادية والبشرية اللازمة، عدا عن غياب استراتيجية خاصة بالتأكد من المعلومة وإثبات مصادرها في صحيفة البلاد، حيث لازالت تعمل بالطرق الكلاسيكية.

ومن جهة أخرى نجد أن صحيفة البلاد نت حتى وإن فقدت بعض عناصر الدقة إلا أنها لازالت تحافظ على بعضها الآخر وهذا ما يبرز في بعض المؤشرات في الجدول، فبعض الأخبار في صحيفة الدراسة مؤسسة على تواريخ، أرقام وغيرها مقارنة بتغطية مواقع التواصل الاجتماعي.

ومرد ذلك أن الصحيفة الإلكترونية لازالت تعمل بنفس طابع الصحيفة الورقية رغم أنها أيضا تعاني من عدم توفر الصحفيين بالقدر الكافي الذي يجعل التغطية الإخبارية دقيقة من كل النواحي، حيث تعتمد على مفهوم الصحفي الشامل الذي يبحث عن المعلومات ويحرر النصوص ويلتقط الصور ويسجل مقاطع الفيديو.

وكما يقول " والتر ليمان " أن الجمهور لا يتحصل على الصورة الكاملة بل مقاطع ولمحات فقط، فهذا ينطبق على مضامين صفحة البلاد على مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تكتفي بالغالب بتقديم لمحات أو مقاطع عن الأحداث في شكل نصوص أو فيديوهات غير مكتملة، وبذلك لا يستطيع المتلقي فهم ما يحدث بشكل كامل.

أما نسب المؤشرات من مجموع التجاوزات في صحيفة البلاد نت، فقد احتل إثبات المصادر نسبة 33.81%، يليه الإحاطة الكافية والشاملة بـ 25.64% ثم إثبات الأسماء 15.07% وبعدها إثبات الأرقام والإحصائيات 9.44% في حين هناك تقارب بين إثبات التواريخ وغياب الأخطاء اللغوية والإملائية بـ 7.34% و 6.03%، ويأتي مؤشر نقل المعلومات دون مبالغة أو تضخيم بـ 2.30% وفي الأخير وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه بـ 0.31%.

وقد تعلق مؤشر إثبات المصادر أكثر شيء بالصور المصاحبة للنص الصحفي أكثر من النص نفسه، تليها الصور المستخدمة لتكمل الخبر ثم الفيديوهات.

ويرجع ذلك إلى صعوبة الحصول على المعلومة من مصدرها خاصة فيما يتعلق بالصور الصحفية، أين تكتفي الصحيفة بوضع صور دون إثبات مصادرها على اعتبار أن المصادر متعددة.

والصحفي لازال لا يدرك بعد أهمية إثبات المصادر سواء في النص الصحفي أو الصورة التي تنطبق عليها كل المعايير التحريرية، فهو بمثابة إثبات على أن المعلومة من مصدرها وأنها حقيقية، وعمل صحيفة البلاد نت بنفس عمل الصحيفة الورقية مع أنه له جانب إيجابي إلا أنه أيضا له سلبيات، ذلك أنها لا تستغل خصائص النشر الإلكتروني التي من أهمها المساحة الواسعة للنشر من خلال تواجد أيضا النصوص الفائقة التي يمكن أن تكون هي الأخرى مصدرا قد تحيل إلى مواقع أخرى خصوصا منها المواقع الرسمية.

كما يؤثر نقص الاحتراف المهني في الصحافة الإلكترونية على هذا الجانب، حيث أن الصحفي لا يدرك أهمية إثبات مصدر المعلومة سواء كانت صورة أو عبارة أو تصريح، لذا فالبعض يربط الدقة مباشرة بالاحتراف، فالصحفي المحترف هو الذي يحصل على المعلومة الدقيقة.

كما لا تتوفر أغلب العينة على الإحاطة الكافية والشاملة، وتشكل تقريبا كل العينة، وتعلق ذلك أكثر بالصور المصاحبة للنص الصحفي أين قدرت الصور التي لا تتضمن هذا المؤشر بـ 420 صورة من مجموع 507 صورة، النص 152 نص من مجموع 507 كذلك، أما المواد كوسائط متعددة فقد جاءت الصور 6 صور من مجموع 32 صورة، والفيديو 9 فيديوهات من 17 فيديو وهذا ما يشير إلى أن عدم الإحاطة الكافية كانت على مستوى الصور المستخدمة في الخبر.

ويرجع ذلك إلى كون صحيفة البلاد نت تعتمد على الصور المستعملة سابقا والمستهلكة إعلاميا وليس الصور الآنية والمتعلقة بالحدث بشكل مباشر، فمثلا بالنسبة للأخبار السياسية تكتفي بوضع الصور الشخصية لا الموضوعية أو تستخدم صور الأرشيف، في حين يقل استخدام الصور الحديثة التي تنقل الحدث من مكان وقوعه، ما يجعلها صورة جامدة لا تقدم أي إضافة للخبر وهذا تقريبا نفس طابع الصورة في الصحافة الورقية والتي تعد صور تعبيرية أكثر من إخبارية، وهذا يبرر وجود بعض أخبار الجريدة في صحيفة البلاد نت حيث تستعين بأخبارها.

كما أن الإنترنت قد سهلت من عمل الصحفي خاصة بالنسبة للصحف الإلكترونية التي لا تتوفر على الإمكانيات المالية أو التابعة للصحف الورقية، وهذا من خلال الاستعانة بمصادر المعلومات

الإلكترونية مثل المواقع الإخبارية، مواقع التواصل الاجتماعي أو مواقع الهيئات والمؤسسات العمومية والخاصة، وبذلك الصحفي يجمع المعلومة وينشرها دون أن يتحرك من مكانه تغني الصحفي عن الانتقال للحدث رغم أنها قد لا تكون بمثل دقة الصورة الصحفية، ذلك أن ما يبحث عنه الصحفي قد لا يكون ما تم نشره من طرف هذه المواقع، وبذلك تكون الصورة الملتقطة من طرف الصحفي أدق وأشمل، وبالتالي فالإنترنت قد اختصرت الجهد والوقت على الصحفي الإلكتروني في حين قلصت من هامش الدقة في الخبر.

وأحيانا يكون تجاوز مؤشر الدقة على مستوى النصوص الصحفية، حيث توجد أخبار في سطرين أو ثلاثة أسطر دون أن يرافقها أي نصوص فائقة أو وسائل متعددة، ما من شأنه أن يؤثر على فهم القارئ الذي يضطر إلى اللجوء لمصادر أخرى، فهي لا تتعامل بنفس الأهمية مع كل الأخبار وهذا أمر بديهي في عالم العمل الصحفي فليست كل الأحداث على نفس الدرجة من الأهمية، أما بالنسبة للأحداث المهمة فقد استوفى النص الصحفي الإحاطة الكافية.

وفيما يخص مؤشر إثبات الأسماء 15.07% فإن ذلك ارتبط أيضا بالصورة في الخبر، فالصورة في صحيفة البلاد نت نادرا ما تضع أسماء الشخصيات أو الأماكن التي من شأنها أن تعطي وصفا دقيقا لها ولمضمونها، ذلك أن ما هو مكتوب يكون مفسرا وموضحا لما هو مصور، خاصة وأن بعض الصور فيها أكثر من شخصية ولا تشير إلى الشخصية المعنية بالخبر، ما يجعل القارئ يقع في حيرة خاصة إذا كان غير مطلع كثيرا، ذلك أن الصحافة الإلكترونية تتسم بالعالمية من خلال شبكة الإنترنت، ووضوح الصورة مرتبط بما يعرف بعملية تحرير الصورة الصحفية، ويعبر عنها بـ *cultines* وهو المادة الشارحة للصورة والموجودة تحتها¹.

وهذا أيضا يرتبط بضعف مهارات التعامل مع الصورة كمضمون إخباري، حيث لازالت الصورة لا تمثل مكونا إخباريا مهما في الصحافة الجزائرية ومنها الإلكترونية، ولإزال التركيز على النص وهذا تؤكد مؤشرات هذا الجدول، فإثبات المصادر والاحاطة الكافية والشاملة قد توفرت في النص أكثر من الصورة مع أن الصورة في الصحافة الإلكترونية اليوم تلعب دور كبير في التعبير عن الأحداث، خاصة مع التطورات التكنولوجية في إنتاج الصور ومعالجتها لتكون صورة إخبارية دقيقة وواضحة.

¹ نصر الدين لعياضي، مرجع سبق ذكره، ص: 203.

وصحيفة البلاد نت لازالت تهتم بالنص المكتوب مع أن جوهر العمل الصحفي الإلكتروني هو الصور والفيديو أكثر، وعليه فهي مطالبة بإعطاء الأهمية للصورة في عصر الصحافة الرقمية وعصر الإعلام الجديد.

ونظرا لارتباط هذه المؤشرات الثلاث السابق ذكرها بالصورة فهذا يوحي أن صحيفة البلاد نت لم تتفصل بعد عن نسختها الورقية ذلك للتقارب الموجود بينهما. وهذا ما أكدته دراسة حول الصحف الإلكترونية في الجزائر بأنها مجرد نسخة للصحيفة المطبوعة في شكل HTML أو PDF¹.

في حين نجد تقارب بين كل من مؤشرات: إثبات التواريخ والأرقام والإحصائيات وغياب الأخطاء اللغوية والإملائية، ولم يتم تجاوزها بدرجة كبيرة ذلك لحاجة الصحيفة للتواريخ والإحصائيات في الخبر في مرحلة الحراك السياسي والانتخابات الرئاسية لسنة 2019، إضافة إلى تغطية قضايا الفساد.

فهذه الأحداث تمتاز بنوع من الخصوصية، فبالنسبة لقضايا الفساد تحتاج الصحيفة إلى الرجوع بتاريخ الأحداث والتفاصيل المتعلقة بها بطريقة متسلسلة، مع الأرقام التي قد تعبر أيضا عن مبالغ المال العام التي تضمنتها، أما بالنسبة للانتخابات فهذا يدخل في نشاطات المرشحين المؤرخة، عدد الناخبين وغيرها وبالتالي فطبيعة الأحداث في مرحلة الدراسة تطلبت ذلك، لما له من أهمية في تسلسل والإقناع بأي قضية، فالأرقام والإحصائيات تعطي صورة حية وحقيقية عن الواقع يجعله أكثر قابلية للتصديق، فهمي بمثابة الأدلة.

عدا أن التغطية الإخبارية في هذه المرحلة هي تغطية لأزمة سياسية دخلت فيها الجزائر بحالة رفض، ما جعلها تتعزز بالأرقام والاحصائيات والتواريخ المتعلقة بالأحداث، فعوض استخدام الوصف التفصيلي لواقع ما تستخدم الأرقام للتعبير عنه، والأمر نفسه بالنسبة للتواريخ في استحضار أحداث ماضية.

في حين تكاد تغيب التجاوزات لمؤشر نقل المعلومات دون مبالغة أو تضخيم 2.36% ما يقابل 54 مادة من 507، وهذا أوجدته طبيعة الأخبار في الصحافة الإلكترونية التي تخلو من التضخيم والمبالغة حيث ركزت معظم الأخبار على المهم والأهم في الأحداث، كما أن أخبار صحيفة البلاد نت

¹ سي موسى عبد الله، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة في تصميم المواقع والتفاعلية، الساوره للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، ديسمبر 2015، ص: 181.

هي أخبار بسيطة وليست مركبة، فالأخبار التي يفضل القارئ الإلكتروني الاطلاع عليها هي الأخبار المختصرة التي تقدم الأهم في الواقعة، فالكتابة عبر المواقع المختلفة تكون مختصرة ويغيب عنها الجانب التحليلي ذلك أن عملية التلقي في البيئة الرقمية أشبه بعملية المسح السريع للأخبار.

إضافة إلى أن التغطية الإخبارية هي تغطية تقريرية في أغلبها تقدم التفاصيل المتعلقة بالحدث في نقاط محددة فقط، فالتضخيم في الخبر عبر تضمين عدة تفاصيل لا فائدة منها قد يدفع القارئ إلى الملل وبالتالي فهذا يعدو تكيفاً مع طبيعة المتلقي من جهة، ومن جهة أخرى تضخيم بعض الأحداث قد يشغل الصحيفة عن تغطية أحداث أخرى، خاصة وأن المرحلة التي مثلتها عينة الأخبار تضمنت عدة أحداث مهمة ومثيرة للجدل.

كما أنه لم تتجاوز الصحيفة مؤشر وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه إلا بنسبة 0.31% ما يشير إلى أن الصحيفة تحافظ على الاقتباسات كما جاءت من أصحابها، ما من شأنه أن يعزز ثقة المتلقي.

ومما ساعد على ذلك هو طبيعة نقل الأخبار التي تعتمد على النقل المباشر للأحداث والأقوال دون تصرف فيها، فمع أنها قد لا تنقلها كلها إلا أنها تنقلها كما هي وهذا ما يعبر عن مهمة الصحفي. وبما أن الصحيفة تقوم بنقل التفاصيل دون أي تحليل، فهذا يزيد من استخدام الاقتباس المباشر والحفاظ على السياق، وهذا بالرجوع إلى المصادر التي كانت بيان، إعلان ما أو تصريح عبر الفيديو.

وبالنسبة لغياب الأخطاء اللغوية والإملائية 7.34% فهي نسبة قليلة تحدث نتيجة التسرع في نشر الخبر دون مراجعة أو تدقيق، فأحياناً نجد أخباراً بأخطاء لغوية قد تغير معناها كلياً. ولا تعطي الصحيفة اهتماماً بهذا الجانب ذلك أنه بالنسبة لمجموع التجاوزات تعد قليلة لكن بالمقارنة مع ما يجب أن يكون فهي نسبة ذات دلالة لأن الخبر الصحفي عليه أن يكون دقيقاً خالياً من أي أخطاء، وهذا ما يتطلب وجود برامج لمعالجة الكلمات للقيام بالكتابة والتعديل والتصحيح والتدقيق النحوي والإملائي.

وهذه الأخطاء توجد في أي نص لم يتم مراجعته والتدقيق فيه نتيجة التسرع في نشره، وهذا الأمر يزيد في الصحافة الإلكترونية لأنها مضغوطة بالوقت، فبيئة الإنترنت تختلف عن بيئة الطباعة والورق إذ يشكل الوقت عاملاً أساسياً في عمل الصحافة الإلكترونية، خاصة وأن مضمونها يجب أن يتم تحديثه بانتظام. وفي هذا السياق في دراسة له حول مؤهلات العمل في الصحافة الإلكترونية وشروطه، يقر

الباحث في جامعة الأناضول التركية" هولوك بيرسون" " أن المصدقية والدقة والتوازن من أساسيات العمل الصحفي التي تتعارض بدورها مع السرعة كمبدأ أساسي في الصحافة الإلكترونية، حيث تعد الأخبار العاجلة مفتاح للنجاح في الإعلام الإلكتروني"¹.

فالتغطية الصحفية لصحيفة البلاد نت هي تغطية صحفية فورية وليست متعمقة، حيث يعرفها "أنمار وحيد قيصي" أنها التغطية التي تتناول الأخبار بطرق متنوعة مما يسمح بالتعرف على أبعادها المتعددة، كما توجد العديد من الروابط التي تحيل الصحفي إلى مصادر ووثائق وإحصائيات تعمق معرفته حولها، فضلا عن وجود العديد من المصادر المساعدة من قواعد معلومات وموسوعات ومراجع تساعد على استكمال أبعاد الموضوع وخلفياته"².

وفيما يتعلق بمواقع التواصل الاجتماعي شكل إثبات التواريخ 30.51% يليه إثبات الأرقام والإحصائيات 25.88% ثم تقارب بين مؤشري إثبات المصادر والإحاطة الكافية والشاملة، حيث احتل هذا الأخير 19.89% والآخر 16.07% في حين الأخطاء اللغوية والإملائية 6.26% وأخيرا الأسماء 1.36%.

إن الأرقام والإحصائيات والتواريخ من أدق العناصر والحيثيات المتعلقة بالخبر التي قد يصل لها الصحفي بعد بحث طويل عن المعلومات، ذلك أنها ليست مثل التفاصيل المتعلقة بالحدث التي قد يقدمها أي شخص كان في الحدث، فالأرقام والإحصائيات نادرا ما يتم تضمينها في التغطيات الإخبارية لصعوبة الوصول إليها لأنه لا يقدمها أي مصدر للمعلومة، بل المصادر الرسمية مثل المؤسسات أو الإدارات المختلفة وأبسط مثال: عدد الجرحى في حادث ما، كمية المخدرات المحجوزة في عملية ما أو حتى عدد الناخبين في ولاية ما وغيرها.

والأمر نفسه بالنسبة للتواريخ حيث يتطلب الحصول عليها تعمق الصحفي في التغطية وتصريحات أشخاص عايشوا مختلف الأحداث، كما تتطلب إحاطة كافية من طرف الصحفي بالأحداث ذلك أن التواريخ متعلقة بتطورات القضايا عموما خاصة بالنسبة للقضايا عبر مراحل مختلفة.

¹ باسم الطويسي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص:183.

² أنمار وحيد قيصي، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص:52.

ولما كانت مضامين صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر خلال فترة الدراسة لا توفر تغطية معمقة وكاملة للأحداث، فكما سبق الذكر كانت عبارة عن مقاطع غير مكتملة أغلبها، فإن تضمين التواريخ والأرقام والإحصائيات عنصران من النادر توفرهما فيها، خاصة مع الأخذ في الحسبان أن مضمون مواقع التواصل الاجتماعي مضمون مختصر ويميل إلى إيصال المهم فقط دون الخوض في التفاصيل المطولة، حيث تبقى محتويات الشبكات الاجتماعية تختلف عن محتويات وسائل الإعلام، فهي أقرب لأن تكون منصات لممارسة حرية الرأي والتعبير من كونها منصات لتقديم المحتوى الإعلامي الاحترافي، وبالتالي فالصحيفة مجبرة على التكيف مع هذه الوسائط إذا أرادت أن تحافظ على وجودها في الفضاء الافتراضي.

ولما كان إثبات التواريخ والأرقام والإحصائيات هما جزء من التغطية الإخبارية الشاملة والمتكاملة خصوصا بالنسبة لبعض الأحداث التي تتطلب الإفصاح عن تواريخ أو إحصائيات ما مثل بعض قضايا الفساد التي غطتها الصحيفة، تحتاج إلى إبراز التواريخ والأرقام قد تتعلق مثلا بحجم الأموال المنهوبة فإن تغطيتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي ليست شاملة مقارنة بوسائل الإعلام التقليدي. وهذا ما ينطبق أيضا على مؤشر الإحاطة الكافية والشاملة 19.89% (ما يعادل 73 مادة من 146) وهذا متعلق أساسا بطبيعة المحتويات المنشورة عبرها، والتي كما سلف وأن ذكرنا أن أغلبها مضامين منقولة عن قنواتها الإخبارية مبتورة عن المضامين الأصلية ما يضطرها إلى أن تنشر بأجزاء محذوفة، والقليل منها مضامين صحافة المواطن أو تغطيات مراسلين أثناء عملية جمع المعلومات وتنشر كما هي حتى وإن كانت تحتوي على تشويش أو غير واضحة كفاية، وهذا يوضح غياب التعامل المهني مع هذه المواقع حيث لا تعدو بعد وسائط إعلامية بالمعنى الحقيقي لوسائل الإعلام، وهذا ما يؤكد مجددا غياب سياسة واضحة في استخدام هذه المواقع من طرف المؤسسات الإعلامية في الجزائر، رغم أن بعض المؤسسات الإعلامية الأخرى قد قطعت شوطا كبيرا في هذا المجال لما أصبحت تلعبه هذه الوسائط في مجال الإعلام والإقناع والتأثير أيضا في الجماهير، وهذا ما يدعو إلى الاهتمام بالتدريب الإعلامي ومراجعة الأساليب والمهارات السابقة لدى الصحفيين.

أما إثبات المصادر 16.07% (ما يمثل 59 مادة من 146) فيعود كذلك إلى ما قيل حول المؤشر السابق، وهي أن أغلب المضامين عبر الصفحتين أعيد نشرها فقط، حيث مثلت نشرات إخبارية للقناة أو برامج أو تغطيات مباشرة لمراسلي القناة من موقع الحدث، فكل مرة يتم إثبات المصادر التي تمثل مصادر داخلية للمؤسسة الإعلامية أو هيئات أو مسؤولين، فالتغطية الإعلامية في السمعى البصري

تكون في الغالب مباشرة ويتم إثبات حضور مراسليها من الحدث ، فالمصدر غالبا ما يثبت سواء بإسم المراسل أو الشخصية صاحبة التصريح، ذلك أن الفترة التي قامت بتغطيتها العينة كانت جلها عبارة عن تغطيات مباشرة للقناة أعادت نشرها عبرها، ونظرا لأهمية الأحداث التي وقعت طيلة سنة 2019 والتي تعتمد فيها البلاد قناة البلاد على المصادر الداخلية أكثر لكونها قضايا تهم الرأي العام بدرجة كبيرة، وعليه فمدام أغلب المضامين هي مضامين للقناة التلفزيونية فإنها غالبا ما تقوم بإثبات المصادر ذلك أن التغطية الإعلامية في السعي البصري ليست كالصحف والإنترنت، بل تقوم على الحضور الشخصي للصحفيين في قلب الحدث.

في حين تم تجاوز مؤشر إثبات الأسماء بنسبة 1.36% ومؤشر غياب الأخطاء اللغوية والإملائية 6.26%، ويعود ذلك بالنسبة لهذا المؤشر لقلّة الاعتماد على النص الذي يعد المكان المتضمن للكلمات والتعبير في الخبر الصحفي ذلك أن أغلب مضامين مواقع التواصل الاجتماعي في أغلبها صور وفيديوهات وقلما تجد النصوص، فالجانب التحريري يقتصر على العنوان فقط أو في بعض الأسطر والباقي صور أو فيديوهات على عكس الصحيفة الإلكترونية هنا.

وتعرف الكثير من الأخبار غياب الجانب الخاص بالصحفي سواء بالتحرير الكتابي أو الصوتي الذي يمكن أن يقع فيه الصحفي في أخطاء لغوية في الكتابة أو النطق.

أما بالنسبة للأسماء فهي لا غنى عنها في أي تغطية إعلامية عبر أي وسيلة، ذلك أن التغطية التي لا توضح أسماء الشخصيات، المؤسسات وغيرها هي تغطية مبهمّة وغامضة ولا يفهم المتلقي أي شيء وهي التي تعطي صورة واضحة عن الأشخاص الأماكن الأحزاب... الخ، كما أنها ليست من العناصر التي يصعب الحصول عليها من طرف الصحفي ماعدا فيما يخص بعض الأخبار مثل الجريمة.

كما أن ذكرها خصوصا بالنسبة للشخصيات العامة فهذا يساعد على معرفتها الجمهور ومعرفة منجزاتها والأدوار التي تقوم بها حتى يتم تكوين آراء حولها، وكل هذا جزء من وظيفة الإعلام في المجتمع الذي يساعد على خلق رابط بين المسؤولين والمؤسسات والمجتمع.

وعن وضع الاقتباس في السياق الذي قيل فيه تم استخدامه في 11 مادة وكلها لم تتجاوز هذا المؤشر، وكما سبق الذكر بالنسبة للصحيفة الإلكترونية بخصوص هذا المؤشر فهو نفس الشيء بالنسبة للصحفيتين، حيث يركز فيه على تقديم ما حدث وما قيل سواء بالنسبة للنصوص أو الفيديوهات باعتبارها

المضامين التي يمكن أن تحتوي على الاقتباس، حيث تقوم الصحيفة بوضع الخبر بما فيه لتركيزها على تقديم التفاصيل بشكل مباشر.

كما أن ذلك شكل من أشكال الدقة الميسرة جدا والتي تعد في مصلحة الصحفي في صحافة الشبكات الاجتماعية التي تركز على نقل ما حدث وما قيل دون أي تدخلات، ويعد ذلك ضمانا للدقة التي تفتقد في عصر الأخبار المزيفة التي تكثر عبر هذه المنصات، حتى لا يسقط الصحفي في تحريف وتشويه الأقوال والتصريحات ما قد يؤدي إلى فقدان الثقة لدى الجمهور.

وفيما يخص غياب المبالغة والتضخيم عن أخبار الصفحات، فهذا متعلق أساسا بجمهور مواقع التواصل الاجتماعي الذي هو الآخر لا يميل إلى الأخبار المطولة والمبالغ فيها والتي تحتوي على تغطيات موسعة جدا، خاصة وأن المضمون المنشور عبر مواقع التواصل الاجتماعي عبارة عن مقتطفات وحسب.

