



حدود الممارسة الإعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي في ظل نشر الأخبار الكاذبة.

قراءة أخلاقية وقانونية ضمن المنظور الجزائري

**Limits of media practice in social networking sites in light
of the dissemination of fake news.**

Ethical and legal reading within the Algerian perspective

البشير محمدي^{1*} ، فضيلة تومي²

¹ جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر) ، bchir.mhamdi@univ-ouargla.dz

² جامعة قاصدي مرباح ورقلة (الجزائر) ، toumi.fadila@univ-ouargla.dz

تاريخ النشر: 2022/04/01

تاريخ القبول: 2021/12/29

تاريخ الاستلام: 2021/07/16

DOI : 10.53284/2120-009-001-001

ملخص :

تبحث هذه الدراسة في حدود الممارسة الإعلامية ضمن السياق الجزائري المتمثلة في المضامين التي تنتجها مواقع التواصل الاجتماعي خاصة مع إنتشار الأخبار الكاذبة، وذلك عبر تحديد المعايير التي تضبط إنتاج ونقل وتداول المحتوى الخبري على مستوى هذه المواقع، عبر تسليط الضوء على القوانين التي يقرها المشرع الجزائري، وكذا التعرف على أهمية أخلاقيات المهنة والمسؤولية الاجتماعية، خاصة بعد الأحداث الأخيرة التي عاشتها الجزائر فيما عرف بالحراك الشعبي .

كلمات مفتاحية: أخبار الكاذبة، ممارسة إعلامية ، مواقع التواصل الاجتماعي .

Abstract

This study examines the limits of media practice within the Algerian context of content produced by social media sites, especially with the spread of fake news, by identifying the criteria that control the production, transfer and circulation of news content at the level of these sites, by highlighting the laws approved by the Algerian legislator, as well as recognizing the importance of ethics of the profession and social responsibility, especially after the recent events experienced by Algeria in what is known as popular movement.

Keywords: fake news, media practice, social networking sites.



1. مقدمة:

شكلت البيئة الرقمية في وقتنا الحالي فضاءً مفتوحاً لظهور الكثير من الأنواع الحديثة للصحافة كصحافة المواطن وصحافة الموبايل (الموجو) وغيرها، وكذا تنامي إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك وتويتر وإنستغرام وغيرها، وهذا ما جعل من مهنة الصحافة في يد الكل بعدما كانت حكراً على الصحفيين الناشطين في المؤسسات الإعلامية الرسمية بكل أشكالها وأصنافها وهم الذين تلقوا التكوين الأكاديمي والمهني الذي أهلهم لممارسة هذا النشاط .

وقد برز التوظيف المتزايد لهذه الوسائط (مواقع التواصل الاجتماعي) مع ظهور وتنامي موجة الحراك الشعبي وتصاعد الشعبوية السياسية في العالم، وزاد معه التدفق الهائل للأخبار والمعلومات التي تتعلق أساساً بالوضع السياسي والاقتصادي في نقطة أو منطقة من حيز جغرافي معين، وهذا ما أدى بالفعل إلى ظهور ما يعرف بالأخبار الكاذبة التي توغلت و سطت بشكل كبير على هذه الوسائط، وهو ما يدعو إلى ضرورة إثارة مسألة أخلاقيات العمل الصحفي في ظل العصر الرقمي الذي جعل من المعلومة ملك للجميع، وهي لا تخضع بالضرورة لمعايير العمل الإعلامي خاصة من جانب المصادقية، ولعل التأثير الذي أحدثته هذه الوسائط على الرأي العام، جعل منها محل مراجعة مباشرة حول المكانة التي أضحت تحتلها السوشيال ميديا في عصرنا الحالي، وبالعودة إلى وضع الجزائر وما مرت به من موجة الحراك الشعبي من شهر فبراير من عام 2019 وتطور الأحداث وبروز الكثير من المعطيات على الساحة السياسية التي تتعلق بالوضع في الجزائر، وتزامن ذلك مع تحرر ملحوظ للإعلام التقليدي الممثل في وسائل الإعلام الخاصة والعمومية وذلك على الأقل في الفترات التي شهدت فيها الحراك الشعبي، كل هذه المعطيات فتحت المجال واسعا لانتشار الأخبار الكاذبة المتعلقة بتطورات الوضع في الجزائر ما جعل من هذه الأخبار كملاذ لتحقيق أجندات لجهات مجهولة من أجل تشكيل رأي عام إتجاه قضايا معينة.

وفي هذا السياق، تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي بمثابة المتنفس لدي الجماهير الجزائرية والفضاء الذي يسمح لهم بتبادل الأفكار والأخبار والآراء في آن واحد عن طريق تشكّل الكثير من الصفحات التي تهتم بالشأن الجزائري، وتتابع الأحداث والأخبار المتعلقة بالحراك الشعبي الذي تصدر قائمة الأخبار، ما جعل من هذه المنصات بمثابة وسيلة للجماهير للتعرف والمشاركة وتوثيق الأحداث بلا رقابة قبلية، ما مهد الطريق في التأثير على الرأي العام، وجعل الممارسة الإعلامية على مستوى هذه الوسائط جديرة بالإهتمام خاصة في هذه البيئة الرقمية المتاحة والمعقدة في نفس الوقت، وعلى ضوء هذه المعطيات نطرح التساؤل التالي :

ماهي حدود الممارسة الإعلامية في منصات ومواقع التواصل الاجتماعي في ظل نشر الأخبار الكاذبة ؟ .

وللخوض في هذه الإشكالية وجب تفكيكها إلى تساؤلات فرعية كما يلي:

- ما هي حدود الممارسة الإعلامية التي يفرضها واجب أخلاقيات المهنة في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي على المصادر الموثوقة في إنتاج المحتويات الإخبارية ؟
- ما هي نظرة قانون الإعلام الجزائري لهذا النمط من الممارسة الإعلامية ؟
- هل تعتبر المهنة مسؤولية إجتماعية في صناعة المحتوى الإخباري على هذه المنصات ؟



أهمية الدراسة :

- . قراءة أخلاقية لحدود الممارسة الإعلامية في الوسائط الرقمية .
 