وغياب المبالغة يسهل عملية التلقي من خلال تبسيط فهم الخبر بأقل جهد وأقصر وقت ممكن من طرف المتلقي، وهذا ما يتناسب مع متلقي مواقع التواصل الاجتماعي، وفي هذا الشأن أجرى "جاكوب نلسن" Jakob Nielsen الخبير في مجال "تجربة المستخدم" دراسة سنة 1997 بهدف فهم سلوك المستخدم ومتابعة حركة العين البشرية أثناء القراءة عبر جهاز الكمبيوتر، وخلصت هذه الأبحاث إلى أن سلوك القارئ عبر الشاشة يختلف عن سلوكه أثناء القراءة العادية، حيث لا يقوم بقراءة النص المعروف أمامه بالمعنى الحرفي أي كلمة بكلمة إنما يقوم بعملية "مسح الموضوع"، حيث أشارت النتائج أن العين البشرية تقوم بحركة شبيهة بحرف (F) أثناء تنقلها من أعلى الصفحة إلى أسفل ومن اليسار إلى اليمين) 79 منهم بالمسح و 16 فقط كلمة بكلمة¹.

¹ عادل رواتي، الكتابة للمواقع الإلكترونية، د.ت.ن، تاريخ الإطلاع 2021.01.27 الساعة 00:40 الرابط <https://adelraouti.com/digital-journalism/writing-for-web>

3/ مبدأ المصادقية

جدول رقم (25) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ المصادقية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط						
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		المؤشرات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
10.15	34	23.28	34	10.15	34	23.28	34	33.75	561	110.65	561	الإسناد الى المصدر
2.38	8	5.77	8	2.38	8	5.77	8	19.55	325	64.10	325	وضوح الأفكار والاتجاهات
21.49	72	49.31	72	21.49	72	49.31	72	10.47	174	34.31	174	الأمانة في نقل ما حدث وما قيل
32.24	108	73.97	108	32.24	108	73.97	108	18.95	315	62.13	315	استخدام الاقتباسات
33.73	113	77.39	113	33.73	113	77.39	113	17.27	287	56.60	287	اكتمال كافة مكونات الخبر(من، متى، أين، ماذا، كيف، لماذا)
100	335	229.72	146	100	335	229.72	146	100	1662	327.79	507	المجموع

بالنسبة للجدول الخاص بالمصادقية نجد أن صحيفة البلاد سواء عبر الصحيفة الإلكترونية أو الصفحتين لم تلتزم بهذا المبدأ في أغلب العينة، حيث أن كل النسب تفوق الـ 50% إلا في مؤشر واحد فقط في الصحيفة الإلكترونية ومؤشرين في الفيسبوك والتويتر، كما أن مجموع التجاوزات مقارنة بعينة المواد المحللة فاق نسبة 100% في كل من الوسائط الثلاث، ذلك أنه كما سلف الذكر سابقاً (مبدأ الموضوعية والدقة) فإن الخبر الواحد في الصحيفة الإلكترونية أو صفحة فيسبوك أو تويتر قد يحتوي على أكثر من شكل إعلامي وهذا في ظل وجود خاصية الوسائط المتعددة، والتي بدورها قد يحتوي كل منها على تجاوز أخلاقي، خاصة وأن الدراسة استخدمت وحدة الفكرة في التحليل، وعليه قد تكون التجاوزات أكبر من العينة نفسها.

لهذا جاءت التجاوزات من مجموع العينة في صحيفة البلاد نت كالآتي:

مؤشر الإسناد إلى المصدر 110.65% ثم وضوح الأفكار والاتجاهات 64.10% ثم استخدام الاقتباسات 62.13% ثم مؤشر اكتمال كافة مكونات الخبر 56.60%، في حين مثل مؤشر الأمانة في نقل ما حدث وما قيل 34.31%.

أما بالنسبة لـفيسبوك وتويتر بلغ مؤشر اكتمال كافة مكونات الخبر 77.39% يليه مؤشر استخدام الاقتباسات 73.97% ثم الأمانة في نقل ما حدث وقيل 49.3%، وأخيرا مؤشري: الإسناد إلى المصدر 23.28% وبعده مؤشر وضوح الأفكار والاتجاهات 5.77%.

وتجاوز هذه الوسائط لمبدأ المصادقية مرتبط بأن هذا المبدأ أصبح مشكلة تلاحق عموما وسائط الإعلام الجديد التي تعمل في بيئة الإنترنت، وهذا لارتباطها بعدة متغيرات بالنسبة للصحافة الإلكترونية أو لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث نقل الإشارة إلى مصادر الأخبار والمعلومات ويزداد ما يعرف بانتهاك حقوق الملكية الفكرية عبر الفضاء الرقمي، حيث يتم استخدام صور ونشرها من طرف الصحيفة دون الإشارة إلى مصدرها، ومن جهة أخرى عدم اكتمال الأخبار حيث تجد الأخبار تنتشر بسرعة لكن دون اكتمال عناصرها الرئيسية ما قد يخل بمصداقيتها ويجعلها صعبة التصديق.

فبالنسبة لـصحيفة البلاد الإلكترونية فالأخبار فيها قلما تعتمد على الصحفيين والمراسلين التابعين لها في الحصول على المعلومات مباشرة، وهذا يبرز أكثر بالنسبة للصور فكل ما يهتم الصحيفة هو نشر الخبر والصورة بغض النظر إن كان خيرا كاملا وواضحا، وبالنسبة للمصادقية فالتغطية الإعلامية عبر هذه الوسائط قد بدأت تتخلى عن بعض مكوناتها الأساسية تماشيا مع التحديات التي فرضتها بيئة الإنترنت.

وصحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر لا زالت تشهد نوعا من غياب الرؤية الواضحة في كيفية إنتاج مضامينها، بحيث هناك نوع من الفوضى خاصة في ظل غياب التنظيم القانوني والمهني اللازم، وعدم استقلالية هذه الوسائط بإدارة وطاقم صحفي مستقل يكون خصيصا لإنتاج مضامين إلكترونية تتماشى مع طبيعة هذه الوسائط منها مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما يغيب عن أغلب المؤسسات الإعلامية في الجزائر حيث لازالت تتعامل مع وسائط جديدة بتقنيات وأساليب وصحفيين من الإعلام التقليدي. وهذا ما يؤكد "نصر الدين لعياضي" في أن الصحافة الإلكترونية العربية تشهد غياب استراتيجية واضحة وراء لجوئها إلى الإنترنت، وهذا الغياب كان أكثر على مستويين: نمط إنتاجها

الصحفي واقتصادياتها ولهذا اتجهت بعض الصحف إلى تبني التكنولوجيا مع مقاومة آثارها من خلال التثبيت بالماضي، إضافة إلى أن الصحافة الإلكترونية العربية نشأت وتطورت في كنف قوانين الإعلام والمطبوعات التي وجدت أصلا لتأطير نشاط وسائل الإعلام التقليدية¹.

ويضيف بالنسبة للصحافة الإلكترونية الجزائرية أنها لم تتحرر من مرجعية الصحافة المكتوبة، فهي لا تستخدم شرائط الفيديو أو الملفات الصوتية أو فتحت المجال للتفاعل مع الجمهور وإشراكهم في إنتاج المادة الصحفية².

أما بالنسبة للمؤشرات من المجموع الكلي للتجاوزات في صحيفة البلاد الإلكترونية، فقد احتل مؤشر الإسناد إلى المصدر نسبة 33.75% في حين نجد تقارب بين المؤشرات الثلاث: وضوح الأفكار والاتجاهات 19.55% استخدام الاقتباسات 18.95% اكتمال كافة مكونات الخبر 17.27% في حين يمثل مؤشر الأمانة في نقل ما حدث وقيل نسبة 10.47%.

وقد تضمنت التجاوزات لمؤشر الإسناد إلى المصدر أكثر شيء في الصور المصاحبة للخبر حيث مثلت 481 صورة من مجموع الصور العام 507 صورة، تليها الصور كوسائط متعددة في الخبر بـ 29 صورة من مجموع 32 وأخيرا النص الصحفي والفيديو كوسائط متعددة. فالصور في البلاد نت لا تسند إلى مصادرها إلا نادرا، حيث لازال التركيز على النص باعتباره الوسيط الذي يعطي كل شيء عن الحدث لذا يتم إسناده إلى مصدره في حين الصورة لا.

وبما أن الصورة هي جزء من الملكية الفكرية لأي فرد أو مؤسسة، فإنه لا يوجد أي قانون ينظم مبدأ احترام حقوق الملكية الفكرية في الإعلام الجديد في الجزائر أو الإنترنت، حيث يتم أخذ المعلومات والصور والفيديوهات بسهولة تامة، وما تم الحديث عنه هو كمبدأ عام ضمن قانون الإعلام 2012، وهذا ما يدفع الصحفي لعدم ذكر المصادر الأصلية خاصة وأن بيئة الإعلام في الإنترنت تغطي على مثل هذه الممارسات نتيجة ضعف الرقابة وتداخل منتجي المعلومة، وفي نفس الوقت صعوبة إثبات المالك الأصلي للمعلومة نتيجة خاصية المشاركة من طرف مستخدمي الإنترنت. وهذا كما يوضح "السيد بخيت" أن البيئة

¹ نصر الدين لعياضي، الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام: فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2018، ص:5.

² المرجع نفسه.

الإعلامية الإلكترونية ألفت على كاهل الإعلاميين عبئ أكبر نظرا لغزارة المعلومات والأخبار وثراء الوسيلة، تعدد المصادر وتباين مصداقيتها مع قلة الوقت المتوفر لفحص ومراجعة المعلومات¹.

وكما يقول "المعز بن مسعود" أن الصحف الإلكترونية تعتمد على عدد محدود من الإعلاميين قد لا يكون تخصصهم الصحافة بالضرورة وهذا ما يزيد أعباء الصحفي وتتشابك مهامه في أحيان كثيرة بين التحرير والإعلان والتسويق²، وهذا ما قد يجعله يهمل جانب على حساب آخر خاصة الجانب التحريري والذي قد لا يوفيه مبادئه كما يجب ومنها المصداقية.

وهذا بدوره قد أوقع صحيفة البلاد نت في اعتماد مواقع التواصل الاجتماعي واستخدام مضامينها أحيانا كما هي دون تكييف أخلاقي أو إسناد إلى مصدرها ما يمكن أن يوقعها في تجاوزات أخلاقية ومهنية، مثل في خبر بعنوان: القبض على سارق هاتف نقال لفتاة في عنابة بعد الاحتفالات الخاصة بفوز الخضر في كان 2019" أين تم نشر الصورة والفيديو الذي صورته صاحبة الهاتف على فيسبوك (live) دون إسناد إلى مصدره، وهنا ينبغي الرجوع إلى المصادر الأصلية والحصول على ترخيص لأن هذا يمكن أن يجعلها تخسر ثقة الجمهور، فمضامين هذه المواقع شخصية أكثر، بالإضافة أيضا إلى أن استخدام مضامين مواقع التواصل الاجتماعي قد يضطر الصحفيين إلى استخدام صور خارج سياقها أو خارج الأغراض التي وضعت لها أو في زمن غير زمن الخبر، هذا بدوره يؤثر على أمانة ومصداقية الصورة .

والأمر نفسه بالنسبة لمؤشر وضوح الأفكار والاتجاهات 19.55% وهو الآخر ارتبط بالصور المصاحبة للخبر، إذ مثلت 311 صورة من 507 مجموع الصور المصاحبة للنص، في حين بقية الوسائط تميزت بوضوح كاف للأفكار، وهنا أيضا يتعلق الأمر بطبيعة الصور المستخدمة في الصحيفة ولا تقدم أي توضيح للنص وأغلب أفكارها غير واضحة، ذلك أن الصورة يجب أن تكون ذات صلة وثيقة بالحدث بكل تفاصيله وأشخاصه، ولهذا يقوم النص بالدور الأكبر ثم تأتي الصور والفيديوهات المستخدمة كوسائط متعددة رغم قلتها بحكم أن الأخبار فيها تتخذ طابع الخبر المكتوب، فالصحف الإلكترونية في

¹ السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد 7، العدد 1، يونيو 2006، ص:384.

² المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2019، ص:5.

الجزائر كما أثبتت أحد الدراسات أنها لا تستغل الوسائط المتعددة التي تتيحها هذه التقنية مثل الصور المتحركة وصور الفيديو والصوت، إضافة إلى الوصلات الخارجية، بحيث أكدت القصور الكبير في فهم المؤسسات الإعلامية الجزائرية لدور الصحيفة الإلكترونية، إذ أن بعضها دخل إلى الشبكة مدفوعا باعتبارات غير إعلامية¹.

ونقص الدقة أثر في وضوح أفكارها ومصداقيتها حيث كما ذكرنا في الجدول الخاص بالدقة أن معظمها ليست صور الأحداث بل صور شخصية أو تعبيرية لا يتضح مضمونها، رغم أن قارئ الإنترنت لا يقرأ النص كلمة بكلمة وإنما يبحث فيه عن العناصر المهمة والبارزة، ما يجعل الخبر بحاجة إلى توفر كل المعلومات في الصورة الصحفية، وهذا كما يبين "عثمان كباشي" أن الصورة في صحافة الإنترنت يجب أن تمثل إضافة معتبرة للنص، كما يجب أن تستغل مساحة التعليق عليها لإبراز معلومة أو عنصر مهم في الموضوع مثل: توضيح الأشخاص والحدث إلى جانب التاريخ والمكان².

وبالنسبة لمؤشري استخدام الاقتباسات 18.95% و اكتمال كافة مكونات الخبر 17.27% فهناك تقارب بينهما، ذلك أنهما يرتبطان بالتغطية الإخبارية الشاملة التي تغيرت نوعا ما في أخبار الصحف الإلكترونية، وتم الإستغناء عن عناصر كانت تعد أساسية في الخبر المكتوب، فاستخدام الاقتباسات لتدعيم ما يكتبه الصحفي وتأكيديه وهي بمثابة دلالة على صدقية ما يقول خاصة بالنسبة للأخبار المتضمنة لآراء شخصيات حول قضية ما، وهو شكل من أشكال التغطية الموسعة والمفصلة والشاملة والتي لا يحبذها القارئ الإلكتروني، وهذا بحسب ما أثبتته دراسة "جاكوب نلسن" حول تجربة المستخدم إذ يفضل الإيجاز من جهة ومن جهة أخرى عدم وجود الوقت الكاف لبذل الجهد في استيعاب المعلومات بنفس العمق السابق³.

وفي نفس الوقت تغيب الاقتباسات لدى الصحيفة، وهذا كما جاء في مؤشرات سابقة أنها تركز على نشر الوقائع وفي أقصر وقت ممكن، وهذا أيضا تماشيا مع طبيعة الوسيط والمتلقي ما يجعل

¹ سي موسى عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص:181.

² عثمان كباشي، الصورة في صحافة الإنترنت، نشر بتاريخ 2016.03.16، تاريخ الإطلاع 2021.01.26، الساعة 23:25، معهد

الجزيرة للدراسات، <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/250>

³ عادل رواتي، مرجع سبق ذكره.

الصحافة الإلكترونية عموماً وليس في الجزائر فقط تشتكي من نقص المصداقية لأنها خسرت التغطية الشاملة الدقيقة لصالح الأخبار الفورية والتلقي الفوري.

وهذا أيضاً جعلها تستغني عن بعض مكونات الخبر، إذ لم يعد الخبر يقدم بمكوناته الستة وفي الغالب يتم التخلي عن كيف ولماذا، أي عن حيثيات وأسباب الحدث.

فالخبر في الوسائط الجديدة ومنها الصحيفة الإلكترونية موجز بسيط خال من التعقيد والتفاصيل الكثيرة، كما يغيب فيه التحليل والتفسير، فالغالب في البيئة الإعلامية الرقمية هو ماذا حدث وأين ومتى وهذا ما أكدته معظم العينة، فالمتلقي على هذه الوسائط يختلف عن متلقي الصحف والتلفزيون. فالمهم في الصحافة الإلكترونية وغيرها من الوسائط هو نقل ما حدث (المرسل) وفي نفس الوقت معرفة ما حدث (المتلقي).

وبما أن الأخبار هي أكثر شيء معرض للتلف في عصر التكنولوجيا، فإن الصحفي في سباق دائم لنشر الأخبار وتحقيق الأسبقية وبهذا قد يتخلى عن بعض مكوناته وينشره بنقائمه الموجودة، وهذا ما يفسر كثرة الأخبار الناقصة جداً التي لا تقدم كم كاف من التفاصيل.

في حين مؤشر الأمانة في نقل ما حدث وقيل لم يتم تجاوزه بشكل كبير وهذا لأنه يمثل 10.47% من مجموع التجاوزات، وتضمن في 174 مادة من مجموع 507 وهذا كون التغطية الصحفية لصحيفة البلاد نت هي تغطية وظيفية أكثر شيء، حيث نكتفي بتقديم ما حدث بشكل مجرد وتقريرى ومباشر حتى بالنسبة للاقتباسات "ما قيل"، فقد ظهر في الجدول السابق الخاص بالدقة أن أغلب الأخبار المتضمنة للاقتباس، تحافظ على الاقتباس في السياق الذي قيل فيه، فالأسلوب التقريرى يحصر دور الصحفي في نقل ما حدث أو قيل ولا يتعدى ذلك.

لكن وفي نفس الوقت أن نسبة 10.47% أيضاً قد تكون مسيئة أو مضرّة بالعمل الصحفي في الصحيفة، لأنه يجب أن يكون الصحفي أميناً في نقل ما حدث ولا يدع المجال لذاتيته التي تجعله يغير ترتيب الوقائع مثلاً أو إعطاء رأيه عند الوصول إلى نقطة أو طرف معين، أو تقديم استنتاجه على أساس أنه حقيقة وغيرها من الأشكال، ما يجعل هناك حاجة إلى تكوين مستمر بخصوص المعايير المهنية خصوصاً الدقة والموضوعية والمصداقية.

أما بالنسبة لموقعي التواصل الاجتماعي فيسبوك وتويتر، فقد مثل كل من مؤشري اكتمال مكونات الخبر واستخدام الاقتباسات أكثر التجاوزات حيث أن هناك تقارب بينهما، فالأول جاء بنسبة 33.73% والثاني 32.24% يليهما مؤشر الأمانة في نقل ما حدث وقيل 21.49% ثم الإسناد إلى المصدر 10.15% وأخيرا وضوح الأفكار والاتجاهات 2.38%.

تشارك صفحتي فيسبوك وتويتر مع الصحيفة الإلكترونية فيما يتعلق بالمؤشرين الأول والثاني، فما سبق ذكره بالنسبة للصحيفة ينطبق أيضا على الصفحتين، ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي مع الصحافة الإلكترونية تمثل بيئة العمل الصحفي الإلكتروني وأشكال الإعلام الجديد، فالمضمون عبرها تختلف أسس بناءه واعتباراته، ولم يبقى يخضع لنفس والشروط التي يخضع لها مضمون وسائل الإعلام، فغالبا ما يتجه إلى التبسيط أكثر والايجاز، وهذا ما جعل الصحيفة عبر هذه المواقع إلى نشر نصوص وفيديوهات أقصر يغيب فيها الحديث عن تاريخ الحدث حيثياتها وأسبابها، مقارنة بوسائل الإعلام التي تكون أوسع.

ومن جهة أخرى تقدم جوهر الحدث مباشرة دون مقدمات أو خاتمة، وهذا ما أدى إلى غياب الاقتباسات التي تستخدم في مضامين وسائل الإعلام أيضا خاصة التلفزيون، وبالتالي فصحيفة البلاد وجدت نفسها مضطرة إلى تحرير مضامينها بما يتناسب مع هذه المواقع، وبالتالي فذلك شكل ضرورة وليس خيار، وهذا ما تؤكدته دراسة حول أسباب اعتماد الشباب الجامعي على مواقع التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار، حيث أن 77.5% منهم يعتمدون عليها للأسباب التالية: لأنها سريعة في نقل الأخبار، تعطي فكرة عن كل ما يحدث في العالم، تتوفر بعرض أخبار غير موجودة في الوسائط الأخرى وتقدم تغطية للأحداث من مواقعها، ومن عيوبها: غياب المصادر، غياب الشمولية¹.

ضف إلى ذلك أن الصحفي لم يعد هو المنتج الوحيد للخبر في ظل وجود المنتجين الجدد أو المواطنين الصحفيين، فمع أن صحيفة البلاد على فيسبوك وتويتر تتميز بالاستخدام المحتشم لهذه المضامين إلا أنها تشكل جزءا من مضامينها، على الأقل بالنسبة لبعض الأحداث التي لا يستطيع الصحفي تغطيتها وقت حدوثها فيغطيها المواطن بإمكاناته البسيطة، ولهذا تجدها غير مكتملة خاصة

¹ شريف درويش اللبان، هل يؤشر عصر السوشيال ميديا لأفول الصحافة المطبوعة 2-2، نشر بتاريخ 23 ديسمبر 2020، تاريخ

الإطلاع 2021.01.24 الساعة 00:20، الرابط <https://www.albawabhnews.com/4219797>

وأنها تقوم بنشرها مباشرة كما هي، ما يجعل هناك ضرورة للنظر في كيفية استخدام مضامين صحافة المواطن اعتباراً لأي تجاوزات مهنية وأخلاقية.

وعن مؤشر الأمانة في نقل ما حدث وقيل 21.49% فهو نتيجة أخرى لعملية تكييف مضامين إعلامية مع مواقع التواصل الاجتماعي، أو بالأحرى تكييف المضامين الخاصة بالقناة وأخرى مضامين صحافة المواطن، فذلك يدفع الصحفي إلى التركيز على تفاصيل معينة وإهمال أخرى، أي عملية تجزئة للمضمون وبالتالي عدم اكتمال السياق، وهذا بدوره يتطلب تكويننا خاصاً لإنتاج مضامين مواقع التواصل الاجتماعي حتى يكون مضموننا ناجحاً لاختلافها عن وسائل الإعلام التقليدية.

أما فيما يخص الإسناد إلى المصدر 10.15% فهذا يعود إلى أن ما تم نشره من مضامين هي مضامين القناة التلفزيونية المعاد نشرها، حيث كل مرة يظهر إسم القناة (البلاد TV) وهذا يرتبط بالفيديوهات باعتبارها أكبر نسبة في العينة. فالفيديو قد تحول إلى أبرز طريقة لتحقيق التفاعل عبر هذه المواقع، فوصول المنشور على شكل روابط إلى الجمهور يكون أقل مقارنة بوصوله على شكل مقاطع فيديو، والأمر نفسه بالنسبة لتويتر أو فيسبوك، وهذا ما أكدته دراسة أجرتها شركة " كوشيلي " عام 2018 أن فيديوهات فيسبوك تحقق مشاركة بين مستخدمي هذه المنصة بنسبة تفوق روابط الفيديوهات الأخرى بنسبة 477% ونسبة تعليقات تفوق 530%¹.

أما التجاوزات له فقد كانت على مستوى الصور والنصوص حيث تجاوزته كل النصوص في حين الصور وجد في 24 صورة من أصل 26، وهذا يعني أن المضامين الأصلية الخاصة بهذه المواقع لم تتضمن إسناداً للمصدر، ما يبين مجدداً عدم التعامل المهني عبر هذه المواقع، وهنا لا تختلف الوسيلة الإعلامية عن المستخدمين العاديين. ولهذا الأمر علاقة بمدى وجود صحفيين قائمين على هذه المواقع ينتجون مضامين موجهة للنشر فيها حتى لا يكون هناك أي تجاوز، ذلك أن الإعلام الجديد يجب أن يقف عليه متخصصون، وهذا ما يجب على صحيفة البلاد أن تدرسه، حيث لا يتم العمل بصحفيين في الإعلام التقليدي لإنتاج مضامين خاصة بالإعلام الجديد، ولعل ما يحول دون ذلك في الجزائر هو ضعف الإمكانيات المالية والتمويل.

¹ إسماعيل عزام، مرجع سبق ذكره.

وكان مؤشر وضوح الأفكار والاتجاهات الأدنى من حيث التجاوز وهذا بـ2.38% حيث كانت الصور والنصوص والفيديوهات تعبر عن الأحداث بشكل مستقل، ففي مواقع التواصل الاجتماعي كل وسيط من الوسائط المتعددة يشكل مادة إعلامية على عكس الصحيفة الإلكترونية التي تكمل الصور والنصوص والفيديوهات بعضها البعض ولا يعد كل وسيط مكتمل بدون الآخر خاصة بين النص والصورة، في حين أنه عبر فيسبوك وتويتر الصورة قد تعبر عن الحدث لوحدها، حيث تستخدم كمضمون إخباري يظهر ما حدث مع عنوان أو شرح لها، وبذلك فصحة البلاغ عبر هذه المواقع أدركت ذلك حيث نشرت صوراً إخبارية وليست صوراً تعبيرية أو شخصية كما في الصحيفة الإلكترونية (بحكم وجود النص تقوم بدور ثانوي)، في حين عبر هذه المواقع تقوم بالدور الرئيسي لأنها تعمل عمل النص.

كما يتحكم بذلك أيضاً بساطة الأخبار عبرها، حيث تعد أخبار غير معقدة وخالية من التحليلات التي تعد صعبة الاستيعاب خاصة إذا كانت من طرف خبراء في القضية، لذا فهي أخبار بسيطة تركز فيها على ما حدث دون إطناب، وهذا ما تؤكد عليه الدكتورة نوال بومشقة¹ أستاذة الإعلام بجامعة أم البواقي على بعض الخطوات الأساسية على الصحفي اتباعها لضمان متابعته عبر مواقع التواصل الاجتماعي منها: احترام قواعد الكتابة والنشر، ذلك أن المقال عبر هذه المواقع يتطلب الاختصار والمباشرة والتركيز والدقة في اختيار العبارات والألفاظ¹.

¹ شعباني رياض، خطوات للتواجد الفعال للصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي، نشر بتاريخ 2019.02.19، تاريخ الإطلاع

2021.01.27، الساعة 23:01، شبكة الصحفيين الدوليين IJNET، <https://ijnet.org/fr/node/5514>

6. الالتزام بالأخلاقيات الخاصة بالإعلان

1/ مبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية

جدول رقم (26) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك		التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت		الوسيط		المؤشرات		
من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة	من مجموع التجاوزات	من مجموع العينة			
النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية	النسبة المئوية			
/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية		
/	/	/	/	/	/	100	4	0.78	4	عدم نشر مضامين صحفية تتضمن مادة إعلانية
/	/	/	/	/	/	100	4	0.78	507	المجموع

تظهر بيانات هذا الجدول أن صحيفة البلاد نت لم تتجاوز تقريبا هذا المبدأ، وهذا لوجود تجاوزات على مستوى مؤشر واحد فقط وهو مؤشر عدم نشر مضامين صحفية تتضمن مادة إعلانية وبنسبة قليلة جدا (0.78%)، في حين لم يتم تجاوز مؤشر عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية. ويرجع ذلك إلى أن صحيفة البلاد نت لازالت تميز بين المضمون الإعلاني والتحريري مثلها في ذلك مثل الجريدة، فهناك مساحات في موقع الصحيفة مخصصة للإعلان مفصولة بوضوح عن المادة التحريرية، وهذا تقريبا ما هو معمول به في الصحافة المكتوبة، خاصة وأن الدراسة قد أكدت مرات عديدة أن صحيفة البلاد الإلكترونية لم تنفصل كثيرا عن نسختها الورقية في مظاهر كثيرة ومنها الإعلان، في حين تغيب كليا عن صفحتي فيسبوك وتويتر نظرا لعدم وجود إعلانات مصاحبة لأي مادة إعلامية. ويبدو ذلك أن الصحافة الإلكترونية هي أكثر الوسائط في الإنترنت بحاجة إلى الإعلان ليكون مصدرا للدخل خاصة وأنه لا وجود للمبيعات فيها.

والإعلان الرقمي يشكل الجزء الأكبر من مداخيل كافة الفاعلين الإعلاميين عبر الإنترنت (محركات البحث، صحافة إلكترونية، شبكات التواصل الاجتماعي وغيرها¹) وبالتالي يكاد يكون مصدر

¹ باسم الطويسي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 88.

الدخل الرئيسي بالنسبة للصحافة الإلكترونية في الجزائر التي لم تصل بعد إلى الاعتماد على المصادر الأخرى مثل بيع المحتوى أو الاشتراكات، خاصة وأن سوق الإعلانات الرقمية في تزايد وتطور. ففي سنة 2017 فقط نما سوق الإعلان الرقمي عالميا بنحو 17% وبات يتجاوز التلفزيون، لكن أغلبها يذهب إلى شبكات التواصل الاجتماعي على رأسها فيسبوك، بينما تذهب نسب قليلة إلى الصحافة الإلكترونية، كما أنه يعتمد على برمجيات وخوارزميات الذكاء الصناعي لحجز الإعلانات آليا بدلا من طلبات تقدم العروض في الإعلام التقليدي¹، وهذا ما على الصحافة الإلكترونية الجزائرية أن تدركه وتعمل عليه في حالة أرادت اقتحام مجال الإعلان الإلكتروني.

وبالنسبة للتجاوز الموجود في الصحيفة الإلكترونية (عدم نشر مضامين صحفية تتضمن مادة إعلانية)، فله علاقة بنقص الدقة الكافية في الأخبار المقدمة عبر الصحيفة، فأحيانا يكون المضمون الصحفي (نص، صورة، فيديو) حاملا لمواد إعلانية دون أن يشعر الصحفي بذلك، خاصة مع تراجع مهمة حارس البوابة، نتيجة أن الخبر يكاد يكون من الصحفي إلى القارئ، أو قد لا يكون هناك أي حارس بوابة نتيجة قلة العاملين في الصحيفة الإلكترونية، ما قد يفتح المجال لتجاوزات عدة، خاصة وأنها قد لا تظهر بشكل مباشر أنها مواد إعلانية إلى حين الإطلاع على الخبر من طرف المتلقي.

ولهذه الممارسات تأثير على العملية الإعلامية، ذلك أن المضامين الصحفية مخصصة لنشر الحقيقة حول الأحداث، ولو كانت غير ذلك فهذا بداية لضياع الحقيقة لصالح المعلنين، فقد لا يعطي الخبر الصحفي الأهمية للدقة والوضوح إذا تم تضمينه بأفكار بيعية ومواد إعلانية، وهذا أمر يهدد المهنة عموما في ظل ضعف الرقابة. وفي هذا الإطار أكدت دراسة B.J.Fogg وزملاءه في 2002 أن الإعلانات تؤثر بالسلب على مصداقية المواقع، وأن المصداقية التي تجعل من الصعوبة التفريق بين الإعلانات والمحتوى التحريري قيمها المبحوثون كأقل مصداقية، وهو ما أعلنه أيضا المبحوثون في دراسة Julianne Stanford وزملاءه من خلال أن وجود الإعلانات الإلكترونية بكثرة يحط من مصداقية الموقع، لاحتمال تحيزه لصالح المعلن، كما رأوا أنه إذا كان هناك حاجة للمعلنين يجب أن تكون منفصلة¹.

¹ المعز بن مسعود، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور، معهد الجزيرة للدراسات، تاريخ النشر

11 فبراير 2019، تاريخ الإطلاع 24 جانفي 2021 الساعة 21:20، الرابط

<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190211075743953.html>

¹ شيرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت والعوامل المؤثرة ومعايير التقييم، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص:130.

ومن جهة أخرى فهذا المبدأ يغيب في قانون الإعلام التي تخضع له الصحافة الإلكترونية في الجزائر، ومع أنه تم ذكره في ميثاق الشرف الخاص بأخلاقيات المهنة في الجزائر، إلا أنه جاء من باب الحديث عن الصحفي وعدم عمله في الإشهار والدعاية إضافة إلى عمله كصحفي (عملية جلب الإعلانات)، كما جاء في ميثاق اتحاد الصحفيين العرب حيث دعا إلى ضرورة التمييز بين المعلومات والآراء والإعلانات.

كما يرتبط أيضا بأن المساحة المخصصة للإعلان في الصحيفة الإلكترونية واضحة وموجودة في أكثر من جهة في الصفحة الرئيسية للموقع، أو عند قراءة الخبر يعني هناك عدة فرص لرؤيته بشكل مباشر، على عكس لو يتم تضمينه في الخبر نفسه، أي ضمن النص أو الصورة أو الفيديو، وهذا ما يختلف مع القارئ الإلكتروني الذي يتصفح الأخبار بسرعة على طريقة المسح حيث يطلع على المضمون الظاهر والمباشر ولا وقت له للتحقيق في الخبر، خاصة وأن وجود المواد الإعلانية في بعض المواد الصحفية لا تتضح بسهولة (تتطلب التمعن في الخبر).

كما أن هذا المؤشر لا يحصل على التنظيم القانوني الكافي في موثيق الشرف، حيث أثبتت دراسة أنه ظهر في 27 ميثاق من 62 ميثاق ما يعادل 43.5%¹.

وفيما يخص غياب مؤشر عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية، فهذا لقلة هذا النوع من الإعلانات في الصحافة عموما في الجزائر، ذلك أن اختلاط الشكل الإعلاني بالشكل التحريري يقلص من فرص التعرض للإعلان، ذلك أن القارئ اعتاد على أن الشكل التحريري مرتبط بالأخبار وليس الإعلانات.

كما أن كتابة الإعلان على شكل تحريري يتطلب نوعا من الكتابة الإقناعية، ذلك أن الترويج للمنتج أو علامة تجارية يتطلب الإقناع، وهذا بدوره يزيد من مهمة الصحفي الذي اعتاد على كتابة الحقائق مما قد يضيف أعباء جديدة على الصحفيين العاملين في الصحيفة الإلكترونية.

وفي ظل اهتمام صحيفة البلاد الإلكترونية بالمواضيع والقضايا الجادة في المرحلة الحساسة التي مرت بها الجزائر، فإن الصحيفة بحاجة إلى نشر الحقائق، وعدم جعل الإعلانات تغطي في الموقع

¹ فتحي حسين عامر، المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص:95.

خاصة إذا كان هيئة تحريرية، وكما أثبتت أحد الدراسات أن هناك مؤثرات للإعلان على الجانب التحريري تتمثل في اختفاء المواد الصحفية ومضمونها¹.

وفي ذلك تأثير أيضا على مصداقيتها لدى القارئ، ذلك أن فيه خداع له خاصة مع حاجة الصحف الإلكترونية لمداخل الإعلان الذي اتجه هو الآخر نحو البيئة الإعلامية الإلكترونية والتقدم التقني في مجال الإعلان التجاري.

2/ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك الآداب العامة

جدول رقم (27) يرصد التجاوزات الأخلاقية لمبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك الآداب العامة

التجاوزات على مستوى تويتر		التجاوزات على مستوى فيسبوك				التجاوزات على مستوى صحيفة البلاد نت				الوسيط		
من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		من مجموع التجاوزات		من مجموع العينة		المؤشرات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر إعلانات تخدش الحياء
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر إعلانات تسيء إلى المعتقدات الدينية
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	عدم نشر إعلانات تروج للعنف والجريمة
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	المجموع

يظهر من خلال الجدول رقم 27 أنه لا يوجد أي تجاوزات لهذا المبدأ سواء على مستوى صحيفة البلاد نت أو صفحتي فيسبوك وتويتر، وهذا لأن الآداب العامة عموما من الضوابط الأخلاقية التي أكد عليها قانون الإعلام 2012 وكل قوانين الإعلام في الجزائر.

فمع أن هناك توجه نحو إنتاج الأخبار منخفضة التكلفة ذات القيمة الترفيهية التي تغري المعلنين ما أدى إلى المساس بجودة المادة الخبرية وتغيير طبيعتها¹، إلا أن صحيفة البلاد نت تتميز بالطابع الجاد

¹ فتحي حسين عامر، مرجع سبق ذكره، ص: 97.

¹ اقتصاديات الصحافة الإلكترونية العربية: الواقع والتحديات، مركز أضواء للبحوث والدراسات، نشر بتاريخ 2019.09.28، تاريخ

الإطلاع 2021.01.28، الساعة 23:30، الرابط

<https://adhwaa.net/%D8%A7%D9%82%D8%AA%D8%B5%D8%A7%D8%AF%D9%8A%D8%A7%D8%AA->

في سياستها التحريرية بعيدا عن أي إثارة سواء في الأخبار أو الإعلانات، ذلك أنها الواجهة الإلكترونية للصحيفة الورقية والقناة التلفزيونية وليست مجرد موقع إلكتروني، ما يجعلها تتعامل بحذر في بثها للإعلانات تقريبا كما تفعل المؤسسة الأم.

كما أن أغلب الإعلانات التي تنشرها الصحيفة الإلكترونية هي إعلانات لمنتجات جزائرية مصممة تصميمًا محليًا، وموجهة للاستهلاك المحلي وبالتالي تتلاءم مع معتقدات وعادات وقيم المجتمع.

وهذا يعبر عن احترام الصحيفة للمجتمع ذلك أن الآداب العامة والقيم الدينية والأخلاقية من أهم مبادئ المجتمع الجزائري، والصحيفة الإلكترونية تسير على نفس سياسة الصحيفة الورقية في خطها التحريري ومضامينها الجادة.

في حين بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي فلم تتضمن صفحة البلاد على فيسبوك وتويتر أي إعلانات، مع أن هذه المواقع قد فعلت خاصية الإعلان داخل المحتوى وبالضبط في الفيديوهات في منافسة مع موقع اليوتيوب خاصة في ظل تزايد استخدام هذه المواقع. وحسب استطلاع لمركز "بيو" للأبحاث عام 2018 فإن 68% من الأمريكيين ما فوق 18 عام يحصلون على الأخبار عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، شبكة فيسبوك 43% يوتيوب 21% ثم تويتر 12%¹.

ورغم ذلك لا تزال هذه المواقع بعيدة عن الاستخدام في المجال الإعلاني بالنسبة للمؤسسات الإعلامية في الجزائر نتيجة عدم اعتماد الشركات على الإعلان الإلكتروني وعدم ثقتهم فيها، ما يستوجب على هذه المؤسسات الإعلامية أن تكون ذات مهنية ومصداقية أكثر، وأن تقدم محتوى إعلامي متطور تقنيا حتى تتمكن من حل أزمة الإعلانات. فعلى سبيل المثال تخطت "نيويورك تايمز" عتبة 5 ملايين مشترك في النسختين الورقية والرقمية نهاية عام 2019، حاصدة أكثر من 800 مليون دولار من الأرباح الرقمية، مما وفر لها بديلا قويا للإعلانات التي تراجعت¹.

¹ إسماعيل عزام، مرجع سبق ذكره.

¹ إسماعيل عزام، مرجع سبق ذكره.

نتائج الدراسة

1. النتائج العامة

النتائج العامة المتعلقة بالأخلاقيات الخاصة بالمبادئ الإنسانية:

- تضمنت كل التجاوزات الأخلاقية للمبادئ الإنسانية (28 تجاوز) في صحيفة البلاد نت، في حين لم يتم تجاوز أي من هذه المبادئ على مستوى صفحتي فيسبوك وتويتر وهذا على اعتبار أن الصحيفة الإلكترونية هي الأكثر معالجة للقضايا والأحداث الدولية التي يمكن أن تتضمن فيها هذه المبادئ، على عكس مواقع التواصل الاجتماعي التي تضمنت أكثر الأخبار ذات البعد المحلي والوطني.
- مثل مبدأ احترام كرامة الدول أكثر المبادئ الإنسانية تجاوزا من طرف صحيفة البلاد نت (10 تجاوزات)، يليه مبدأ نبذ الإرهاب (8 تجاوزات) ثم مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية (6 تجاوزات)، وأقل تجاوز لمبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله (4 تجاوزات)، وهذا من شأنه أن يؤثر على علاقات الجزائر الخارجية والتي يكون الصحفي طرف فيها، ما يفرض تدريب الصحفيين في تغطية الأحداث السياسية الدولية، فذلك شكل من أشكال الاتصال السياسي أو الدبلوماسي.
- كان انتهاك مبدأ احترام كرامة الدول من طرف صحيفة البلاد نت من خلال التصوير السلبي للدول (0.78% من مجموع العينة) و(40% من مجموع التجاوزات) ثم من خلال عدم احترام سيادتها (0.39% من مجموع العينة) و(20% من مجموع التجاوزات) والنسبة نفسها لمؤشري التدخل في الشؤون الداخلية للدول، التحقير والإذلال لها وهذا يؤدي بالصحفي إلى الخروج عن أداء مهامه الأصلية والوقوع في الدعاية السياسية التي تعتمد على الترويج للصور النمطية المختلفة عن الدول أو الجماعات، فالصحيفة بحاجة إلى الحفاظ على مهنتها خاصة في الأخبار المتضمنة للصراع لصعوبة الالتزام بالموضوعية فيها، وتجاوزت بذلك المبدأ 9 من ميثاق اليونسكو للأخلاقيات الصحفية الخاص بضمان احترام حقوق وكرامة جميع الأمم دون

تميز، إضافة إلى المادة 8 من ميثاق الشرف الإعلامي العربي الذي ينص على " احترام كرامة الشعوب والدول وسيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية"¹

- تجاوزت صحيفة البلاد نت مبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله من خلال عدم المساواة في التغطية الإعلامية (0.39% من مجموع العينة) و(66.66% من مجموع التجاوزات) ثم من خلال التمييز السلبي للآخر (0.19% من مجموع العينة) و(33.33% من مجموع التجاوزات) في حين لم يتم الإشارة إلى جنس التخصص أو عرقه أو طبقتة أو دينه أو انتماءه السياسي أو التجريح اللفظي للآخر وحتى بالنسبة للإسقاطات التاريخية ، وعليه فالتمييز العنصري هنا كان من جانب مهني أكثر من خلال غياب التوازن الذي يعد من مؤشرات الموضوعية، ما يستدعي التمعن أكثر في مهارات الصحفي في صحيفة البلاد نت ذلك أن عدم تمكنه من المعايير الموضوعية قد يجعله يقع في تجاوزات أخلاقية وليس مهنية فقط، وعليه تجاوز مبدأ الامتناع عن التمييز العنصري كان تجاوزاً مهنياً أكثر منه أخلاقياً وهذا ما يفسر غياب التمييز باسم الجنس أو العرق أو الدين والابتعاد عن الإسقاطات التاريخية أيضاً، وهي بذلك تجاوزت المادة 7 من الاتحاد الدولي للصحفيين IFJ التي تنص على أنه "يجب على الصحفي التنبيه للمخاطر التي قد تتجم عن التمييز والتفرقة اللذين قد يدعو إليهما الإعلام، وسيبذل كل ما في وسعه لتجنب القيام بتسهيل مثل هذه الدعوات التي قد تكون مبنية على أساس الجنس، اللغة أو الدين أو المعتقدات السياسية وغيرها من المعتقدات"²، إضافة إلى المادة 92 التي تنص في أحد مبادئها على " الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية"³

- قامت صحيفة البلاد نت بالتحريض على الكراهية من خلال التمييز السلبي للآخر (0.59% من مجموع العينة) و(50% من مجموع التجاوزات) أما التهيب من الآخر فقد كان نادراً (0.19% من مجموع العينة) و(16.66% من مجموع التجاوزات) في حين لا تقوم بتعزيز قيم الحوار

¹ نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، ميثاق الشرف الإعلامية، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الرابع تحت عنوان " القانون والإعلام"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، 23-24 أبريل 2017، ص13.

² يحي شقير، ميثاق الشرف المهني، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الإعلاميات السادس، عمان، الأردن، 25-29 جوان 2007، ص112.

³ قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص30.

والتسامح وهذا بالنسبة نفسها، كما تم الامتناع عن تحقير الآخر بسبب عرقه أو دينه أو إعاقته، وهذا يتنافى مع وظيفة الإعلام في تقريب الثقافات وتوطيد العلاقات بين الشعوب المختلفة في ظل الصراعات العقائدية أو الطائفية سواء خارج الجزائر أو داخلها، خصوصا في الفترات الحساسة التي يتطلب فيها الألفة والوحدة ذلك أن خطاب الكراهية قد ينتشر فيها، ما يتطلب عمل الإعلام على خلق مشاعر الوحدة والتآخي واحترام التنوع والاختلاف، فالصور السلبية التي ترسم حول الآخر تكون أسهل إدراكا من المتلقي خاصة المكررة منها، وبهذا تصبح هذه الصحيفة الإلكترونية وسيلة لإثارة العصبية والصراع متجاوزة بذلك المادة 9 من ميثاق اليونسكو الذي ينص على "الامتناع عن التحريض على جميع أشكال العنف أو الكراهية أو التمييز"¹

- تجاوزت صحيفة البلاد نت مبدأ نبذ الإرهاب من خلال عدم استحضار الجانب القانوني (0.59% من مجموع العينة) و(37.5% من مجموع التجاوزات) ثم عدم تجريم العمل الإرهابي ولا تعزيز السلام (0.39% من مجموع العينة) و(25% من مجموع التجاوزات) لكل منهما، في حين تم التضخيم في عرض العمل الإرهابي بنسبة قليلة (0.19% من مجموع العينة) و(12.5% من مجموع التجاوزات)، وهذا يشير إلى أن تعامل صحيفة البلاد نت مع ظاهرة الإرهاب لا يتعدى كونها مجرد أحداث قد تقوم بتغطيتها بشكل موسع أو محدود لا شيء آخر، بحث لا يكون لها دور فعال في نبذ الظاهرة أو إبراز مدى خطورتها مع أنها قضية إنسانية عالمية، لكنها في نفس الوقت لم تتجاوز المادة 12 من ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر التي تنص على الامتناع عن الترويج بأي شكل من الأشكال للإرهاب.

النتائج العامة المتعلقة بفئة الأخلاقيات الخاصة بالمجتمع:

- أوضحت الدراسة أن صفحتي البلاد نت على فيسبوك وتويتر لم تسجل أي تجاوزات أخلاقية تجاه المجتمع ماعدا في مبدأ واحد فقط (مبدأ مكافحة الفساد)، في حين كانت أغلبها على مستوى الصحيفة الإلكترونية (113تجاوز)، وهذا ما يتوافق تقريبا مع النتيجة العامة الأولى الخاصة بالتجاوزات الأخلاقية تجاه المبادئ الإنسانية، والتي سجلت أيضا كل التجاوزات على مستوى

¹ International Principles of Professional Ethics in Journalism, retrieved 31.03.2019 at 15:40h. from <http://ethicnet.uta.fi/>

الصحيفة الإلكترونية بالرغم من أن مجال الحرية أوسع عبر هذه المواقع وهذا يحيلنا إلى التمتع أكثر في كيف تعتبر الصحيفة مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يبدو أن ذلك مجرد إجراء يعبر عن تواجد هذه المؤسسة الإعلامية عبر هذه المواقع.

- انتهكت صحيفة البلاد نت بنسبة أكبر مبدأي الامتناع عن التحريض على الجريمة (50 تجاوز) ومكافحة الفساد (49 تجاوز) حيث تتقارب نسبتتهما، في حين لم يتم انتهاك مبدأي دعم العدالة في المحاكم (9 تجاوزات) والامتناع عن العنف (5 تجاوزات) إلا أحيانا فقط، كما لم يسجل كل من مبدأ: الدفاع عن حرية الرأي والتعبير، الامتناع عن انتهاك الآداب العامة وتعزيز الهوية الوطنية أي تجاوز بل على العكس قامت الصحيفة بتعزيزها.

واعتمادا على ذلك يمكن اعتبار أن صحيفة البلاد نت لم تقم بدور كبير في الحد من هذه الظواهر (الجريمة-الفساد) بحكم أنها من أهم الظواهر التي انتشرت مؤخرا في المجتمع الجزائري، والتي تحتاج إلى حلول علاجية وليس مجرد نقل لأحداثها وتفاصيلها، وهذا ما قامت به هذه الصحيفة الإلكترونية إذ تعتبر تغطيتها الإعلامية لهذه القضايا تغطية تقريرية سردية سطحية لا علاجية معمقة، وهذا ليس جوهر المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة الإعلامية التي لها وظائف وأدوار تجاه مجتمعها العام والمحلي، لكن من جهة أخرى كان لها دور في خدمة حرية الرأي والتعبير والحفاظ على قيم المجتمع وتعزيز هويته، وبالتالي فهي التزمت بمسئوليتها تجاه المجتمع في ظواهر معينة وتجاوزتها في أخرى.

أما صفحتي فيسبوك وتويتر فقد تجاوزت مبدأ مكافحة الفساد فقط (54 تجاوز)، في حين لم يتم تجاوز باقي المؤشرات، وبذلك فإنها مع نشرها لأخبار مختلف قضايا الفساد هي الأخرى لا تتناولها كظاهرة تحتاج إلى علاج وإنما أحداث تكون موضوع تغطية.

- قامت صحيفة البلاد نت بتجاوز مبدأ التحريض على العنف من خلال نشر مشاهد تصف العنف متجاوزة المادة 12 من ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر التي تنص على الامتناع عن الترويج بأي شكل من الأشكال للعنف، الجريمة ومبادئ أخرى تتدرج ضمن الفئة الأولى، وعدم إبراز الآثار السلبية للعنف (0.39% من مجموع العينة) و(40% من مجموع التجاوزات) لكل منهما، في حين تم تضخيم حادثة العنف في نسبة قليلة جدا من الأخبار (0.19% من مجموع العينة) (20% من مجموع التجاوزات)، بينما لم يتم استخدام أي ألفاظ نابية، وبهذا فهي لن يكون لها

الدور البناء لغياب الجانب التشخيصي والعلاجي للموضوع مقارنة بجانب التغطية، وبالتالي تبقى الصحيفة على غرار باقي وسائل الإعلام بعيدة نوعا من عن المساهمة في معالجة الظاهرة.

- تجاوزت صحيفة البلاد نت مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة من خلال عدم بيان تأثير الجريمة على المجتمع وعدم تقديم الحلول (3.14% من مجموع العينة) و(38% من مجموع التجاوزات) لكل منهما، وينسبة أقل من خلال التغطية الموسعة للجريمة (0.98% من مجموع العينة) و(10% من مجموع التجاوزات)، وعرض مرتكبي الجريمة (0.78% من مجموع العينة) و(8% من مجموع التجاوزات)، في حين نادرا ما تقوم بالوصف التفصيلي للجريمة وأبعادها الدرامية(0.39% من مجموع العينة) و(4% من مجموع التجاوزات) وتبرير سلوك مرتكب الجريمة (0.19% من مجموع العينة) و(2% من مجموع التجاوزات)، ولم تقم بإضفاء البطولة على مرتكب الجريمة في أي من أخبارها، وهنا فهي قد التزمت إلى حد ما بالمادة 11 من ميثاق الشرف الإعلامي العربي التي تنص على " الامتناع عن وصف الجرائم بكافة أشكالها وصورها بطريقة تغري ارتكابها أو تتطوي على إضفاء البطولة على الجريمة ومرتكبيها، أو منح مرتكبيها أو المروجين لها فرصة استخدام وسائل الإعلام منبرا لهم"¹

وهذا يبين مجددا علاقة صحيفة البلاد الإلكترونية بظاهرة الجريمة في المجتمع الجزائري، حيث لا تتعدى عملية نقل التفاصيل بالرغم من أنها ليست بنوع من التفصيل المسمي، وبالتالي فهي لم تتجاوز كثيرا ضوابط تغطية الجريمة لكنها في نفس الوقت لم تلتزم بالمعايير التي من شأنها الحد من الظاهرة.

- عززت صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتي البلاد على فيسبوك وتويتر مبدأ الدفاع عن حرية الرأي والتعبير وكان ذلك عبر تشجيع الديمقراطية وتعزيزها، الدفاع عن حق المشاركة في التظاهرات السلمية وقد تماشى ذلك مع مرحلة الأزمة السياسية التي مرت بها الجزائر، بحيث ازدادت الحاجة إلى قيم حرية الرأي والتعبير وهذا أيضا عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتالي فإن مؤسسة البلاد الإعلامية قد خدمت المرحلة السياسية التي عرفتها الجزائر عبر مختلف وسائط الإعلام الجديد.

¹ نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سبق ذكره، ص13.

- التزمت صحيفة البلاد نت وصفحتي فيسبوك وتويتر بمبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة حيث لم تتضمن أي تجاوز أخلاقي فيما يخص عدم نشر كلمات أو صور مشاهد مخلة بالحياء عدم نشر الموضوعات المنافية للآداب العامة واحترام القيم الأخلاقية، وقد جاء ذلك تماشياً مع الخط التحريري الذي يبرز أيضاً في صحيفتها الورقية، وعليه فإن الصحيفة الإلكترونية وصفحتي فيسبوك وتويتر تسيران على نفس السياسة التحريرية لوسائل الإعلام التقليدية، ولزالت تحترم قيم المجتمع حتى في بيئة الإنترنت على عكس بعض المؤسسات الإعلامية الأخرى، التي تنشر مواضيع منافية للآداب العامة خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وبهذا فقد التزمت الصحيفة بمبدأ من المبادئ المتضمنة في المادة 92 من قانون الإعلام 2012 حول "الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن"¹

- تجاوزت صحيفة البلاد نت مبدأ مكافحة الفساد من خلال عدم إبراز آثار الفساد على المجتمع، عدم نشر قيم النزاهة والشعور بالمسؤولية تجاه المال العام وعدم بناء صورة نمطية سلبية عن الفساد (2.16% من مجموع العينة) و(22.45% من مجموع التجاوزات) لكل منهما، إضافة إلى عدم العرض المتعدد للآراء في تقييم قضايا الفساد (1.97% من مجموع العينة) و(20.41% من مجموع التجاوزات)، يليها اقتراح الطول (1.18% من مجموع العينة) و (12.24% من مجموع التجاوزات)، وقد قدمت كل التفاصيل اللازمة حول قضايا الفساد وهي بذلك تعتبر كغيرها من الأحداث ولا تملك درجة أكبر من الأهمية، رغم أن الجزائر قد عرفت عدة قضايا فساد في المال العام في مختلف المؤسسات بعد الحراك السياسي، ما يجعل هناك حاجة ملحة لتناولها بأساليب مختلفة عن المعتاد، تميل أكثر إلى التحليل والتفسير لا النقل المجرد فقط.

أما عبر صفحتي فيسبوك وتويتر فقد تم تجاوز مؤشر مكافحة الفساد في جميع المؤشرات الخاصة بهذا المبدأ حيث لم تلتزم أي منها بشكل متساو وينسب متساوية (6.16% من مجموع العينة) و(16.66% من مجموع التجاوزات) في كل منها، وهذا يشير إلى طبيعة تناول قضايا الفساد عبرها، فهي لم تقدم ما يتعلق بالقضية لا من حيث التفاصيل اللازمة ولا من خلال إبراز آراء المختصين ولا نتائجها، بل اقتصر على آراء المواطنين في ما حدث والمعالجة الإعلامية لها تمت عبر وسائل الإعلام

¹ قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص30.

(الصحافة المكتوبة والإلكترونية والتلفزيون)، وهذا ما يتطلب مراجعة المؤسسة الإعلامية لاستراتيجية النشر عبر هذه المواقع.

- انتهكت صحيفة البلاد نت مبدأ دعم العدالة في المحاكم من خلال نشر ما يجري في التحقيقات (0.78% من مجموع العينة) و(44.44% من مجموع التجاوزات)، متجاوزة بذلك أحكام المادة 2 من قانون 2012 التي تنص على احترام سرية التحقيق القضائي، ثم من خلال إصدار الأحكام قبل صدور الحكم القضائي (0.39% من مجموع العينة) و(22.22% من مجموع التجاوزات) وبنفس النسبة تجاوزت مؤشر الحياد والتوازن في عرض القضايا، وبصفة أقل تم نشر مواد أو آراء حول القضايا المنظورة أمام القضاء (0.19% من مجموع العينة) و(11.11% من مجموع التجاوزات)، وهذا ما يتعارض مع المبدأ 6 من ميثاق اتحاد الصحفيين العرب الذي ينص على أن " الصحفيون ملزمون بدعم العدالة في المحاكم وليس دعم أي طرف ضد الآخر، أو البث في أي قضية طالما أن السلطة المعنية لم تصدر الحكم¹، والمادة 17 من ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر التي تنص على "عدم الخلط بين دوره كصحفي ودور قاضي أو شرطي"²، لكنها لم تتجاوز مؤشر نشر إجراءات المحاكمات.

ويعد هذا شكل من أشكال نقص المهنية لتدخل الصحفي في عمل القضاء، وإمكانية التأثير في سير العدالة بنشر تفاصيل خاصة بالتحقيقات عبر موقع الصحيفة، ومن جهة أخرى من خلال التخلي عن الموضوعية بإطلاق المجال للأحكام الذاتية والآراء الشخصية حول القضايا والشخصيات الموجودة، ما قد يبعد الصحفي عن واجبه في تقديم الحقيقة المجردة، فرغم أن هذه التجاوزات لم تكن متضمنة بشكل كبير لكنها قد تكون بداية انفلات الموضوعية في صحيفة البلاد الإلكترونية، خاصة في ظل ضعف التكوين وغياب القوانين المنظمة للممارسة الإعلامية فيها.

أما في مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر) فلم يتم تسجيل أي تجاوز، وهذا مرتبط بطبيعة التغطية الإخبارية للقضايا في المحاكم، والتي تركز على النقل المباشر والمجرد لها دون أي

¹ Federation of Arab Journalists Code of Ethics, retrieved 26.09.2018 at 23:34h from <https://accountablejournalism.org/>

² حنان بن يحيى علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد: دراسة قانونية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 2، العدد 5، مارس 2018، ص13.

إضافة أو تدخل وهي مضامين بسيطة مختصرة وخالية من أي أحكام، لا تقدم فيها تفاصيل كثيرة ولا أحكام ذاتية.

- التزمت صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتي فيسبوك وتويتر بمبدأ تعزيز الهوية الوطنية، وقامت بتعزيزها أكثر وهذا من خلال نشر الرموز الوطنية وإلقاء الضوء على الكفاءات الوطنية في التغطية الإعلامية، تحفيز الانتماء الوطني وغيرها، ذلك أن الهوية الوطنية هي أساس وجود المجتمع ورمز من رموزه وبالتالي فصحيفة البلاد نت عبر موقعها أو صفحتها قد كانت ذات علاقة وطيدة بمقومات المجتمع، ويعتبر هذا أيضا من متطلبات الظروف السياسية التي مرت بها البلاد التي تطلبت التمسك بكل ما له علاقة بالهوية الوطنية، ويعد هذا التزاما بما نص عليه في المبدأ 2 من ميثاق الشرف الإعلامي العربي الذي ينص على " مواصلة تطوير دور وسائل الإعلام العربي في إثراء شخصية الإنسان العربي، والعمل على تكاملها قوميا وإنمائيا فكريا وثقافيا واجتماعيا وسياسيا والتعريف بحقوق الإنسان العربي وحياته الأساسية وواجباته تجاه أسرته ومجتمعه ووطنه وأمته"¹

النتائج العامة المتعلقة بالأخلاقيات الخاصة بالدولة:

- لم تتجاوز صحيفة البلاد الإلكترونية أو صفحتي فيسبوك وتويتر أي مبدأ من المبادئ المتعلقة بالدولة، عدا مبدأ واحد فقط وبنسبة قليلة جدا (تعزيز قيم المشاركة السياسية) وعلى مستوى الصحيفة الإلكترونية فقط. ففي مبدأ احترام الدولة ومؤسساتها تم احترام الدستور والقضاء ورموز الدولة، المؤسسة الأمنية والعسكرية إضافة إلى السلطات المحلية، وهذا لوجود علاقة تكاملية بين مؤسسات الإعلام وباقي مؤسسات الدولة خصوصا منها القضاء والدستور، لذا فتجاوز أي منها سيضر بالمؤسسة الإعلامية نفسها.

والأمر نفسه بالنسبة لمبدأ حماية الأمن القومي سواء ما ارتبط بمؤشر إظهار الجهود العسكرية والشعبية في مواجهة أي تهديد، عدم المبالغة في نشر أخبار التهديدات والصراعات، معالجة القضايا الوطنية بالشرح وإبراز جهود الدولة في تنمية المجتمع وحل مشاكله وغيرها من المؤشرات، فوجود الصراع والفوضى من معيقات التنمية، لذا فصحيفة البلاد وصفحتي فيسبوك وتويتر قد التزمت بحماية أمن الدولة

¹ نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سبق ذكره، ص13.

خاصة وأنه كان مهدداً، وبالتالي فهي قد ساهمت في الاستقرار سواء من خلال ربط المواطن أكثر بالدولة أو من خلال إبراز جهود المؤسسة العسكرية في حفظ أمنها وأثناء الحراك السياسي مع الشعب، فقد كانت الصحيفة أكثر قرب لحفظ أمن الدولة ولم تعرضه للتهديد بأي شكل من الأشكال، وبذلك فقد التزمت صحيفة البلاد على وسائل الإعلام الجديد بالمادة 2 من القانون العضوي للإعلام التي تنص على أنه "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون والتنظيم المعمول به، وفي ظل احترام: الدستور وقوانين الجمهورية، الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع، متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني"¹، إضافة إلى المادة 92 التي تنص في أحد مبادئها على احترام الدولة ورموزها.

أما فيما يخص تعزيز مبدأ قيم المشاركة السياسية الذي تم تجاوزه من طرف الصحيفة الإلكترونية، فقد كان في مؤشر واحد فقط وهو عرض وجهات النظر المؤيدة والمعارضة، والذي شكل النسبة الكلية (0.39% من مجموع العينة) و(100% من مجموع التجاوزات)، وهذا لأنها تقدم رأي واحد فقط (مؤيد أو معارض) وليس هما معا حيث أن هذا هو الطابع المهني الموجود تقريبا فيما يخص الرأي، وذلك مرتبط بالموضوعية فالصحيفة نادرا ما تحتوي التعددية في الآراء خصوصا منها المؤيدة والمعارضة التي تشكل طرفي صراع، في حين تم تعزيزها من خلال مناقشة القضايا السياسية ونقل مختلف النشاطات السياسية سواء للأحزاب أو المرشحين، وهذا المبدأ من أهم المبادئ التي يجب تعزيزها في تلك الفترة لأنه مرتبط بالعملية الانتخابية التي كانت بمثابة الحل الأساسي للأزمة السياسية في الجزائر.

كما قامت صحيفة البلاد بتوفير صفحات فيسبوك وتويتر بالحفاظ على الوحدة الوطنية للدولة، بحيث لم تنشر ما يمكن أن يثير العصبية والتفرقة أو الصراع، وغالبا ما تركز على إبراز قيم الوحدة الوطنية والتعايش السلمي بين أفراد الشعب، إضافة إلى قيم المواطنة والولاء للوطن وفي نفس الوقت مبتعدة عن خطاب التعصب والتمييز والكراهية بين أفراد الوطن، وقد كان هذا ردا على كل محاولات التفريق وخلق الصراعات التي من شأنها المساس بأمن ووحدة الدولة، خصوصا مع كل الأحداث التي عرفت الجزائر طوال سنة 2019.

¹ قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص22.

النتائج العامة المتعلقة بالأخلاقيات الخاصة بالأفراد:

- تضمنت التجاوزات الأخلاقية تجاه الأفراد في الصحيفة الإلكترونية أكثر من صفحتي فيسبوك وتويتر وهذا بـ 88 تجاوز مقابل 28 تجاوز، وقد ارتبط ذلك بطبيعة الأحداث التي غطتها كل منهما، فلم تكن أخبار البلاد على فيسبوك وتويتر كما كان يبدو بالنسبة لبعض المؤسسات الإعلامية عبرها.

وتختلف مضامين الصفحتين عن مضامين الصحيفة الإلكترونية التي تبدو أكثر تنوع وتغطي مختلف المجالات والمواضيع، وبالتالي تكون الصحيفة أكثر عرضة للوقوع في انتهاكات أخلاقية تجاه الشخصيات العادية أو العامة، وهذا ما يختلف عما هو متداول عموماً حول انتهاك حقوق وحرريات الأفراد على مواقع التواصل الاجتماعي بشكل أكبر.

- تجاوزت صحيفة البلاد الإلكترونية الكرامة الإنسانية للأفراد من خلال الذم والتحقير حيث مثل أكثر التجاوزات (5.32% من مجموع العينة) و (79.41%)، في حين تم القذف والحط من شرف الفرد وسمعته بنسب قليلة (0.78% من مجموع العينة) و (11.76% من مجموع التجاوزات)، (0.59% من مجموع العينة) و (8.82% من مجموع التجاوزات)، أما السب فلم يتضمن في أي خبر. وهذه الممارسات تسيء إلى الصحيفة الإلكترونية نفسها باعتبارها وسيلة إعلامية تهتم بنقل الحقائق بعيداً عن أي ضرر للأفراد في المجتمع، خاصة وأن الصحيفة في إطار مسؤوليتها الاجتماعية ملزمة بعدم إلحاق الضرر بالأفراد في المجتمع، فهي يجب عليها أن تحترم الفرد وكرامته الإنسانية كما تحترم أي مؤسسة في نفس المجتمع. وهي بذلك تجاوزت المادة 8 من ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين IFJ التي تعتبر القذف والإتهام على غير أساس تجاوز مهني خطير.

والأمر نفسه بالنسبة لصفحتي فيسبوك وتويتر حيث انتهكت الكرامة الإنسانية للأفراد من خلال الذم والتحقير (6.16% من مجموع العينة) و (81.82% من مجموع التجاوزات) مع السب أحياناً (1.36% من مجموع العينة) (18.18% من مجموع التجاوزات)، بينما لم يتم القذف أو الحط من شرف الأفراد وسمعتهم، وتبدو تجاوزات الصفحتين مختلفة نوعاً ما عن الصحيفة الإلكترونية ما عدا في مؤشر واحد وهو الامتناع عن الذم والتحقير، وبذلك فإن صحيفة البلاد قد تضمنت كل أشكال التجاوزات

للكرامة الإنسانية، فما التزمت به في صحيفتها الإلكترونية تجاوزته عبر صفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي والعكس صحيح لكن بدرجات متفاوتة، وقد كان هذا في إطار الإساءة العمدية خاصة للشخصيات العامة من السياسيين ورجال الأعمال، وبذلك فقد تجاوزت المادة 6 من ميثاق اليونسكو الخاص بالمبادئ الدولية للأخلاقيات المهنية في الصحافة التي تنص على " حماية حقوق الآخرين وسمعتهم ويحظر التشهير والفتنة والقذف"¹، والمادة 9 من ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر التي تنص هي الأخرى على " الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والاثهات غير المؤسسة"²، إضافة إلى المادة 2 من قانون الإعلام 2012 التي تنص على أنه يمارس نشاط الإعلام بحرية في ظل احترام مجموعة من المبادئ من بينها " كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية"³.

- انتهكت صحيفة البلاد نت خصوصية الأفراد (في الأحداث العادية) من خلال اقتحام الأماكن الخاصة (3.35% من مجموع العينة) و(39.53% من مجموع التجاوزات)، وهذا في أغلب الأخبار التي تغطي شؤون الأفراد في أوضاع ما، يليها عبر التسلسل إلى حزنهم ومعاناتهم الشخصية (2.16% من مجموع العينة) و(25.58% من مجموع التجاوزات) ثم من خلال التدخل في شؤونهم الخاصة (1.38% من مجموع العينة) و(16.28% من مجموع التجاوزات)، لكنها نادرا ما تقوم بنشر تفاصيل حياتهم الخاصة أو كشف لأسرارهم (0.78% من مجموع العينة) و(9.30% من مجموع التجاوزات) لكل منهما، في حين لم يتم اللجوء إلى نشر الفضائح (الشخصية أو العائلية) أو نشر اتصالات سرية.

وكان اقتحام الأماكن أو الحالات الخاصة بالأفراد بمثابة مشاهد حية وطبيعية تصور وضعيات معينة كما جاءت حتى تكون أكثر واقعية وإقناع، وهذا مقارنة بنقل تفاصيل شخصية أو أسرية وقد لا تكون صحيحة، وبالتالي فالصحيفة تقدم ما يظهر الحقائق وصدقها حتى إن كان ذلك على حساب خصوصيات الأفراد، وكان ذلك في إطار تحقيق الإنفراد والتميز في التغطية بنوع من الجاذبية والتشويق، وهذا حال الكثير من المواقع والصحف الإلكترونية. وهي بذلك تجاوزت المبدأ 3 من ميثاق الاتحاد الدولي لناشري الصحف الذي يقر بأنه "على الصحفي احترام خصوصية الفرد والتسلسل إلى الحزن والمعاناة

¹ Op.cit.

² حنان بن يحيى علل، مرجع سبق ذكره، ص13.

³ قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص22.

الشخصية، ما لم تكن اعتبارات المصلحة العامة لها الأسبقية¹، والمبدأ 4 الذي يدعو إلى احترام الحياة الخاصة للأشخاص، إضافة إلى المادة 93 من القانون العضوي للإعلام 2012 التي تنص على أنه "يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة"².

أما بالنسبة لمواقع التواصل الاجتماعي فقد تجاوزت الصحيفة خصوصيات الأفراد من خلال التسلل إلى الحزن والمعاناة الشخصية (7.53% من مجموع العينة) و(64.71% من مجموع التجاوزات) التي وردت غالبا في الفيديوهات، وبنسبة أقل من خلال اقتحام الأماكن الخاصة بالأفراد (3.42% من مجموع العينة) (29.41% من مجموع التجاوزات)، ونادرا ما تنشر تفاصيل حياتهم الخاصة (0.68% من مجموع العينة) و (5.88% من مجموع التجاوزات)، كما لم تنشر أي أسرار أو فضائح، وارتبط ذلك على عكس الصحيفة الإلكترونية بمصلحة الأفراد وتقديم الدعم اللازم لهم، أي من جانب إنساني محظ، وهذا ما جاء في مضمون المادة 8 من ميثاق شرف الاتحاد الدولي لناشري الصحف التي تقر أنه "عندما تتعارض حرية التعبير مع حقوق الإنسان الأخرى يقع على عاتق الناشرين والمحريين الرئيسيين مسؤولية تقرير الحق ذي الأسبقية"³ وهذا ما فعلته الصحيفة هنا.

- انتهكت صحيفة البلاد نت الخصوصية في أحداث الجريمة في حين لم تتضمن صفحتي فيسبوك وتويتر أي تجاوزات.

وجاءت هذه التجاوزات من خلال أسماء وأحيانا صور المتهمين أكثر شيء (1.18% من مجموع العينة) و(54.55% من مجموع التجاوزات) وأحيانا من خلال أسماء وصور الضحايا (0.59% من مجموع العينة) و (27.77% من مجموع التجاوزات)، وبشكل نادرا جدا كانت تقوم بنشر تفاصيل تؤدي إلى تحديد هوية المتهمين (0.19% من مجموع العينة) و (9.09% من مجموع التجاوزات) والضحايا بنفس النسبة أيضا، في حين لم تنشر نهائيا أسماء وصور الأهل أو الأصدقاء، وقد كانت هذه التجاوزات شكل من أشكال الإثارة لا تخدم أي مصلحة أفراد أو مجتمع، بل على العكس إلحاق ضرر بأطراف

¹ Fédération international des éditeurs de journaux : code of news paper practice, ethical journalism network, retrieved on 26.29.2018 at 11 :59h , from <http://accountablejournalism.org>

² قانون عضوي رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص30.

³ Ibid.

الجريمة، وبالتالي فصحيفة البلاد الإلكترونية قد أعطت أولوية لمصلحتها الخاصة على مصلحة الأفراد أو المجتمع.

أما فيما يخص عدم تجاوز صفحتي فيسبوك وتويتر لهذا المبدأ فهذا بحكم غياب أخبار الجريمة عن عينة المضامين فيها، إذ لا يعد هذا التزاما منها بالخصوصية وإنما نتيجة عدم توفر السياق الذي يمكن من خلاله قياس هذا المبدأ.

النتائج العامة المتعلقة بالأخلاقيات الخاصة بالمعايير المهنية:

- تتقارب التجاوزات الأخلاقية تجاه المعايير المهنية المتضمنة في الصحيفة الإلكترونية مع تجاوزات صفحتي فيسبوك وتويتر، فلا يوجد فرق كبير بين الوسيطين فيما يخص المعايير الثلاث خاصة منها الدقة والمصادقية، فهي تشترك في نفس الواقع الخاص بقلّة الدقة والمصادقية، وعلى هذا فصحيفة البلاد عبر الإعلام الجديد كغيرها من المؤسسات الإعلامية تأثرت بالمعايير الجديدة التي تحكم الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الجديدة، في مقدمتها السرعة في النشر والسطحية في المعالجة إضافة إلى غياب التدقيق في الخبر، وكان ذلك على حساب الدقة ومصادقية الخبر، وبذلك تجاوزت المادتين 8 من ميثاق الشرف الإعلامي العربي التي تنص على "الالتزام بالأمانة والموضوعية" و المادة 9 التي تنص على "الالتزام بالصدق وتحري الدقة فيما يبثه الإعلام العربي بكافة أشكاله من بيانات ومعلومات وأخبار، واستقائها من مصادرها الأساسية"¹.
- تجاوزت صحيفة البلاد الإلكترونية مبدأ الموضوعية من خلال تجاوز الحياد (31.16% من مجموع العينة) و(29.25% من مجموع التجاوزات) والتوازن (30.76% من مجموع العينة) و(28.88% من مجموع التجاوزات)، وكان ذلك بالميل إلى طرف على آخر وعدم منح مساحة متساوية لكل الأطراف، وأحيانا من خلال الإستحسان نحو طرف ما وما قام به أو العكس بالإستهجان والتقييم السلبي له، كما أنها لا تنشر الآراء المختلفة (18.14% من مجموع العينة) و(17.04% من مجموع التجاوزات) فأخبارها تعبر عن رأي واحد ولا تعكس أي تنوع في الآراء خاصة بالنسبة للقضايا التي يكون حولها أكثر من رأي، وقد تجاوزت بذلك المادة 2 من ميثاق الاتحاد الدولي لناشري الصحف التي "تطالب الصحفي بنشر الاختلافات في الرأي واحترامها"¹،

¹ نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، مرجع سبق ذكره، ص13.

¹ Op.cit.

ومعظم أخبارها لا تفصل فيها الآراء عن الحقائق (18.14% من مجموع العينة) و(17.04% من مجموع التجاوزات)، متجاوزة أيضا المبدأ 1 من نفس الميثاق التي تدعو إلى "التمييز بوضوح بين الأخبار والتعليقات"¹، والمبدأ 3 من ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر وهذا يشكل تضليل للجمهور.

في حين تقدم الأخبار دون تدخلات شخصية من الصحفيين إلا في عدد قليل منها (8.28% من مجموع العينة) و(7.77% من مجموع التجاوزات)، سواء كان ذلك عبر الآراء الشخصية أو تعليقاتهم، بل كانت تركز على الحقائق أكثر. وذلك يعبر عن عدم الإحاطة الكافية بالمعايير المهنية التي تميز عموما الصحفيين العاملين في الصحف الإلكترونية والعمل الصحفي الإلكتروني.

ونفس الأمر أيضا بالنسبة لصفحتي فيسبوك وتويتر حيث يغيب الحياد (23.97% من مجموع العينة) و(46.05% من مجموع التجاوزات)، التوازن (14.38% من مجموع العينة) و(27.63% من مجموع التجاوزات) بسبب قلة الإحاطة الكافية بالأحداث وعدم اكتمال سياقاتها، فهي لا تقدم الحقيقة كاملة مع تقديم الرأي الخاص بالصحفي أحيانا (10.95% من مجموع العينة) و(21.05% من مجموع التجاوزات) وتشارك مع الصحيفة الإلكترونية في ذلك، لكنها تتميز بنشر الآراء المختلفة (2.73% من مجموع العينة) و(5.26% من مجموع التجاوزات)، على عكس الصحيفة التي تركز على رأي واحد فقط، وتمثلت في آراء المواطنين، تقدمها منفصلة عن الحقائق ضمن قوالب خاصة، وبالتالي فالصفحتين أكثر قرب من المجتمع من خلال التعبير عن مختلف الآراء الموجودة حول بعض القضايا ويغيب فيها التلاعب بالجمهور، فهي تقدم الحقائق لوحدها منفصلة عن الآراء.

- تجاوزت صحيفة البلاد الإلكترونية مبدأ الدقة من خلال غياب إثبات المصادر (152.66% من مجموع العينة) و(33.81% من مجموع التجاوزات) وهذا بالنسبة للصور المصاحبة للخبر التي تعتبر أقل دقة وخالية من أي مصدر، تليها الإحاطة الكافية والشاملة بالموضوع في أغلب الأخبار (115.97% من مجموع العينة) و(25.64% من مجموع التجاوزات)، فلا تقدم الصحيفة التغطية الشاملة كما هو معتاد في وسائل الإعلام التقليدي، كما تغيب الأسماء عن الصور (68.04% من مجموع العينة) و(15.07% من مجموع التجاوزات) ذلك أن النصوص غالبا ما

¹ Ibid.

يتم فيه ذكر مختلف الأسماء، لكن من جهة أخرى هي تغطية لا تتوفر على المبالغة إلا نادرا (10.65% من مجموع العينة) و(2.36% من مجموع التجاوزات) وتحافظ على الأقوال والتصريحات التي قيلت كما هي (1.38% من مجموع العينة) و(0.31% من مجموع التجاوزات)، تتضمن التواريخ (27.21% من مجموع العينة) و(6.03 من مجموع التجاوزات)، الأرقام والإحصائيات (42.16% من مجموع العينة) و(9.44% من مجموع التجاوزات)، بالإضافة إلى غياب الأخطاء اللغوية والإملائية (33.13% من مجموع العينة) و(7.34% من مجموع التجاوزات)، وعليه فالتغطية الصحفية في صحيفة البلاد نت تجاوزت معيار الدقة لكن ليس بصفة كلية أو مطلقة ذلك بحكم عدم تجاوز بعض المؤشرات بشكل كبير ومؤشرات أخرى إلا نادرا لكن من جهة أخرى مست المؤشرات الكبرى (المضمون والمصدر) التي تميز عموما أي مضمون إلكتروني (غياب الشمولية واكتمال التفاصيل والمصادر).

وعلى مستوى فيسبوك وتويتر فهي تغطية لا تتوفر عموما على التواريخ(76.71% من مجموع العينة) و (30.51%) والأرقام والإحصائيات (65.06% من مجموع العينة) و (25.08%) حيث لا يشكل هذين المؤشرين جانبا هاما منها، كما أنها في نسبة معتبرة منها لا تتوفر هي الأخرى على الإحاطة الكافية والشاملة(50% من مجموع العينة) و(19.89% من مجموع التجاوزات) ونصف العينة تقريبا تغيب فيها المصادر(40.41% من مجموع العينة) و(16.07% من مجموع التجاوزات)، وهنا لا تختلف عن الصحيفة الإلكترونية فكلاهما لا توفران التغطية الكافية للأحداث سواء من خلال الصور أو النصوص أو الفيديوهات، وعليه فالتغطية الصحفية عبر صفحتي البلاد على فيسبوك وتويتر هي تغطية أقل دقة من حيث نقص التفاصيل، غياب التواريخ، الأرقام والإحصائيات والمصادر في حين تتوفر على الأسماء(3.42% من مجموع العينة) و(1.36% من مجموع التجاوزات) وبعيدة عن أي مبالغة، كما تقل فيها الأخطاء اللغوية والإملائية(15.75% من مجموع العينة) و(6.26% من مجموع التجاوزات) مقارنة بالصحيفة الإلكترونية ولا تستخدم الاقتباسات لميلها نحو الاختصار والمضامين البسيطة ، وعليه فهي لا تعطي الخبر كل التفاصيل والعناصر التي تجعل منه خبرا دقيقا كخبر وسائل الإعلام التقليدي.

- تجاوزت صحيفة البلاد الإلكترونية مبدأ المصادقية من خلال عدم الإسناد إلى مصادرها(10.65% من مجموع العينة) و(33.75% من مجموع التجاوزات) والتي بدورها ارتبطت أيضا بالصور المكتملة للنص أو التي تأتي كوسائط متعددة، فلا تلتزم الصحيفة بإسناد

الصور لمصادرها الأصلية إلا نادرا فقط، كما أنها صور لا تحمل أفكار واضحة (64.10% من مجموع العينة) و(19.55% من مجموع التجاوزات) وفي الغالب لا توضح الفكرة المراد إيصالها، إذ تعتبر صور جامدة ولا تؤدي أي وظيفة إخبارية، وبذلك فهي تتشابه كثيرا مع الصحيفة الورقية التي يقدم فيها النص كل التفاصيل والصور لا تؤدي أي دور.

وهي تغطية لا تستخدم الاقتباسات في الغالب (62.13% من مجموع العينة) و(18.95% من مجموع التجاوزات) ولا تكتمل فيها مكونات الخبر (56.60% من مجموع العينة) و(17.27% من مجموع التجاوزات)، إذ لا تقدم الإجابة عن "كيف" و"لماذا" بالشكل المطلوب الذي كانت عليه الأخبار في الصحافة المكتوبة، وبهذا نتيجة لخصائص الإعلام الجديد وطبيعة النشر فيه فقد تخلت نوعا ما على مختلف مؤشرات المصادقية خاصة ما تعلق بالمصدر واكتمال التغطية، وهذا ما يميز مختلف وسائط الإعلام الجديد بحيث تتداخل المصادر الصادقة مع الكاذبة والتغطية الشاملة مع التغطية الناقصة.

أما المصادقية عبر فيسبوك وتويتر فتم تجاوزها من خلال مؤشر اكتمال كافة مكونات الخبر (77.39% من مجموع العينة) و(33.73% من مجموع التجاوزات)، حيث لا تعتبر تغطية متكاملة ولا تقدم كل ما يحتاجه الجمهور لإشباع حاجاته المعرفية (غياب الاقتباسات 73.97% من مجموع العينة و32.24% من مجموع التجاوزات)، وتميل إلى الإيجاز في نقل التفاصيل الذي بدوره أثر على أمانة المضمون في نقل ما حدث وقيل (49.31% من مجموع العينة) و(21.49% من مجموع التجاوزات) حيث تكون في شكلها الجزئي، أما أفكارها واضحة وتستند إلى مصادرها.

وعليه فصحيفة البلاد في وسائط الإعلام الجديد فقدت عناصر من المصادقية في سبيل تحقيق سبق الصحفي، وفي نفس الوقت تماشيا مع طبيعة البيئة الإعلامية الإلكترونية وطبيعة المستخدمين.

النتائج العامة المتعلقة بالأخلاقيات الخاصة بالإعلان:

- اقتصر التجاوزات الأخلاقية تجاه الإعلان مع قلتها على الصحيفة الإلكترونية فقط، وقد ارتبطت بمبدأ واحد هو التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية، في حين تغيب تماما عن صفحتي فيسبوك وتويتر، وهذا بحكم غياب الإعلان عموما فيها، إذ لم تحتوي عينة الأخبار على أي إعلان مصاحب لأي مضمون، حتى بالنسبة للفيديوهات التي تعد أكثر المضامين المتضمنة

للإعلانات، كما هو الحال بالنسبة لبعض الصفحات، إلا أن الصحيفة لم تصل إلى المستوى المهني والتقني المطلوب الذي يجعلها تكون وسيط إعلاني كباقي وسائل الإعلام. وبالنسبة للصحيفة الإلكترونية فهي لازالت تعمل بنفس منطق الصحيفة الورقية في مجال الإعلان، فالمساحات الإعلانية واضحة في الموقع، وليس هناك تداخل بين المضمون التحريري والإعلاني إلا نادرا فقط.

- تجاوزت صحيفة البلاد الإلكترونية مبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية من خلال نشر مضامين صحفية تتضمن مادة إعلانية رغم أن هذا كان بشكل قليل جدا (0.78% من مجموع العينة) و(100% من مجموع التجاوزات)، وتجاوزت بذلك المبدأ 10 من ميثاق الاتحاد الدولي لناشري الصحف التي تنص على أنه "يجب تحديد الإعلانات بوضوح لتمييزها عن موضوع التحرير"¹، إضافة إلى المبدأ 8 من ميثاق اتحاد الصحفيين العرب الذي ينص على أنه "يجب التمييز بوضوح بين المعلومات والآراء والإعلانات حتى لا تنتشر أي دعاية أو آراء أو أفكار سياسية كمواضيع تم تحريرها، يجب تحديد هذه المواد بوضوح كإعلانات في الصحف"²، والمادة 20 من ميثاق الشرف الإعلامي العربي بالإضافة إلى المادة 10 من ميثاق أخلاقيات المهنة في الجزائر حيث تنص على "عدم الخلط بين مهنة الصحفي أو الأشهاري أو الدعائي، وعدم قبول أي تعليمة من المعلنين سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة"³.

وغياب تماما نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية، ومع ذلك فهي بحاجة إلى تدريب أكثر للصحفيين العاملين فيها، ذلك أن احتواء المواد الصحفية على المواد الإعلانية قد لا يكون بشكل عمدي بل لعدم الإحاطة الكافية بمختلف جوانب العمل الإعلامي، خاصة وأن الصحيفة الإلكترونية قد لا تضم فقط خريجي الإعلام، إضافة إلى انتشار مفهوم الصحفي الشامل الذي يقوم بعدة وظائف في نفس الوقت، ضف إلى ذلك أنها لازالت تحافظ على طابع الإعلان التقليدي الذي يميز الصحافة المكتوبة ولم تعتمد على الإعلان الرقمي الحقيقي.

¹ Ibid.

² Op.cit.

³ حنان بن يحيى علل، مرجع سبق ذكره، ص13.

- التزمت صحيفة البلاد بمبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك الآداب العامة سواء من طرف صحيفتها الإلكترونية أو صفحاتها على فيسبوك وتويتر وهذا في كل المؤشرات، حيث لم تنتشر أي إعلان يחדش الحياء أو يسيء إلى المعتقدات الدينية أو يروج للجريمة والعنف، فهي إعلانات تحافظ على قيم وأخلاق المجتمع الجزائري وتحترمها.

وبهذا فصحيفة البلاد الإلكترونية لم تسيء إلى الآداب العامة رغم الحرية الممنوحة لها عبر الإنترنت، إذ تجنبت الخوض فيها سواء عبر المادة الإعلامية أو الإعلانية، وبالتالي فهي قد سارت على نفس الاتجاه الذي سارت عليه الصحيفة الورقية أو القناة التلفزيونية في عدم نشر ما يחדش القيم الأخلاقية والدينية للمجتمع، وهذا سبق أن أكدته الدراسة في مبدأ من المبادئ تجاه المجتمع وهو الامتناع عن انتهاك الآداب العامة.

وكتلخيص لكل النتائج المتوصل إليها في الدراسة توصلنا إلى مايلي:

- كانت صحيفة البلاد الإلكترونية هي الأكثر تجاوزا لأخلاقيات الممارسة الإعلامية وهذا من خلال ما وضحته كل فئة و مبادئها ومؤشراتها، في حين أن صفحتي فيسبوك وتويتر أقل تجاوزا مقارنة بها، حتى أن بعض المبادئ الأخلاقية لم تتجاوزها إطلاقا، وكان هذا أحيانا بسبب عدم تناول المواضيع التي تأتي ضمنها هذه المبادئ (مثل نبذ الإرهاب، الامتناع عن التحريض على الجريمة وغيرها) حيث لم تنطرق مضامينها لقضايا الجريمة والإرهاب، وأحيانا يكون ذلك التزاما بها واحتراما لها مثل مبدأ احترام كرامة الدول، الامتناع عن التحريض على الكراهية وتعزيز قيم المشاركة السياسية وغيرها.

وبالنسبة للصحيفة الإلكترونية فهذا مرتبط ارتباطا وثيقا بغياب قانون خاص بالصحافة الإلكترونية في الجزائر أو حتى ميثاق شرف ذاتي خاص بالصحيفة نفسها، فلازالت الممارسة الإعلامية الإلكترونية غير واضحة.

فمع أنها تقوم بعملية نشر الأخبار وتغطية مختلف الأحداث لكنها لا تتوفر على كل ما يتعلق بالعمل الإعلامي انطلاقا من تحديد المهام وتقسيمها، توفرها على الأقسام والطواقم الفنية والصحفية اللازمة التي تجعلها مؤسسة إعلامية ذات مهنية واحترافية وليس مجرد عملية نشر أخبار.

ومن جهة أخرى فإنه أيضا صفحتي هذه المؤسسة الإعلامية لا تعد مؤسسات إعلامية حقيقية، بحيث لا تتعدى كونها مواقع لإعادة نشر مضامين وسيلة إعلامية تقليدية، حتى يتم التعرض لها مجددا في حال لم يتم التعرض لها مباشرة وفي أوانها، وقد كانت في أغلبها مضامين القناة التلفزيونية التي لها قانون واضح وصحفيين موزعين في مختلف الأقسام والمهام، وبهذا كانت أقل تجاوزا من الصحيفة الإلكترونية.

- جاءت التجاوزات الأخلاقية تجاه المهنة أكثر التجاوزات في صحيفة البلاد الإلكترونية وهذا كما وضحه مجموع التجاوزات داخل كل فئة، حيث بلغت (4491 تجاوز) خصوصا منها الدقة (2289 تجاوز) والمصادقية (1662 تجاوز)، تليها التجاوزات تجاه المجتمع (113 تجاوز) والأفراد (88 تجاوز)، وبنسبة أقل جدا تجاه المبادئ الإنسانية (28 تجاوز) وتجاه الإعلان (4 تجاوزات)، في حين تجاه الدولة نادرا وتعلق ذلك بتعزيز قيم المشاركة السياسية وحسب. وهذا يشير إلى أن هناك ضرورة كبيرة للتدريب في صحيفة البلاد نت في مجال التحرير ومعايير المهنة، فالتحرير الإلكتروني يختلف عن التحرير في الصحافة المكتوبة، فعدم الإلمام بالقواعد التحريرية يؤثر على دقة وموضوعية ومصادقية المضمون خاصة وأن معظم العاملين في المواقع والصحف الإلكترونية ليسوا من أصحاب التخصص في الصحافة الإلكترونية، فمعظمهم قد أتوا من الصحافة المكتوبة.

ويشير من جهة أخرى إلى احترام المجتمع والأفراد وبالأخص الدولة ومؤسساتها وأمنها ووحدتها ذلك أنها لم تتجاوزها إلا في بعض مضامينها، فرغم الحرية الواسعة في البيئة الإعلامية الإلكترونية إلا أنها لازالت تلتزم إلى حد كبير بمسؤوليتها تجاه المجتمع والأفراد والدولة، سواء من خلال أداء مجموعة أدوار ووظائف أو من خلال احترام حقوق وحرية الأفراد وقيم المجتمع.

والأمر نفسه تقريبا بالنسبة لموقعي فيسبوك وتويتر، حيث مثلت التجاوزات الأخلاقية تجاه المهنة أكثر التجاوزات (777 تجاوز)، وتجاوزت بدرجة قليلة جدا الأخلاقيات تجاه المجتمع (54 تجاوز) والأفراد (28 تجاوز)، في حين التزمت بالأخلاقيات تجاه المبادئ الإنسانية والدولة، بحيث لم تسجل أي تجاوز أخلاقي. وهذا ما يؤكد مجددا ضرورة مراجعة صحيفة البلاد لطرق وكيفيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، ذلك بحسب نوع المضمون المنشور عبرها، وفي نفس الوقت مراجعة كيفيات توظيف

مضامين المستخدمين بما يعرف بصحافة المواطن التي لها تأثير أيضا على دقة ومصداقية الصفحات ومدى أخلاقيتها، ذلك أنها تشكل نسبة مهمة من مضامينها.

وهذا كله نابع من الأهمية التي تتوفر عليها مواقع التواصل الاجتماعي في عملية تكوين الرأي العام، وبالتالي فهي بحاجة إلى استخدام أمثل لها، والذي بدوره ينعكس بالإيجاب على المعايير المهنية.

- خلصت الدراسة بالنسبة لشكل المضامين الأكثر تجاوزا لأخلاقيات المهنة من حيث كونها مضامين نصية فقط أو مصورة فقط أو وسائط متعددة، فقد جاء النص في الصحيفة الإلكترونية أكثرها تضمينا للتجاوزات في مختلف المبادئ حيث جاء في 3 فئات كاملة وهي: الأخلاقيات تجاه المجتمع، تجاه الأفراد والمبادئ الإنسانية التي تضمنت في النص ثم الصور المصاحبة له وبنسبة قليلة جدا الوسائط المتعددة ماعدا فئتي التجاوزات تجاه المهنة التي تضمنت أكثر في الصور ثم الوسائط المتعددة وأخيرا النص، نفس النتيجة بالنسبة للأخلاقيات تجاه الإعلان.

وهذا يوضح طغيان النص على مضامين الصحافة الإلكترونية الجزائرية التي لم تستعد كثيرا من الخدمات التي تقدمها الإنترنت للعمل الصحفي خاصة منها النصوص الفائقة والوسائط المتعددة، كما أن صحيفة البلاد نت عليها أن تولي أهمية للصور الصحفية وتخرج عن الاستخدام التقليدي الذي يميز غالبا الصحافة المكتوبة فالإعلام الجديد هو إعلام الصورة بامتياز إضافة إلى الفيديو.

أما في صفحتي فيسبوك وتويتر فقد كانت معظم التجاوزات على مستوى الفيديوهات ثم الصور ويشكل أقل النص، وعليه فصحيفة البلاد على مواقع التواصل الاجتماعي تستخدم الفيديو كمضمون إخباري بشكل كبير وتلجأ إلى النص في بعض مضامينها، وهذا تماشيا مع طبيعة المستخدم في البيئة الرقمية الذي بينت الدراسات أنه لا يحبذ قراءة النصوص الطويلة، وأن عملية التلقي هي أشبه بعملية المسح.

وعليه فصحيفة البلاد قد تكيفت من جهة مع طبيعة وسائط الإعلام الجديد لكن في مواقع التواصل الاجتماعي فقط، في حين لازالت تعمل بنفس الطابع تقريبا في الصحافة المكتوبة وذلك قد يكون له تأثيرا على دقة وجودة المضمون ومصداقيته.

2. النتائج في ضوء تساؤلات الدراسة

- التساؤل الرئيسي: ما مدى التزام صحيفة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد؟

من خلال النتائج المتوصل إليها في الدراسة نجد أن صحيفة البلاد على وسائط الإعلام الجديد (الصحيفة الإلكترونية+ صفحتي فيسبوك وتويتر) قد التزمت بالأخلاقيات المهنية في أغلب المضامين الإخبارية ماعدا في المبادئ التالية: نبذ الإرهاب في فئة الأخلاقيات تجاه المبادئ الإنسانية، مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة ومبدأ مكافحة الفساد في فئة الأخلاقيات تجاه المجتمع وهذا في المواد الإخبارية المتعلقة بهذه القضايا، المعايير المهنية خاصة منها الدقة والمصادقية، حيث مثلت هذه الأخيرة المبادئ الأكثر تجاوزا سواء من طرف الصحيفة الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي (فيسبوك وتويتر). فمع أن هناك تجاوزات تجاه المجتمع، الأفراد والمبادئ الإنسانية إلا أنها لم تكن إلى درجة كبيرة، إذ شكلت المؤشرات التي تم الالتزام بها في كل فئة أكثر من التي انتهكتها، في حين هناك بعض المبادئ في بعض الفئات التي لم يتم تجاوزها إلا نادرا (الأخلاقيات تجاه الدولة والإعلان).

ومن المؤشرات التي تثبت ذلك:

- التجاوزات الأخلاقية تجاه المبادئ الإنسانية التي جاءت في الصحيفة الإلكترونية كالتالي:

- ✓ مبدأ احترام كرامة الدول: 10 تجاوزات
- ✓ مبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله: 4 تجاوزات
- ✓ مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية: 6 تجاوزات
- ✓ مبدأ نبذ الإرهاب: 8 تجاوزات

في حين لم يتم تجاوزها في صفحتي فيسبوك وتويتر.

- التجاوزات الأخلاقية تجاه المجتمع التي جاءت في الصحيفة الإلكترونية كالتالي:

- ✓ مبدأ الامتناع عن التحريض على العنف: 5 تجاوزات
- ✓ مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة: 50
- ✓ مبدأ مكافحة الفساد: 49 تجاوزات
- ✓ مبدأ دعم العدالة في المحاكم: 9 تجاوزات

بينما لم يتم تجاوز المبادئ التالية: مبدأ تعزيز حرية الرأي والتعبير، مبدأ الامتناع عن انتهاك الآداب العامة، مبدأ تعزيز الهوية الوطنية.

أما صفحتي فيسبوك وتويتر فكانت كالآتي:

✓ مبدأ مكافحة الفساد: 54 تجاوز

بينما لم يتم تجاوز باقي المبادئ.

- التجاوزات الأخلاقية تجاه الدولة التي جاءت في الصحيفة الإلكترونية كالآتي:

✓ مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية: تجاوزين فقط

في حين لم يتم تجاوزها عبر فيسبوك وتويتر.

- التجاوزات الأخلاقية تجاه الأفراد التي جاءت في الصحيفة الإلكترونية كالآتي:

✓ مبدأ احترام الكرامة الإنسانية: 34 تجاوز

✓ مبدأ احترام الخصوصية في الأحداث العادية: 43 تجاوز

✓ مبدأ احترام الخصوصية في أحداث الجريمة: 11 تجاوز

أما عبر فيسبوك وتويتر فجاءت كالآتي:

✓ مبدأ احترام الكرامة الإنسانية: 11 تجاوز

✓ مبدأ احترام الخصوصية في الأحداث العادية: 17 تجاوز

بينما لم يتم تجاوز مبدأ احترام الخصوصية في أحداث الجريمة

- التجاوزات الخاصة بالمعايير المهنية التي جاءت في الصحيفة الإلكترونية كالآتي:

✓ مبدأ الموضوعية: 540 تجاوز

✓ مبدأ الدقة: 2289 تجاوز

✓ مبدأ المصداقية: 1662 تجاوز

أما فيسبوك وتويتر فجاءت كالآتي:

✓ مبدأ الموضوعية: 76 تجاوز

✓ مبدأ الدقة: 366 تجاوز

✓ مبدأ المصداقية: 335 تجاوز

- التجاوزات الأخلاقية تجاه الإعلان والتي جاءت في الصحيفة الإلكترونية كالآتي:

✓ مبدأ التمييز بين المادة التحريية والإعلانية: 4 تجاوزات

في حين لم تتجاوز مبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تتطوي على انتهاك الآداب العامة.
أما فيسبوك وتويتر فلم يتم تسجيل أي تجاوز فيهما.

- التساؤلات الفرعية:

- التساؤل الفرعي الأول: ما مدى التزام صحيفة البلاد الإلكترونية بأخلاقيات المهنة الإعلامية؟

وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟

هناك التزام معتبر بأخلاقيات المهنة في صحيفة البلاد الإلكترونية، فعلى الرغم من وجود بعض التجاوزات لكنها لم تكن متضمنة في جزء كبير من الأخبار، بحيث انحصرت أكثر التجاوزات في ستة مبادئ: مبدأ نبذ الإرهاب، مبدأ الامتناع عن التحريض على الجريمة، مبدأ مكافحة الفساد، مبدأ الموضوعية، مبدأ الدقة، مبدأ المصادقية، حيث شكلت النسبة الأكبر من مجموع التجاوزات، بينما كانت ملتزمة بأغلب المبادئ التي في مجملها دعوة إلى الامتناع عن إلحاق الضرر سواء بالأفراد أو المجتمع ككل وحتى بعض المبادئ التي تحكم العالم ككل، هذا والتزمت بأخلاقياتها تجاه الدولة بشكل مطلق تقريبا، كما التزمت بشكل كبير بالمبادئ التي تنظم علاقتها بالإعلان باعتباره من أهم المضامين في الصحافة الإلكترونية.

وما يؤكد ذلك التجاوزات الأخلاقية التي جاءت بالترتيب والشكل الآتي:

(1) التجاوزات الأخلاقية تجاه المهنة: بلغت 4497 تجاوز، في مبادئ ثلاث: الدقة 2289 تجاوز، المصادقية 1662 وأخيرا الموضوعية 540 تجاوز.

(2) التجاوزات الأخلاقية تجاه المجتمع: بلغت 113 تجاوز، وبشكل أكثر في مبدئين هما: الامتناع عن التحريض على الجريمة 50 تجاوز، مبدأ مكافحة الفساد 49 تجاوز، وبشكل أقل في مبدئي: دعم العدالة في المحاكم 9 تجاوزات، مبدأ الامتناع عن التحريض عن العنف 5 تجاوزات.

(3) التجاوزات الأخلاقية تجاه الأفراد: بلغت 88 تجاوز، في مبادئ ثلاث: مبدأ احترام الخصوصية في الأحداث العادية 43 تجاوز، مبدأ احترام الكرامة الإنسانية 34 تجاوز، وأخيرا مبدأ احترام الخصوصية في أحداث الجريمة 11 تجاوز.

4) التجاوزات الأخلاقية تجاه المبادئ الإنسانية: بلغت 28 تجاوز، في أربعة مبادئ: مبدأ احترام كرامة الدول نسبة 10 تجاوزات، مبدأ نبذ الإرهاب 8 تجاوزات، مبدأ الامتناع عن التحريض على الكراهية 6 تجاوزات، وأخيرا مبدأ الامتناع عن التمييز العنصري بكافة أشكاله 4 تجاوزات.

5) التجاوزات الأخلاقية تجاه الإعلان: بلغت 4 تجاوزات، في مبدأ واحد فقط وهو مبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية.

6) التجاوزات الأخلاقية تجاه الدولة: بلغت تجاوزين فقط، في مبدأ واحد فقط وهو مبدأ تعزيز قيم المشاركة السياسية.

- **التساؤل الفرعي الثاني:** ما مدى التزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في الفيسبوك؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟

هناك التزام معتبر من طرف صفحة البلاد على الفيسبوك بأخلاقيات المهنة الإعلامية، فقط ما تعلق بالمعايير المهنية التي تم تجاوزها غالبا خاصة منها الدقة والمصداقية، ومبدأ مكافحة الفساد، في حين تقل التجاوزات تجاه المجتمع وتجاه الأفراد، أما بقية المبادئ (الأخلاقيات تجاه المبادئ الإنسانية، تجاه الدولة، تجاه الإعلان) فلم يتم تجاوز أي منها.

ومن مؤشرات هذه النتيجة التجاوزات التي كانت حسب الترتيب الشكل الآتي:

1) التجاوزات الأخلاقية تجاه المهنة: بلغت 777 تجاوز، في المبادئ الثلاث: الدقة 366 تجاوز، المصداقية 335 تجاوز، وأخيرا الموضوعية 76 تجاوز.

2) التجاوزات الأخلاقية تجاه المجتمع: بلغت 54 تجاوز، في مبدأ واحد فقط وهو مكافحة الفساد.

3) التجاوزات الأخلاقية تجاه الأفراد: بلغت 28 تجاوز، في مبدئين: احترام الخصوصية في الأحداث العادية 17 تجاوز، مبدأ احترام الكرامة الإنسانية 11 تجاوز.

- **التساؤل الفرعي الثالث:** ما مدى التزام صفحة البلاد بأخلاقيات المهنة الإعلامية في التويتر؟ وما هي التجاوزات الأخلاقية التي وقعت فيها؟

التزمت صفحة البلاد على موقع تويتر بنسبة معتبرة بأخلاقيات المهنة الإعلامية، باستثناء أيضا المعايير المهنية التي تجاوزتها بنفس النسب التي تمثل التجاوزات الأخلاقية عبر موقع فيسبوك، ومبدأ مكافحة الفساد أيضا، وهذا بحكم تطابق عينيتهما.

وبذلك فإن صفحتي البلاد على فيسبوك وتويتر تعد أكثر التزاما من الصحيفة الإلكترونية، ذلك أن هناك بعض الفئات التي لم يتم تجاوز مبادئها نهائيا وفئات أخرى تجاوزت مبدأ واحد فقط أو مبادئين.

3. النتائج في ضوء الدراسات السابقة

يختلف ما توصلت إليه الدراسة الحالية من نتائج عن دراسة "رضوان جدي" بعنوان "الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديد: دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر"، ذلك أن أغلب التجاوزات في صحيفة البلاد عبر وسائط الإعلام الجديد ارتبطت بالموضوعية والدقة والمصداقية كمبادئ مهنية أكثر شيء، في حين لم يتضمن القذف إلا نادرا ذلك أن انتهاك الكرامة الإنسانية غالبا ما كان عبر الذم والتحقير، كما لم يمثل انتهاك الحياة الخاصة نسبة كبيرة من التجاوزات خاصة ما تضمن نشرًا لتفاصيل الحياة الخاصة وأسرارها، ولا توجد أي إساءة للآداب العامة وهذا على عكس ما توصلت إليه تلك الدراسة حول أن انتهاك الحياة الخاصة والقذف والإساءة إلى الآداب العامة أكثر التجاوزات الأخلاقية في صحيفة الشروق أونلاين وكل شيء عن الجزائر.

كما كانت المواد الإعلانية محدودة مقارنة بالمواد التحريرية ولم تغطي على المضمون التحريري كما تضمنت ذلك نفس الدراسة السابقة، وهذا لوجود فصل بين المادة التحريرية والإعلانية، في حين تتفق معها في أن الصحيفة لا تعتمد على المصادر المجهولة إلا نادرا فقط.

بينما دراسة شريهان محمد توفيق بعنوان "المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد: دراسة تطبيقية على مواقع الصحف الإلكترونية" التي توصلت إلى أن هناك عدة خروقات على مستوى صحف الدراسة، فتختلف عنها الدراسة الحالية في أن صحيفة البلاد على وسائط الإعلام الجديد لا تتضمن الكثير من الخروقات والمخالفات إلا بالنسبة للمبادئ المهنية.

كما تختلف أيضا مع دراسة ماجد بن فيحان العتيبي بعنوان "المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية"، ذلك أن هذه الدراسة قد أثبتت أن صحيفة البلاد عبر وسائط الإعلام الجديد قد طبقت إلى حد ما المسؤولية الأخلاقية في النشر، حيث تغيب فيها نشر الفضائح، على عكس ما وصلت إليه هذه الدراسة السابقة أن الصحف الإلكترونية في السعودية تنشر الفضائح بحثًا عن الشهرة.

وعن دراسة سارة شريف محمد المشمشي بعنوان "مدى التزام المواقع الإلكترونية بالضوابط القانونية والأخلاقية للحق في الخصوصية: بالتطبيق على عينة من المواقع في مصر والمملكة المتحدة"، فإن تجاوز صحيفة البلاد عبر وسائط الإعلام الجديد لمبدأ الخصوصية كان ضمن أخبار الأشخاص العادية في الأحداث اليومية وبنسبة قليلة جدا في أخبار الفن والمشاهير والحياة الخاصة للشخصيات العامة وتغيب أخبار الأحداث، على عكس الدراسة السابقة التي توصلت إلى أن أخبار الفنانين والأحداث أكثر ما انتهكت الخصوصية.

وخلصت الدراسة الحالية إلى غياب الفضائح عامة، وبنسبة قليلة جدا تم التطرق إلى أسرار الحياة الخاصة في حين لم يتم إطلاقا انتهاك الخصوصية من خلال أخبار المحاكمات، هذا على عكس ما توصلت إليه الدراسة السابقة التي تصدرت فيها موضوعات الفضائح الخاصة بالشخصيات العامة والمشاهير أسرار حياتهم الخاصة.

في حين تتفق الدراسة الحالية مع السابقة في كون النص كان أكثر المواد احتواء على التجاوزات ثم الصور ثم الفيديوهات.

أما دراسة شيرين محمد كدواني وشريهان محمد توفيق بعنوان "الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية"، فقد اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع نتائجها في أن صحيفة البلاد على وسائط الإعلام الجديد لم تتجاوز كثيرا أخلاقيات المهنة، وقامت بوظائف في إطار المسؤولية الاجتماعية في الصحيفة الإلكترونية أكثر منها في مواقع التواصل الاجتماعي، ولم تخرج التجاوزات عن الدقة والمصادقية والموضوعية، وهذا ما توصلت إليه دراسة الباحثين، حيث أن الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية لم تخرج عن حدود الدقة والموضوعية والشمولية، ونجحت هي الأخرى في أداء وظائفها فيما يخص كشف الفساد.

كما اختلفت مع دراسة Michèle Kathleen Jones بعنوان "دقيق اعتبارا من الوقت الحالي: أخلاقيات الصحف اليومية في عصر التغير الاقتصادي والتكنولوجي"، في أن صحيفة البلاد عبر وسائط الإعلام الجديد قد التزمت ببعض المعايير الأخلاقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية وليس كلها على عكس ما توصلت إليه الدراسة السابقة التي أثبتت أن الصحفيون يلتزمون بالمعايير الأخلاقية التي

تتماشى مع تقاليد المسؤولية الاجتماعية، في حين اتفقت مع الدراسة أن الطابع الفوري أدى إلى وجود أخطاء متعلقة بالدقة والمصداقية، حيث أثرت السرعة على دقة الأخبار وهذا ما تلتقي فيه كلتا الدراستين.

ودراسة Mark Deuze و Daphna Yeshua بعنوان "الصحفيون عبر الإنترنت في مواجهة معضلات أخلاقية جديدة: دروس من هولندا"، فتختلف عنها الدراسة الحالية في أن الإعلان مفصول غالباً عن المحتوى التحريري بحيث لم يؤثر الإعلان على المحتوى، إضافة إلى أن الروابط التشعبية لا تعد مشكلة أخلاقية في صحيفة البلاد عبر وسائط الإعلام الجديد كما أبرزت تلك الدراسة، ذلك لعدم استخدام الروابط التشعبية.

وتتفق معها في أن الدقة والمصداقية هي أهم المشكلات الأخلاقية بشأن وسائل الإعلام الجديدة، لتجاوزها لهذه المبادئ أكثر.

كما تتفق أيضاً مع دراسة Juhi P. Pathak بعنوان العصر الرقمي 2.0 وتحدياته على أخلاقيات الإعلام، في أن الحق في الخصوصية يشكل أحد المشاكل الأخلاقية في العصر الرقمي، لوجود تجاوزات لهذا المبدأ في صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على فيسبوك وتويتر، بينما تختلف عما وصلت إليه هذه الدراسة حول المشاكل الأخلاقية الأخرى المتعلقة بالانتحال والتلاعب الرقمي بالصور والفيديو.

خاتمة

في خاتمة هذه الدراسة وانطلاقا مما سبق نستنتج أن الأخلاقيات ضرورة حتمية بالنسبة للممارسة الإعلامية عبر مختلف وسائط الإعلام الجديد، ذلك بحكم اتساع مجال الحرية عبر الفضاءات الإلكترونية والافتراضية التي قد تؤثر على المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمختلف المؤسسات الإعلامية.

وقد كانت هذه الدراسة من أبرز الدراسات التي تؤكد التغيير الذي قد يمس العمل الإعلامي من خلال إحدى مؤسسات الإعلام في الجزائر، من خلال الوقوف على التجاوزات الأخلاقية الموجودة في صحيفة البلاد عبر وسائط الإعلام الجديد سواء صحيفتها الإلكترونية أو صفحاتها على فيسبوك وتويتر، والتي خلصت إلى أن صحيفة البلاد عبر الفضاء الإلكتروني بحاجة إلى التمسك أكثر بالأخلاقيات المهنية، وأن تؤدي الوظائف اللازمة في إطار المسؤولية الاجتماعية، فعلى الرغم من محدودية التجاوزات الأخلاقية فيها ماعدا التجاوزات الخاصة بالمعايير المهنية إلا أنها بحاجة إلى أن تصل إلى الالتزام الأخلاقي والمهني الكامل، وهذا يكون من خلال تعزيز الفكر الأخلاقي لدى الصحفيين واعتماد ميثاق شرف خاص بالمؤسسة الإعلامية نفسها، ينظم عملها عبر مختلف الوسائط الجديدة كما هو الحال بالنسبة لبعض المؤسسات الإعلامية الكبرى التي تبنت ميثاقا ذاتيا ومؤسسيا قبل كل شيء، فالممارسة الإعلامية الإلكترونية في الجزائر بحاجة إلى نقلة نوعية تشمل الإطار القانوني والكار المهنى واستراتيجية خاصة بالنشر تكون مبنية على أسس مدروسة وليس مجرد ممارسات عشوائية، فالأخلاقيات هي التي تعزز مهنتها وفي نفس الوقت تقوي علاقتها بالمجتمع.

واستكمالا لما قيل نقدم التوصيات والمقترحات الآتية:

- التنظيم الواضح لأخلاقيات الممارسة الإعلامية في الصحافة الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال ميثاق شرف وطني أو ذاتي خاص بكل مؤسسة إعلامية، يكون أكثر تفصيلا وتفسيرا أو من خلال قانون إعلام يشرح أكثر ما يجب على المؤسسات الإعلامية في البيئة الإلكترونية.

- وضع مؤسسة البلاد الإعلامية لاستراتيجية واضحة لكيفية نشر الأخبار عبر الصحيفة الإلكترونية والتي تركز على الاستفادة أكثر من خصائص النشر الإلكتروني، وتحرر من نمط الإعلام المكتوب مثل استخدام النصوص الفائقة-الأشكال والرسومات-الصور الإخبارية الآنية، وعبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال اعتمادها كوسائل إعلام مستقلة تنتج مضمونها الخاص.

- التدريب للصحفيين العاملين في صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحاتها على مواقع التواصل الاجتماعي سواء في الكتابة للمواقع الإلكترونية أو أخلاقيات التغطية الإخبارية لمختلف الأحداث على وجه الخصوص أحداث الجريمة، الإرهاب، الانتخابات وأخبار الأشخاص.
- الاستخدام الأمثل لصحافة المواطن باعتبارها من أهم مصادر المعلومات في الإعلام الجديد، مع التكييف المهني والأخلاقي لمضامينها.
- تعزيز صحيفة البلاد عبر وسائل الإعلام الجديد لدورها ومسؤوليتها الاجتماعية أكثر فأكثر من خلال القيام بالوظائف المختلفة، خاصة بالنسبة لبعض الظواهر في المجتمع أهمها: العنف- الجريمة- الإرهاب- الفساد، بحيث تكون لها تغطية علاجية للظاهرة أكثر منها تقريرية لا تتعدى نقل التفاصيل.
- إعطاء أهمية أكثر للدقة والشمولية والإحاطة الكافية بالأحداث، بحيث لا تكون الأولوية للفورية في النشر على حساب المضمون.
- التعبير عن أكبر عدد من الآراء في المجتمع، حتى تعكس التنوع الموجود في وجهات النظر الخاصة بالأفراد، فذلك شكل من أشكال تعزيز الديمقراطية في المجتمع.
- الاهتمام بالإعلان في الصحافة الإلكترونية وفي مواقع التواصل الاجتماعي، فكل المؤسسات الإعلامية في الجزائر بحاجة لدخول هذا المجال لضمان الاستمرارية في الفضاء الرقمي.
- وجود ضمن القوانين أو موائيق الشرف ما ينظم حقوق وحرريات الأفراد في التغطية الإعلامية عبر مختلف الوسائط الجديدة.
- توفير العدد الكاف من الصحفيين لأداء المهام المختلفة وعدم الاقتصار على مفهوم الصحفي الشامل الذي يؤدي عدة مهام في نفس الوقت، ما يؤثر على جودة ومصداقية الخبر عبر الصحف الإلكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي.

قائمة المراجع

1. المراجع العربية

❖ المعاجم والقواميس

1. أمل عبد العزيز محمود، الأداء: القاموس العربي الشامل عربي-عربي، الطبعة الأولى، دار الراتب الجامعية، بيروت، 1997.
2. خليل أحمد خليل، مفاتيح العلوم الإنسانية (معجم عربي-فرنسي-إنجليزي)، دار الطبيعة للطباعة والنشر، بيروت، د.س.ن.
3. طه أحمد الزيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي: عربي-إنجليزي، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2010.
4. مجد الدين محمد بن يعقوب الفيروزبادي، القاموس المحيط، الطبعة الأولى، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004.
5. محفوظ حافظ وآخرون، معجم المصطلحات الإعلامية، مجمع اللغة العربية، القاهرة، 2008.

❖ الكتب

6. إبراهيم جابر السيد، الطرق الحديثة في الإعلام التجاري، د.ط، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
7. أبو النور حمدي وأبو النور حسن، يورجين هابرماس: الأخلاق والتواصل، د.ط، دار التنوير للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2012.
8. اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الجديدة: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، د.ط، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2016.
9. إسراء جاسم فتحي الموسوي، الخصائص المهنية للقائم بالاتصال في الصحافة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
10. إسماعيل حمدي محمد، الضوابط الشرعية للإعلام، الطبعة الأولى، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
11. إلزا غودار، أنا اوسيلفي إذن أنا موجود: تحولات الأنا في العصر الافتراضي، ترجمة سعيد بنكراد، الطبعة الأولى، المركز الثقافي للكتاب للنشر والتوزيع، الدار البيضاء، 2019.

12. أنمار وحيد قيسي، التغطية الإخبارية في الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
13. إيمان بالله ياسر، الصحافة الإفريقية والتنمية، د.ط، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
14. باري جونتر وآخرون، الإعلام العربي في عالم مضطرب، د.ط، دار الشرق للطباعة والنشر، الدوحة، 2013.
15. باسم الطويسي وآخرون، بيئة الصحافة الإلكترونية العربية: سياقات التطور وتحدياته، الطبعة الأولى، مركز الجزيرة للدراسات، الدوحة، 2020.
16. بول ليفستون، أحدث وسائل الإعلام الجديدة، ترجمة هبة ربيع، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
17. بيرق حسين جمعة الربيعي، دراسات وبحوث في الإعلام والصحافة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
18. تحسين محمد شرادقة، المعايير والتشريعات الأخلاقية للإعلام الجديد، د.ط، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2018.
19. جورج صدقة، الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع، الطبعة الأولى، مهارات للنشر والتوزيع، بيروت، 2008.
20. حبيب بن بلقاسم وآخرون، أخلاقيات الإعلام في الزمن الرقمي، د.ط، مكتبة الرشد للنشر والتوزيع، الرياض، 2020.
21. حسنين شفيق، الإعلام الجديد: تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، الطبعة الأولى، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
22. حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، د.ط، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
23. حمدي بشير، ظاهرة الإعلام الاجتماعي وأبعادها الاقتصادية والسياسية والأمنية في العالم العربي، د.ط، دار المعترف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.

24. خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها التقنية الاجتماعية، الاقتصادية الدينية والسياسية على الوطن العربي والعالم، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
25. خالد محمد غازي، الصحافة الإلكترونية العربية: الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح، د.ط. وكالة الصحافة العربية للنشر، الجيزة، 2018.
26. دان جيلمور، الإعلام: أساس الصحافة من الجميع ومن أجل الجميع، ترجمة نفين نور الدين، د.ط. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة، 2010.
27. ديراج ميرثي، تويتر: التواصل الاجتماعي في عصر تويتر، ترجمة محمد عبد الحميد، د.ط. دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
28. رائد حسان قمجية وحسان أحمد قمجية، الفيسبوك تحت المجهر، الطبعة الأولى، دار النخبة للنشر والتوزيع، مصر، 2018.
29. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
30. روجر ريمر وجوزيف دومنيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، ترجمة صالح أبو أصبع وفاروق منصور، الطبعة الأولى، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2013.
31. سالي رمضان عبد المنعم، الإعلام الاقتصادي، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
32. سعد بن محارب، الإعلام الجديد في السعودية: دراسة تحليلية في المحتوى الإخباري للرسائل النصية القصيرة، الطبعة الأولى، جداول للنشر والتوزيع، بيروت، 2011.
33. سعدي محمد الخطيب، حقوق الإنسان بين التشريع والتطبيق، الطبعة الأولى، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2009.
34. سليمان صالح، أخلاقيات الإعلام، الطبعة الثانية، دار حنين للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
35. سليمان صالح، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
36. سمية بورقعة، الصحافة الإلكترونية: الجزائر أنموذجاً، د.ط. ألفا للوثائق، قسنطينة، 2018.

37. سمير الباجوري، أخلاقيات الإعلام: القيم، التنظيم، القانون (دليل تدريبي)، د.ط، المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الانسان، مصر، د.س.ن.
38. السيد بخيت، أخلاقيات العمل الصحفي، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، 2011.
39. شروق سامي فوزي، تكنولوجيا الإعلام الحديث، الطبعة الأولى، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.
40. شيرين محمد كدواني، مصداقية الإنترنت والعوامل المؤثرة ومعايير التقييم، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
41. صباح أنور محمد، تسويق الخطاب الإعلامي للأحزاب السياسية، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
42. طه أحمد الزيدي، المسؤولية الأخلاقية في الإعلام الإسلامي: دراسة تأصيلية وتحليلية لأخلاقيات الإعلام في موانئ الشرف الإسلامية، الطبعة الأولى، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
43. عادل صالح، الإنترنت والسياسة: دراسة في الاستخدام والتأثير في ضوء الخبرات المحلية والدولية، الطبعة الأولى، أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، الجيزة، 2017.
44. عامر قنديلجي، الإعلام والمعلومات والإنترنت، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
45. عبد الأمير مويت الفيصل، الصحافة الإلكترونية في الوطن العربي، د.ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
46. عبد الباسط أحمد هاشم شاهين، التفاعلية على مواقع الصحف الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
47. عبد الرحمن ابن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، الطبعة الأولى، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
48. عبد الرحمن سعد، صحافة ما بعد الثورة: أكاذيب أم إنصاف حقائق، د.ط، دار المعتز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2013.

49. عبد الرزاق محمد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، د.ط، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
50. عبير سعد الدين، أخلاقيات الإعلام، الطبعة الأولى، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.
51. عز الدين عبد المولى، العرب والديمقراطية والفضاء العام في عصر الشاشات المتعددة: بحث في دور الجزيرة، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم ناشرون، بيروت، 2015.
52. عزي عبد الرحمن، نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، الطبعة الأولى، الدار المتوسطة للنشر والتوزيع، تونس، 2016.
53. علاء الدين محمد عفيفي المليجي، الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي العالمية، الطبعة الأولى، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2015.
54. علي حجازي إبراهيم، الإعلام البديل، دار المعزز للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2017.
55. علي حجازي إبراهيم، التكامل بين الإعلام التقليدي والجديد، د.ط، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، 2017.
56. علي سيد إسماعيل، مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة... والأخلاقيات المرفوضة، بحث مقدم لجائزة خدمة الدعوة والفقہ الإسلامي، د.ط، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، 2020.
57. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
58. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية العربية، د.ط، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019.
59. علي عبد الفتاح كنعان، الصحافة الإلكترونية في ظل الثورة التكنولوجية، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
60. علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
61. علي عبد الفتاح، الإعلام الإلكتروني، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

62. علي عبد الفتاح، الإعلام الدبلوماسي والسياسي، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
63. علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، د.ط، دار المعترف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
64. عمرو محمد عبد الحميد، العداء لوسائل الإعلام: التحديات المهنية واستعادة ثقة الجمهور، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
65. غالب كاظم جواد الدعي، الإعلام الجديد: اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.
66. فتحي حسين عامر، الصحافة الإلكترونية: الحاضر والمستقبل، د.ط، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
67. فتحي حسين عامر، إعلام بدون أخلاق: قواعد وأخلاقيات العمل الإعلامي، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
68. فتحي حسين عامر، المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
69. فيصل أو عيشة، الإعلام الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
70. فيصل محمد عبد الغفار، شبكات التواصل الاجتماعي، الطبعة الأولى، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
71. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
72. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الصحافة الإلكترونية: الرقمية، الطبعة الأولى، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
73. مجد الدين خمش، العولمة وتأثيراتها في المجتمع العربي، د.ط، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
74. محمد العوض وداعة الله، مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب، د.ط، دار الخليج للنشر والتوزيع، عمان، 2020.

75. محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، الطبعة الأولى، د.ط، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014.
76. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، الطبعة الأولى، الأهرام للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
77. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
78. محمد عبد الحميد، المدونات: الإعلام البديل، الطبعة الأولى، عالم الكتب، القاهرة، 2009.
79. محمد عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، د.ط، دار المعترف للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
80. محمد قيراط، مسالة الضمير: الصناعة الإعلامية والانتقائية المنظمة، الطبعة الأولى، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
81. محمد مصطفى رفعت، الرأي العام في الواقع الافتراضي وقوة التعبئة الافتراضية، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
82. محمود الفطافطة، علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين: الفيسبوك نموذجاً، د.ط، المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية، رام الله، 2011.
83. مرعي مذكور، الصحافة: الإمكانيات، التجاوزات، الآفاق، الطبعة الأولى، دار النشر للجامعات، القاهرة، 2013.
84. مركز "هردو" لدعم التعبير الرقمي، د.ط، أخلاقيات مبادئ العمل المهني والإعلامي، القاهرة، 2016.
85. مركز الإحصاء، دليل المعاينة الإحصائية: أدلة المنهجية والجودة، د.ط، أبو ظبي، د.س.ن.
86. ميرال صبري أبو فريخة، المسؤولية الاجتماعية في الممارسات الإعلامية: المحددات السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية لحرية الصحافة، الطبعة الأولى، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2013.
87. ناصر بن محمد الزمل، رقميون غيروا حياتنا، د.ط، العبيكان للنشر والتوزيع، الرياض، 2014.
88. نصر الدين لعياضي، اقتربات نظرية من الأنواع الصحفية، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.

89. نهى عاطف، الإعلام الشعبي: بين إعلام الدولة ودولة الإعلام، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016.
90. وسام كمال، الإعلام الإلكتروني والمحمول بين المهنية وتحديات التطور التكنولوجي، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
91. وسام محمد أحمد، الوسائط المتعددة في الصحافة: تصميمها وإنتاجها، د.ط، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2018.
92. وليد خلف الله محمد دياب، أخلاقيات ممارسات العلاقات العامة، د.ط، دار اليازوردي للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
93. وليدة حدادي، الإعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا الجديدة، د.ط، مركز الكتاب الجامعي، عمان، 2019.
94. هالة حمدي غرابية، التغطية الاستقصائية لقضايا الواقع المعاصر، الطبعة الأولى، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
95. ياس خضير البياتي، الاتصال الرقمي: أمم صاعدة وأمم مندهشة، الطبعة الأولى، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
96. ياس خضير البياتي، الإعلام الجديد: الدولة الافتراضية الجديدة، الطبعة الأولى، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
97. ياسر عبد الرحمن خلف، وكالات الأنباء ودورها الإعلامي، د.ط، الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2019.
98. ياسر عبد العزيز، دليل المعايير المهنية في الكتابة الخبرية، د.ط، مركز دعم لتقنية المعلومات، مصر، 2013.
99. يعقوب محمد الحارثي، المسؤولية المدنية عن النشر الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
100. يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، د.ط، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.

❖ الرسائل الجامعية

101. إياد مصطفى عبد الفتاح الأطرش، معالجة المواقع الإلكترونية العربية لواقع الأقباط في مصر: دراسة تحليلية مقارنة لموقعي الجزيرة نت والعربية نت، رسالة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية، جامعة الأزهر، فلسطين، 2012.
102. بوبكر بوعزيز، استعمال وسائل الإعلام الاجتماعية كمصادر للأخبار: دراسة ميدانية على عينة من صحفي وسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية، جامعة باتنة 1، الجزائر، 2016-2017.
103. ثائر محمد تلاحمة، حراسة البوابة الإعلامية والمتفاعلين في المواقع الإخبارية الفلسطينية على شبكة الإنترنت، رسالة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2012.
104. رابح عمار، الصحافة الإلكترونية وتحديات الفضاء الإلكتروني: دراسة ميدانية للصحافة الإلكترونية الجزائرية، رسالة دكتوراه في علوم في علوم الإعلام والاتصال، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية، جامعة وهران، الجزائر، 2016-2017.
105. رضوان جدي، الأخلاقيات المهنية في وسائط الإعلام الجديد: دراسة وصفية ميدانية تحليلية على عينة من الصحف الإلكترونية والقائمين بالاتصال في الجزائر، رسالة دكتوراه، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2018-2019.
106. رنا محمد صالح حسين جودة، دور الصحف الفلسطينية اليومية في معالجة قضايا الجريمة: دراسة تحليلية وميدانية مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016.
107. سارة شريف محمد المشمشي، مدى التزام المواقع الإلكترونية بالضوابط القانونية والأخلاقية للحق في الخصوصية: بالتطبيق على عينة من المواقع في مصر والمملكة المتحدة، رسالة ماجستير، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، مصر، 2018.
108. شريهان محمد توفيق، المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد: دراسة تطبيقية على مواقع الصحف الإلكترونية، رسالة دكتوراه، قسم الإعلام، كلية الآداب، جامعة أسيوط، مصر، د.س.ن.

109. عايش حليمة، الجريمة في الصحافة الجزائرية: تحليل مضمون أخبار الجريمة في جريدة الشروق اليومي، رسالة ماجستير، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009.
110. ماجد بن فيحان العتيبي، المسؤولية الأخلاقية للإعلام الجديد في مواقع الصحف الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية الاتصال والإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 2016.
111. يمينة بلعالي، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر 2، الجزائر، 2006.
- ❖ مقالات ومدخلات علمية
112. إبراهيم بعزیز، المضامين الإعلامية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بين احترام أخلاقيات النشر والسعي لإثارة الجماهير، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد 1، العدد 7، جوان 2017.
113. أحمد عبد الله الأحمد، الأخلاقيات الرقمية والحدثة في التواصل الإنساني، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 10، العدد 2، 2017.
114. بشرى جميل اسماعيل، مدخل الإعلام الجديد: المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 14، 2012.
115. جمال الزرن، أخلاقيات المهنة الصحفية في تونس: من جمعية إلى نقابة، ورقة عمل مقدمة للملتقى الدولي بعنوان أخلاقيات الممارسة الصحفية في عالم متحول، معهد الصحافة وعلوم الأخبار، جامعة منوبة، تونس، 23-24 أفريل 2009.
116. جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، 2007.
117. جمال الزرن، الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاته، مركز الجزيرة للدراسات، مارس 2017.
118. حاسي مليكة وسليمان شريفة، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: واقع وتحديات دراسة نظرية، ورقة عمل مقدمة ضمن أشغال الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر: التحديات

- المعاصرة ورهانات المستقبل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، 16-17 أكتوبر 2019.
119. حسني محمد نصر، اتجاهات البحث والتنظير في وسائل الإعلام الجديدة: دراسة تحليلية للإنتاج العلمي المنشور في دوريات محكمة، بحث مقدم إلى مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي: التطبيقات والإشكالات المنهجية، جامعة الإمام محمد سعود الإسلامية، الرياض، السعودية، 10-11 مارس 2015.
120. حسين ناصر حسين، ثقة الشباب الجامعي في المضامين الإعلامية المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، مجلة الجامعة العراقية، المجلد 1، العدد 38، 2017.
121. حسينة بوشايخ، بيئة العمل الصحفي وأثرها في ممارسة أخلاقيات المهنة: دراسة حالة، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 06، أبريل 2014.
122. حمدي تيسير محمد علي، الإعلام الرقمي واقتصاديات صناعته، المنتدى الإعلامي السنوي السابع للجمعية السعودية للإعلام والاتصال بعنوان "الإعلام والاقتصاد: تكامل الأدوار في خدمة التنمية، الرياض، السعودية، 11-12 أبريل 2016.
123. حنان بن يحيى علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد: دراسة قانونية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 2، العدد 5، مارس 2018.
124. رضوان جدي، أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، مجلة الصورة والاتصال، العدد 23، فبراير 2018.
125. رمضان عبد المجيد، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للإعلام، مجلة دفاتر للسياسة والقانون، العدد 9، جوان 2013.
126. زكريا عكا، التنظيم القانوني للممارسة الصحفية الإلكترونية في الجزائر في ظل التشريعات الإعلامية الجديدة، مجلة الدراسات والبحوث القانونية، المجلد 3، العدد 4، ديسمبر 2018.
127. ستيفن وارد، أخلاقيات وسائل الإعلام الرقمية، ترجمة ماهر عبد المحسن، مجلة دفاتر فلسفية، العدد 9، 2015.

128. سحر خليفة الجبوري، الإعلام البديل: الواقع والآفاق: نظرية في نماذج وأشكال الإعلام البديل، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 15، 2012.
129. سناء مجالدي والوليد رفاص، أخلاقيات الإعلام الإلكتروني في الجزائر بين واقع الممارسة والضوابط المهنية، الملتقى الدولي حول الإعلام المحلي في الجزائر: التحديات المعاصرة ورهانات المستقبل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، الجزائر، 16-17 أكتوبر 2019.
130. سي موسى عبد الله، الصحافة الإلكترونية في الجزائر: دراسة في تصميم المواقع والتفاعلية، السائرة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، العدد 1، ديسمبر 2015.
131. السيد بخيت، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة بين البيئة الإعلامية الرقمية والتقليدية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، المجلد 7، العدد 1، يونيو 2006.
132. شريف درويش اللبان، الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، العدد 12، يوليو 2014.
133. شيرين محمد كدواني وشريهان محمد توفيق، الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، بحث مقدم للمؤتمر السنوي الثاني والعشرين للجمعية العربية الأمريكية لأساتذة الاتصال، طنجة، المغرب، 21-24 أكتوبر 2017.
134. الصادق الحمامي، الإعلام الجديد: مقارنة تواصلية، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 4، 2006.
135. الصادق الحمامي، الصحافة في عصر الميديا الاجتماعية، تاريخ الإطلاع 2019.10.16، الساعة، 15:56، الرابط
<http://www.ministerecommunication.gov.dz/sites/default/files/Conf%C3%A9rence%20Dr%20Hammami.pdf>
136. الصادق رابح، الصحافة الإلكترونية وعصر الويب 2.0، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 23، 2014.

137. عادل عبد الرزاق مصطفى الغريبي، المسؤولية الأخلاقية والقانونية للقائم بالاتصال في مجال العمل الإخباري الإذاعي والتلفزيوني: دراسة مسحية للقائم بالاتصال في قناة العراقية وإذاعة جمهورية العراق من بغداد، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 19، 2002.
138. عبد المحسن بدوي محمد أحمد، الشرف الصحفي والقيم الأخلاقية، مجلة الأمن والحياة، العدد 362، 2011.
139. علي كريمي، التنظيم القانوني للصحافة الإلكترونية العربية: سياقاته وأهدافه، مركز الجزيرة للدراسات، 15 مايو 2016، الرابط
<http://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2016/05/160515111819995.html>
140. عمار طاهر، الإعلام الجديد بين الثورة التقنية والانقلاب المفاهيمي على بديهيات الإعلام، ورقة بحثية مقدمة إلى المنتدى الثاني للتربية الإعلامية الرقمية، بغداد، العراق، 21 شباط 2018.
141. فضيل دليو، الأنظمة الإعلامية في العالم: من نظريات الصحافة إلى ما بعد النماذج الإعلامية، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 25، ديسمبر 2017.
142. فضيل دليو، معايير الصدق والثبات في البحوث الكمية والكيفية، تاريخ النشر 2015.08.22، تاريخ الإطلاع 2021.02.28 الساعة 22:08، الرابط
https://badislounis.blogspot.com/2015/08/blog-post_22.html
143. محمد الأمين موسى، شبكات التواصل الاجتماعي والرقابة على المحتوى: فيسبوك وإشكالية الجمع بين التواصل الإعلامي وحرية التعبير، مجلة لباب للدراسات الاستراتيجية والإعلامية، العدد 5، فبراير 2020.
144. محمد برقان، الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية، دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012، مجلة جيل حقوق الانسان، العدد 23، أكتوبر 2017.
145. محمد عبود مهدي، أخلاقيات العمل الصحفي: المفهوم والممارسة، مجلة أهل البيت، العدد 3، 2006.
146. مراد كموش، الإعلام الجديد في البيئة الرقمية: قراءة في تغير الممارسة الإعلامية، المؤتمر الدولي الحادي عشر حول التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، لبنان، 22-24 أبريل 2016.

147. المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2019.
148. المعز بن مسعود، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور، معهد الجزيرة للدراسات، تاريخ النشر 11 فبراير 2019، تاريخ الإطلاع 24 جانفي 2021 الساعة 21:20، الرابط
<https://studies.aljazeera.net/ar/mediastudies/2019/02/190211075743953.html>
149. مها عبد المجيد صلاح، الإشكاليات المنهجية في دراسات تطبيقات الإعلام الاجتماعي: رؤية تحليلية، ورقة علمية مقدمة للمشاركة في مؤتمر وسائل التواصل الاجتماعي...التطبيقات والإشكالات المنهجية، كلية الإعلام والاتصال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية، يناير 2015.
150. مها عبد المجيد صلاح، مواقع الفيديو التشاركي: واقعها ومستقبلها وتأثيراتها، المؤتمر العربي الأول بعنوان الصحافة الإلكترونية: مستقبل وسائل الإعلام في العصر الرقمي، المنظمة العربية للتمية الإدارية، القاهرة، مصر، 27-29 نوفمبر 2010.
151. نبيلة عبد الفتاح حسنين قشطي، موانيق الشرف الإعلامية، المؤتمر العلمي الرابع تحت عنوان "القانون والإعلام"، كلية الحقوق، جامعة طنطا، مصر، 23-24 أبريل 2017.
152. نسرین حسونة، الإعلام الجديد: المفهوم والوسائل والخصائص والوظائف، مقال متوفر على الرابط، تاريخ الإطلاع 26 أوت 2019، الساعة 10:54، الرابط
<https://www.academia.edu/6663194/>
153. نصر الدين لعياضي، الصحافة الإلكترونية العربية والمجال العام: فضاءات مشتركة للاستقطاب والمشهدية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2018.
154. يحيى شقير، موانيق الشرف المهني، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الإعلاميات السادس، عمان، الأردن، 25-29 جوان 2007.
155. يوسف التامري، الأبعاد الأخلاقية في العمل الصحفي والإعلامي، مقال منشور على موقع الجامعة القانونية المغربية الافتراضية، تاريخ النشر 16.01.2017، تاريخ الإطلاع 13.12.2018، الساعة 21:20، الرابط
<https://www.aljami3a.com>

❖ محاضرات

156. رباب صلاح السيد إبراهيم، محاضرات في الخبر الصحفي وفنونه، قسم الإعلام التربوي، كلية التربية النوعية، جامعة القاهرة، مصر، 2019-2020.

157. مها فالح ساق الله، ماهية الإعلام الجديد، تقرير ضمن مساق موضوع خاص في برنامج ماجستير الصحافة، قسم الصحافة والإعلام، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية، غزة، 2013.

❖ صحف ودوريات

158. إيمان عويمر، الحكومة الجزائرية تعيد رسم المشهد الإعلامي من جديد، جريدة Independent عربية، نشر بتاريخ 2020.12.12، تاريخ الإطلاع 2021.01.18 الساعة 14:56، الرابط <https://www.independentarabia.com/node/176126>

159. زولا سومر، الصحافة الإلكترونية بحاجة إلى قانون يضبطها، يومية المساء، نشر بتاريخ 2018.05.03، تاريخ الإطلاع 2021.01.22، الساعة 21:15، الرابط <https://www.elmassa.com/dz/%D9%85%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%AA/%D8%A7%D9%84%D8%B5%D8%AD%D8%A7%D9%81%D>

160. محمد النذير عبد الله ثاني، الإعلام الدبلوماسي بين الاستفزاز والابتزاز، جريدة الشعب أونلاين، نشر بتاريخ 2020.05.31، تاريخ الإطلاع 2021.01.12، الساعة 23:13، الرابط <http://www.ech-chaab.com/ar/>

161. محمد قيراط، الإرهاب الفكري في غياب حوار الحضارات، جريدة الشرق، دون تاريخ النشر، تاريخ الإطلاع 2021.01.12 الساعة 23:50، الرابط <https://al-sharq.com/opinion>

❖ تقارير

162. مركز الإعلام الجديد، المنصات الإعلامية والتحول الرقمي في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا: دراسة في تقييم المشهد المحلي، مؤشر الإعلام الاجتماعي (وزارة الثقافة والإعلام)، المملكة العربية السعودية، 2017.

❖ قوانين

163. قانون عضوي رقم 05-12 المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق 12 يناير سنة 2012، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، العدد 2، 15 يناير 2012.

❖ مواقع إلكترونية

164. <https://www.wearesocial.com>
165. www.aranthropos.com
166. <https://johnpostill.com>
167. <http://fr.wikipedia.org>
168. <http://mediamorals.org>
169. www.elbilad.net
170. <https://datareportal.com>
171. <https://onlinelibrary.wiley.com>
172. <https://www.aljazeera.net>
173. <https://institute.aljazeera.net>
174. <http://elsada.net>
175. <https://adelraouti.com>
176. <https://www.albawabhnews.com>
177. <https://ijnet.org>
178. <https://studies.aljazeera.net>
179. <https://adhwaa.net>
180. <http://ethicnet.uta.fi>
181. <https://accountablejournalism.org>

II. المراجع الأجنبية

❖ Books

182. Birjit Brauchler and John Postill, *Theorizing media and practice*, BergabnBooks, New York, 2010.
183. Clifford G Christians and others, *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning*, ninth Edition, Routledge, New York, 2017.
184. Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, second Edition, Sage Publications, United States of America, 2004.
185. Martin Lister and others, *New Media: a critical introduction*, second edition, Routledge, New York, 2009.

186. Robert S.Fortner and P.Mark Fackler, The Handbook of Global Communication and Media Ethics, Wiley-Blackwell, United Kingdom, 2011.

187. Rolf H.Weber, Ethics in The Internet Environment, the Centre for International Governance Innovation and Chathan House, London, England, 2016.

❖ **Articles and interventions**

188. Anush Khadka, Do we need a new ethics for the degital media? Retrieved on 24.09.2018 at 23:27h from https://www.academia.edu/25191200/Do_we_need_a_new_ethics_for_the_digital_media,.

189. Aysenur Akyazi, The Reflection of Ethical Principles of Press to The Internet Media, journal of Media Critique, Volume 3, No 12, 2017

190. Damian Tambini, Media Ethics in The New Media Landscape: New Paper, retrieved on 25.03.2019 at 12:26 from <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2010/09/14/media-ethics-in-the-new-media-landscape-new-paper>,

191. Dang Thi Thu Huong, Communication Technology and The Media Ethics in The Degital Age, Journal of Social Sciences and Humanities, Volume 29, N°4, 2013.

192. Inhwa Kim and JasnaKuljis,Applying content analysis to web based content,journal of computing and information technology, N°4, 2010

193. Jesus Diaz-Campo and Francisco Segado-Boj, Journalism ethics in a digital environment: How journalistic codes of ethics have been adapted to the Internet and ICTs in countries around the world, Telematics and Informatics Journal, Volume 32, Issue 4, November 2015.

194. Juhi P. Pathak, Digital Age 2.0 and Its Challenges on Media Ethics, IOSR Journal Of Humanities And Social Science (IOSR-JHSS), Volume 21, Issue 1, January 2016.

195. Kristoffer Holt,New media , New participants, New ethics: Is there a Chance for ethics in a world of prosumers?, conference of "Social Media in a Changing Media Environment: Lessons from The Arab World, Tunis, October16-18, 2014.

196. Mark, Deuze and Daphna, Yeshua, Online Journalists Face New Ethical Dilemmas: Lessons from the Netherlands, journal of mass media ethics, university of Amsterdam, Volume16, N°4, 2001.

197. Mila Nadrljanski and others, New media :Ethical Issues, Information sciences and e-Society Revue, Faculty of Maritime Studies, Split, Croatia, 2011.

198. Muge Denir, Importance of Ethics, Credibility and Reliability in online journalism, European Journal of Social Sciences, Volume 24,N° 4, 2011.

199. Muhammad Bilal Zafar and others, Samling Content from Social Networks: Comparing Random VS Expert Sampling of the Twitter Stream, ACM Transactions on the Web,Vol 9, N°3, June 2015.

200. SatuElo and HelviKyngas, The Qualitative content analysis process, journal of advanced nursing, Volume 62, N°1, 2008.

❖ Theses

201. Andrew Tursky, a Tweetty Johnny Manziel: The Ethics of Journalism and the Framing Theory, Master Thesis, Hawai'I Pacific University, United States.

202. Jian Zhang, Content Analysis of Web Sites From 2000 to 2004: A Thematic Meta-Analysis, A Thesis under The Rquirements of Master Degree, Texas University, August 2005.

203. Michele Kathleen Jones, Accurate As Of The TimesTamp:”Newspaper Journalism Ethics In A Time Of Economic And Technological Change, PhD thesis on Philosophy, School of Journalism and Mass Communication, University of North Carolina,2010

قائمة الملاحق



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
استمارة تحليل المضمون



السلام عليكم ورحمة الله

في إطار الحصول على شهادة الدكتوراه الطور الثالث تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، يشرفني أساتذتي الكرام أن أضع بين أيديكم استمارة تحليل المضمون الخاصة بالدراسة بعنوان: "أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائل الإعلام الجديد: دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر"، وهذا لتحديد مدى وضوح فئات استمارة تحليل المضمون ومدى تناسق فقراتها ومفرداتها، واستيفائها لأهداف الدراسة.

وفي الأخير نرجو منكم إبداء رأيكم ومقترحاتكم والمساهمة في تقييم الاستمارة من خلال:

- قراءة أهداف الدراسة والتعاريف الإجرائية لفئات تحليل المضمون المتضمنة في المرفقات
- وضع علامة 0 أمام الفئة المناسبة
- وضع علامة Z أمام الفئة التي تحتاج إلى تعديل
- وضع علامة X أمام الفئة غير الصحيحة

وإن كان هناك أي ملاحظات يرجى تقديمها في المكان المخصص لها.

مع خالص الشكر والتقدير

إسم المرمر:

الباحثة: عائشة كريكط

الدرجة العلمية:

المشرف: الدكتور نصر الدين بوزيان

أستاذ محاضر بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة 3 الجامعة:

المرفقات:

- أهداف الدراسة
- التعاريف الإجرائية لفئات تحليل المضمون

استمارة تحليل المضمون

أخلاقيات الممارسة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد: دراسة حالة صحيفة البلاد الإلكترونية وصفحتها على الفيسبوك والتويتر

فئة الأخلاقيات تجاه الإعلان				الخبر
مبدأ الامتناع عن نشر إعلانات تنطوي على انتهاك للآداب		مبدأ التمييز بين المادة التحريرية والإعلانية		
عدم نشر إعلانات تزوج للعنف والجريمة	عدم نشر إعلانات تسيء إلى المعتقدات الدينية	عدم نشر إعلانات تخدش الجياء	عدم نشر مضامين صحفية تتضمن مادة إعلانية	عدم نشر مادة إعلانية على شكل مادة تحريرية

- الملاحظات:

IFJ Declaration of Principles on the Conduct of Journalists

This international Declaration is proclaimed as a standard of professional conduct for journalists engaged in gathering, transmitting, disseminating and commenting on news and information in describing events.

-Respect for truth and for the right of the public to truth is the first duty of the journalist.

-In pursuance of this duty, the journalist shall at all times defend the principles of freedom in the honest collection and publication of news, and of the right of fair comment and criticism.

-The journalist shall report only in accordance with facts of which he/ she knows the origin. The journalist shall not suppress essential information or falsify documents.

-The journalist shall use only fair methods to obtain news, photographs and documents.

-The journalist shall do the utmost to rectify any published information which is found to be harmfully inaccurate.

-The journalist shall observe professional secrecy regarding the source of information obtained in confidence.

-The journalist shall be aware of the danger of discrimination being furthered by the media, and shall do the utmost to avoid facilitating such discrimination based on, among other things, race, sex, sexual orientation, language, religion, political or other opinions, and national or social origins.

-The journalist shall regard as grave professional offences the following:

- Plagiarism
- malicious misrepresentation
- calumny, slander, libel, unfounded accusations
- the acceptance of a bribe in any form in consideration of either publication or suppression.

-Journalists worthy of the name shall deem it their duty to observe faithfully the principles stated above. Within the general law of each country the journalist shall recognize in professional matters the jurisdiction of colleagues only, to the exclusion of every kind of interference by governments or others.

International Principles of Professional Ethics in Journalism

Preamble

International and regional organizations of professional journalists, representing altogether 400,000 working journalists in all parts of the world, have held since 1978 consultative meetings under the auspices of UNESCO. The second consultative meeting (Mexico City, 1980) expressed its support for the UNESCO Declaration on Fundamental Principles concerning the Contribution of the Mass Media to strengthening Peace and International Understanding, to the Promotion of Human Rights and to Countering Racism, Apartheid, and Incitement to War. Moreover, the meeting adopted the "Mexico Declaration" with a set of principles which represent common grounds of existing national and regional codes of journalistic ethics as well as relevant provisions contained in various international instruments of a legal nature.

The fourth consultative meeting (Prague and Paris, 1983) noted the lasting value of the UNESCO Declaration in which it is stated inter alia that "the exercise of freedom of opinion, expression and information, recognized as an integral part of human rights and fundamental freedoms, is a vital factor in the strengthening of peace and international understanding." Furthermore, the meeting recognized the important role which information and communication play in the contemporary world, both in national and international spheres, with a growing social responsibility being placed upon the mass media and journalists.

On this basis the following principles of professional ethics in journalism were prepared as an international common ground and as a source of inspiration for national and regional codes of ethics. This set of principles is intended to be promoted autonomously by each professional organization through ways and means most adequate to its members.

Principle I: People's right to true information

People and individuals have the right to acquire an objective picture of reality by means of accurate and comprehensive information as well as to express themselves freely through the various media of culture and communication.

Principle II: The journalist's dedication to objective reality

The foremost task of the journalist is to serve the people's right to true and authentic information through an honest dedication to objective reality whereby facts are reported conscientiously in their proper context, pointing out their essential connections and without causing distortions, with due deployment of the creative capacity of the journalist, so that the public is provided with adequate material to facilitate the formation of an accurate and comprehensive picture of the world in which the origin, nature and essence of events, processes and state of affairs are understood as objectively as possible.

Principle III: The journalist's social responsibility

Information in journalism is understood as a social good and not as a commodity, which means that the journalist shares responsibility for the information transmitted and is thus accountable not only to those controlling the media but ultimately to the public at large, including various social interests. The journalist's social responsibility requires that he or she will act under all circumstances in conformity with a personal ethical consciousness.

Principle IV: The journalist's professional integrity

The social role of the journalist demands that the profession maintain high standards of integrity, including the journalist's right to refrain from working against his or her conviction or from disclosing sources of information as well as the right to participate in the decision-making of the medium in which he or she is employed. The integrity of the profession does not permit the journalist to accept any form of bribe or the promotion of any private interest contrary to the general welfare. Likewise, it belongs to professional ethics to respect intellectual property and, in particular, to refrain from plagiarism.

Principle V: Public access and participation

The nature of the profession demands that the journalist promote access by the public to information and participation of the public in the media, including the right of correction or rectification and the right of reply.

Principle VI: Respect for privacy and human dignity

An integral part of the professional standards of the journalists is respect for the right of the individual to privacy and human dignity, in conformity with

provisions of international and national law concerning protection of the rights and the reputation of others, prohibiting libel, calumny, slander and defamation.

Principle VII: Respect for public interest

The professional standards of the journalist prescribe due respect for the national community, its democratic institutions and public morals.

Principle VIII: Respect for universal values and diversity of cultures

A true journalist stands for the universal values of humanism, above all peace, democracy, human rights, social progress and national liberation, while respecting the distinctive character, value and dignity of each culture, as well as the right of each people freely to choose and develop its political, social, economic and cultural systems. Thus the journalist participates actively in social transformation towards democratic betterment of society and contributes through dialogue to a climate of confidence in international relations conducive to peace and justice everywhere, to détente, disarmament and national development. It belongs to the ethics of the profession that the journalist be aware of relevant provisions contained in international conventions, declarations and resolutions.

Principle IX: Elimination of war and other great evils confronting humanity

The ethical commitment to the universal values of humanism calls for the journalist to abstain from any justification for, or incitement to, wars of aggression and the arms race, especially in nuclear weapons, and all other forms of violence, hatred or discrimination, especially racialism and apartheid, oppression by tyrannic regimes, colonialism and neocolonialism, as well as other great evils which afflict humanity, such as poverty, malnutrition and diseases. By so doing, the journalist can help eliminate ignorance and misunderstanding among peoples, make nationals of a country sensitive to the needs and desires of others, ensure respect for the rights and dignity of all nations, all peoples and all individuals without distinction of race, sex, language, nationality, religion or philosophical conviction.

Principle X: Promotion of a new world information and communication order

The journalist operates in the contemporary world within the framework of a movement towards new international relations in general and a new information order in particular. The new order, understood as an integral part of the New International Economic Order, is aimed at the decolonisation and democratization of information and communication, both nationally and internationally, on the basis of peaceful coexistence among peoples and with full respect for their cultural identity. The journalist has a special obligation to promote the process of democratization of international relations in the field of information, in particular by safeguarding and fostering peaceful and friendly relations among states and peoples.

[1] The following organizations participated: International Organization of Journalists (IOJ), International Federation of Journalists (IFJ), International Catholic Union of the Press (UCIP), Latin American Federation of Journalists (FELAP), Latin American Federation of Press Workers (FELATRAP), Federation of Arab Journalists (FAJ), Union of African Journalists (UAJ), and Confederation of Asean Journalists (CAJ). The IFJ did not attend the conclusive meeting of this process in Paris, 20 November 1983, which issued the document.

Federation of Arab Journalists Code of Ethics

Adopted by the Third Conference of the Federation of Arab Journalists, in April 1972, in Baghdad. Commitments to the objectives of the public and the right of the Arab nation to unity, freedom and progress, the Code is based on the following principles:

- Journalists pledge to respect the right of individuals to privacy and dignity. They should abstain from publishing personal or family scandals that aim at weakening family relations.
- The message of the press is sacred: it should not be subjected to opportunism, dishonesty, defamation.
- The message of the press entails adherence to objective reality and truth. Journalists are committed to obtain information and facts by legal means and to correct any published material in case inaccuracy is discovered in it.
- Solidarity among Arab journalists must be based on defence of professional ethics, and exposure of those who behave improperly or those who seek out personal profit and give priority to personal interests by publishing unfounded news and by making statements aiming to create sensation and to encourage corruption and crime.
- Journalists are committed to support justice in courts, not to support any party against the other or decide any case so long as the authority concerned had not issued the sentence.
- Journalists should respect publication rights, abstain from plagiarism.
- Before practising the profession, the journalist (according to the statute of his own organisation) should make the following oath: "I swear by professional honour to perform my work honestly and truthfully, to keep professional secrets, to abide by the regulations and traditions of the profession and to defend its dignity."

-A clear distinction should be made between information and opinions or advertisements so that no propaganda or political opinions and ideas slip into publication as edited materials. Such materials should be clearly specified as advertisements in newspapers and magazines.

-Political advertisements submitted by foreign bodies are prohibited unless they are in harmony with the national policy. In that case publication should be equal to established prices so as not to turn advertisements into indirect donation from a foreign State.

-Members of affiliated unions and organisations should refrain from publishing their names under advertisements so that the reputation and moral influence of journalists are not utilised by advertisers. Advertising represents a social service, its essential function being to push the sales of goods which are useful to the consumer: such a function does need to be performed through lies or cheating. Newspapers, magazines and other mass media are entitled to check data and facts in advertisements in order to maintain the reputation of the press. In addition, journalists should dedicate pages for special campaigns against advertising that spreads propaganda for the benefit of imperialist states, reactionary forces and foreign monopolies in contradiction with supreme Arab interests.

ميثاق الشرف الإعلامي العربي ومواده الـ26

نحن الإعلاميون العرب العاملون في مجالات الاتصال والإعلام والمعلومات نلتزم التزاماً ذاتياً
نابعاً من إحساسنا بمسئولياتنا المهنية والقومية، بمواد هذا الميثاق وفقاً لمنطلقاته ومبادئه وأهدافه.

أولاً : المنطلقات:

-المواثيق والاتفاقيات التي صاغتها الإرادة المشتركة للأمة العربية وفي مقدمتها ميثاق جامعة الدول
العربية.

-قرارات مؤتمرات القمة العربية وبياناتها، وما تؤكد من حرص على التضامن العربي ودعم للعمل
العربي المشترك خدمة للمصالح العليا للوطن العربي وتحقيقاً لآمال وطموحات الأمة العربية في كافة
المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية والأمنية.

-قرارات مجلس وزراء الإعلام العرب وما تبلوره من رؤية عربية مشتركة لمبادئ العمل الإعلامي
ومرتكزات الخطاب الإعلامي ورسالة الإعلام العربي في داخل الوطن العربي وخارجه.

-التطور النوعي والتقني الذي تحقق في مجال الإعلام والاتصال بدخوله عصر الفضاء وثورة
المعلومات وتجاوزه حدود الجغرافيا والتأثير المحلي.

ثانياً : المبادئ والأهداف:

-تسخير كافة إمكانيات الإعلام العربي في خدمة الإنسان العربي والمصالح العليا للأمة العربية ،
وتعزيز العمل العربي المشترك باعتباره ركيزة أساسية للتضامن العربي ، وصون الهوية العربية.

-التعامل الواعي مع قضايا العصر، في ضوء المتغيرات الدولية ، والتقدم التقني المتسارع في مجالات
الإعلام والاتصال والمعلومات ، وظواهر العولمة بما يؤكد دور الإعلام العربي في حماية الهوية العربية
وإبراز الصورة الصحيحة للأمة العربية وحضارتها وقضاياها الجوهرية على الرأي العام الدولي، ودعم قدرة
الأمة العربية على الإسهام المتكافئ في حوار الحضارات والثقافات.

-الإيمان بأن حرية التعبير ركيزة أساسية من ركائز العمل الإعلامي بحيث يحدث تفاعل خلاق بين الرأي
والرأي الآخر، وتقترن هذه الحرية بالمسؤولية لحماية للمصالح العليا للأمة العربية واحتراماً لحرريات
الآخرين وحقوقهم، والحرص على تمكين الإعلام العربي من الإطلاع على الحقيقة من مصادرها.

ثالثاً : مواد الميثاق :

المادة الأولى:

التأكيد على صون الهوية العربية ، والحفاظ على خصوصيات المجتمع العربي مع الحرص على الاستفادة من الجوانب الإيجابية للعولمة.

المادة الثانية:

مواصلة تطوير دور وسائل الإعلام العربي في إثراء شخصية الإنسان العربي والعمل على تكاملها قومياً وإنمائياً فكرياً وثقافياً واجتماعياً وسياسياً، والتعريف بحقوق الإنسان العربي وحرياته الأساسية وواجباته تجاه أسرته ومجتمعه ووطنه وأمته ، وترسيخ إيمانه بالقيم الروحية والمبادئ الأخلاقية والالتزام باحترام حياته الخاصة.

المادة الثالثة:

تشجيع البرامج الإعلامية التي تهتم بالحفاظ على سلامة اللغة العربية باعتبارها قوام الثقافة العربية ورمز الهوية العربية ، والعمل على نشرها عن طريق تيسير قواعدها والتعريف بجماليات بيانها.

المادة الرابعة:

الاهتمام الإعلامي بالقضايا الأساسية للوطن العربي، وحشد الطاقات والجهود العربية لنصرتها.

المادة الخامسة:

الحرص على التضامن العربي في كل ما يقدمه الإعلام العربي للرأي العام ، في الداخل والخارج وتجنب نشر أو عرض أو إذاعة أو بث ما من شأنه الإساءة إلى التضامن العربي، وذلك للإسهام في تعزيز أواصر التعاون والتكامل بين الدول العربية.

المادة السادسة:

تسليط الأضواء الإعلامية على العمل العربي المشترك باعتباره السبيل الأمثل لتحقيق التكامل العربي في كافة المجالات.

المادة السابعة:

تكثيف الجهود على الساحة الدولية للتعريف بالوطن العربي، وتاريخه وحضارته وتراثه، وإمكانياته البشرية والمادية والمعنوية، وعدالة قضاياها الأساسية، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية، وفق قرارات مجلس جامعة الدول العربية على مستوى القمة وعلى المستوى الوزاري.

المادة الثامنة:

الالتزام بالأمانة والموضوعية، واحترام كرامة الشعوب والدول وسيادتها الوطنية واختياراتها الأساسية ، والابتعاد عن الحملات الإعلامية التي تهدف إلى الإثارة أو زعزعة الصف العربي.

المادة التاسعة:

الالتزام بالصدق وتحري الدقة فيما يبثه الإعلام العربي بكافة أشكاله من بيانات ومعلومات وأخبار واستقاؤها من مصادرها الأساسية ، والالتزام بتصويب أية أخطاء في هذا الصدد.

المادة العاشرة:

تعميق روح التسامح والتآخي ونبذ كل دعاوى التحيز والتمييز والتعصب أيًا كانت أشكاله، وطنياً أو عرقياً أو دينياً ، والامتناع عن عرض أو إذاعة أو بث أو نشر أية مواد يمكن أن تشكل تحريضاً على التطرف والعنف والإرهاب واحترام سيادة الدول العربية.

المادة الحادية عشرة:

الامتناع عن وصف الجرائم ، بكافة أشكالها وصورها ، بطريقة تغري بارتكابها أو تنطوي على إضفاء البطولة على الجريمة ومرتكبيها أو تبرير دوافعها ، أو منح مرتكبيها والمحضين عليها أو المروجين لها فرصة استخدام وسائل الإعلام منبراً لهم.

المادة الثانية عشرة:

مراعاة أصول الحوار وآدابه وبخاصة الذي يعرض أو يذاع أو يبث على الهواء مباشرة ، من حيث حقوق ضيوف الحوار في شرح آرائهم ، والمتلقين في التعقيب ، وعرض كافة الآراء والحقائق وصولاً إلى بلورة رؤية متكاملة وشاملة وموضوعية لدى المتلقي العربي.

المادة الثالثة عشرة:

الاهتمام المتواصل بتوفير بدائل عربية ثرية ومتنوعة للأشكال الإعلامية والمعلوماتية التي تتفق وطموحات الإنسان العربي وتعمل على توسيع مداركه وتنمية ملكاته في البحث والإبداع ، وترسيخ اعتزازه بانتمائه إلى الأمة العربية وثقافتها وقيمها.

المادة الرابعة عشرة:

مراعاة حقوق ذوي الاحتياجات الخاصة في الحصول على ما يناسبهم من الخدمات الإعلامية والمعلوماتية ، تعزيزاً لفرص اندماجهم في مجتمعاتهم.

المادة الخامسة عشرة:

تشجيع الاهتمام الجماهيري بالرياضة باعتبارها واحدة من العوامل الرئيسية في النهوض بالصحة البدنية والنفسية للمجتمع ، والحرص على تنقية الإعلام الرياضي من أية شوائب تعكس أو توجج نزعات التعصب والتحيز ، والسعي إلى تنمية الروح الرياضية في المنافسة.

المادة السادسة عشرة:

الحرص على حماية الأطفال والأحداث من مخاطر المواد الإعلامية التي تتضمن مشاهد عنف أو أنماطاً سلوكية غير سليمة تتناقض مع القيم النبيلة.

المادة السابعة عشرة:

إبراز الكفاءات والمواهب العربية، وخاصة تلك التي تنال اعترافاً أو تقديراً عالمياً ، وذلك إثباتاً لثراء الطاقات الإبداعية والقدرات الخلاقة للوطن العربي ، وتحفيزاً للنشء على الاقتداء بالنماذج الناجحة وتشجيعاً على ظهور مزيد من الكفاءات العربية.

المادة الثامنة عشرة:

تقديم الصورة الموضوعية الواقعية عن المرأة العربية ونهوضها بمسؤولياتها الحياتية، وإسهاماتها في التنمية المجتمعية ، وما تضطلع به من دور مشرف في بناء الإنسان العربي ، وبث ونشر المواد والمعلومات والبرامج التي تعينها على ذلك.

المادة التاسعة عشرة:

الالتزام بحقوق الملكية الفكرية والتعريف بتشريعاتها المختلفة ، حماية للمبدعين العرب وتشجيع الابتكار والإبداع على امتداد الوطن العربي.

المادة العشرون:

ضرورة التمييز بين المواد الإعلامية والمواد الإعلانية، والتزام هذه الأخيرة بأخلاقيات المجتمع العربي وعدم استغلال الطفل والمرأة في الحملات الإعلانية بشكل يسيء إليهما.

المادة الحادية والعشرون:

الالتزام بالقيم الدينية والأخلاقية للمجتمع العربي ومراعاة بنيته الأسرية وترابطه الاجتماعي.

المادة الثانية والعشرون:

تعميق الوعي بأهمية التصدي لمشكلة الأمية بأشكالها المختلفة في المجتمع العربي.

المادة الثالثة والعشرون:

تتمية الوعي الصحي العام والتعريف دون تهويل أو تهوين بالأمراض المتفشية أو المستجدة، وإيضاح الأساليب العلمية للوقاية والتحذير من الأساليب العشوائية أو غير العلمية في العلاج.

المادة الرابعة والعشرون:

نشر الوعي البيئي وبخاصة في مجال السلوكيات المتصلة بالحفاظ على البيئة والحد من التلوث، وترشيد استخدام الموارد، والتعريف بالتشريعات البيئية وقواعد الصحة والسلامة المهنية والعامة في هذا المجال ، وتشجيع إدخال التقنيات الصديقة للبيئة.

المادة الخامسة والعشرون:

يعتبر ميثاق الشرف الإعلامي وثيقة استرشادية لرصد وتقييم الأداء الإعلامي العربي وفي منح العضوية أو تعليقها أو إلغائها في الاتحادات و المنظمات العربية وما ينبثق عنها من مجالس وهيئات في مجال الإعلام العربي.

المادة السادسة والعشرون:

تسري أحكام هذا الميثاق على الإعلام العربي بأشكاله ووسائله كافة، ويعتبر وثيقة من وثائق جامعة الدول العربية.

Federation International des Editeurs de Journaux Code of Newspaper Practice

1981 of the Fédération Internationale des Editeurs de Journaux (FIEJ)

The FIEJ Code of Newspaper Practice is a direct response to UNESCO' s attempts to lay down the law internationally on what constitutes good conduct in the media. The Communication Policy Committee has formulated a set of principles to which newspaper publishers in FIEJ member countries have always implicitly subscribed. The code is not only a formal statement of the principles which govern responsible newspaper publishing in the West, but is also designed to serve as a model to the emerging newspaper industries of the Third World. In other words, it represents a FIEJ initiative to offer an alternative ideology to developing countries from that offered by the Soviet Union, one that reflects press freedom and responsibility in the context of a democratic society.

Statement of Intent

Open access to information and opinion is the democratic right of every citizen. The vocation of the press is to provide a comprehensive and objective service of information and opinion. It should, therefore, have freedom of access of all sources of information. The moral principles that govern the activities of publishers, editors-in-chief and journalists have already been codified in some countries. There is a widespread pressure for a code of practice to be adopted by all the world' s press.

It is incompatible with the principle of press freedom for such a code of practice to be imposed by an outside body. It is the responsibility of the press itself to formulate a code of newspaper practice.

The principles of the code should in no way infringe the liberty of the press.

The FIEJ code of newspaper practice based on articles 2 and 3 of its statutes could serve as a model for national press associations and individual publishers, within the confines of their own political and cultural traditions.

Preamble

Freedom of expression is one of the basic human rights. It is an essential prerequisite for an enlightened and well-informed public opinion. As a prime source of information and comment, the press should be not only honest, accurate and fair, but also free and independent. To help safeguard the integrity and liberty of the press, the following code of practice has been formulated.

The Code

Press Freedom. A free press is the most effective safeguard of the freedom of expression, without which other fundamental civil liberties cannot be protected. The press should have the right to publish news and comment without hindrance to ensure that the public is full informed.

Facts. Facts should be established and reported with impartiality.

Separation of news and opinion. The difference between news and comment should be clearly drawn. This principle does not deprive a newspaper of the right to present its own view and the opinions of others.

Recognition of different opinions. The press recognises and respects differences of opinion and favours the publication of alternative views. It opposes discrimination on grounds of sex, race, nationality, language, religion, ideology or conviction.

Respect for human dignity. Publishers, editors-in-chief and journalists should respect the dignity and privacy of the individual and avoid intrusion into personal grief and suffering, unless considerations of public interest take precedence.

Presentation of violence. Crime, terrorism, violence and other acts of brutality and inhumanity should not be glorified.

Correction of falsehoods. Published facts and information that are later found to be false should be corrected without reservation.

Protection of sources. Confidential sources of information are to be protected. Names of informants should not be divulged without their consent.

Secrecy. The confidentiality of public and private affairs, as defined by law, should not be allowed to result in excessive secrecy in the reporting of important events. The public interest takes precedence.

Human rights. Where the freedom of expression conflicts with other-established human rights, it is the responsibility of publishers and editors in chief to decide which right has precedence.

Independence. Newspapers should not submit to external pressure, whether by governments, political parties, commercial interests or private individuals.

Advertisements. Advertisements should be clearly identified to distinguish them from editorial matter.

ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر

تبنت الجزائر ميثاق لأخلاقيات المهنة في 13 أبريل 2000 وقبل المصادقة على ميثاق

أخلاقيات مهنة الصحافة لم يكن لرجال الإعلام في الجزائر أي وثيقة تضبط قواعد المهنة.

بيان الواجبات:

يلتزم الصحفي بواجب:

-احترام الحقيقة مهما كانت التبعات التي تلحق به، بسبب ما يمليه حق الجمهور في المعرفة.

-الدفاع عن حرية الاعلام و الرأي، و التعليق و النقد.

-الفصل بين الخبر و التعليق.

-احترام الحياة الخاصة للأشخاص، و حقهم في رفض التشهير بهم عن طريق الصورة.

-نشر معلومات المتحقق منها فقط، و الامتناع عن تحريف المعلومات و الحرص على سرد الوقائع

ضمن سياقها.

-الامتناع عن نشر الإشاعات.

-تصحيح كل معلومة يتبين بعد نشرها أنها خاطئة.

-الحفاظ على السر المهني و عدم الافشاء بالمصادر.

-الامتناع عن الانتحال و الافتراء و القذف و الاتهامات غير المؤسسة.

-عدم الخلط بين مهنة الصحفي أو الاشهاري أو الادعائي، و عدم قبول أي تعليمة من المعلنين سواء

كانت مباشرة أو غير مباشرة.

-عدم قبول تعليمات في التحرير سوى من مسؤولي التحرير، و في الحدود التي يملئها وازع الضمير.

-الامتناع عن الترويج بأي شكل من الأشكال للعنف، الإرهاب، الجريمة التعصب، العنصرية، التمييز

الجنسي و اللاتسامح.

-كل صحفي جدير بهذا الإسم و معترف بالقوانين المعمول بها في كل بلد، لا يقبل في إطار الشغل

المهني إلا بحكم زملائه بعيدا عن كل تدخل حكومي أو غيره.

-الامتناع عن الحصول عن أي إمتياز ناتج عن وضع تكون فيه صفته كصحفي و علاقاته و نفوذه

عامل إستغلال مناسب.

-الإمتناع عن طلب منصب زميل أو التسبب في طرده أو التنزيل من رتبته من خلال قبول عرض عمل

بدله بشروط أدنى .

-عدم الخلط بين دوره كصحفي و دور قاضي أو شرطي.

-احترام افتراض البراءة.

-عدم استعمال الأساليب غير الشريفة للحصول على المعلومات أو الصور و الوثائق.

بيان الحقوق:

من حق الصحفي:

-الوصول إلى كل مصادر الخبر و الحق في التحقيق الحر في كل الوقائع التي تتعلق بالحياة العامة، و

لا يمكن أن يمنع من الوصول الى المصادر إلا استثناء و بموجب أسباب معبر عنها بوضوح.

-التحلي بوازع الضمير .

-الإبلاغ بكل قرار هام من شأنه الإضرار بحياة المؤسسة.

-التمتع بقانون أساسي مهني.

-الاستفادة من تكوين متواصل و تحسين مؤهلاته المهنية.

-التمتع بالشروط الاجتماعية و المهنية الضرورية لممارسة مهنته و عقد عمل فردي في إطار اتفاقية

جماعية ضامنة لأمنه المادي و استقلالته الاقتصادية.

-الاعتراف له بحقوق التأليف و الاستفادة منها.

-احترام المنتج الصحفي و الوفاء لمضمونه.

الرئيسية | إعلانات صفحتك الرئيسية | أضيف إلى المفضلات | خدمة RSS | اتصل بنا | عضو جديد؟ سجل الآن | تسجيل الدخول | ردود الفعل | 18° C الجزائر

البحث في البلاد

التوقيع تسجيل مجاني

Facebook | Twitter | TV

بحث مخصص

السبت 27 مارس 2021 18:53

الحدث الوطني المتطلي متاحم الرياضي الثقافي الدولي أعلام الراصد منوعات الأخيرة لقاء خاص

أرشيف PDF | الافتتاحية | أعمدة البلاد | مساهمات القراء | آخر الأخبار

FACEBOOK | TWITTER | RSS

انت هنا : « الرئيسية



فيروس كورونا .. 93 إصابة و 3 وفيات جديدة في آخر 24 ساعة

بحسب ما أعلنت وزارة الصحة ..



المديرية العامة للأمن الوطني تكذب محتوي بيان مزيف تضمن إعفاءات كاذبة حول عملية حفظ النظام



وزارة العدل: إلغاء 835 عقد امتياز في إطار مطابقة الدستور غير الشرعي للأملك العقارية واسترجاع أكثر من 19

facebook

Adresse e-mail ou mobile Mot de passe

Connexion

Informations de compte oubliées ?

البلاد TV

التردد الجديد (نايلسات) : 10922 / عمودي V / 27500

Journal el Bilad

@elbilad

Accueil

Publications

YouTube

J'aime Partager Bloquer la Page ...

Envoyer un message

صفحة البلاد على التويتر



Explorer

Paramètres

EL BILAD - البلاد
61,3 k Tweets



Suivre

EL BILAD - البلاد
@El_Bilade

الحساب الرسمي لجريدة وقناة البلاد
#الجزائر #Algerie
"التجدد على مدار الساعة"

Algérie elbilad.net A rejoint Twitter en mars 2016

43 abonnements 891,3 k abonnés

Recherche Twitter

Nouveau sur Twitter ?

Inscrivez-vous pour profiter de votre propre fil personnalisé !

S'inscrire



Vous pourriez aimer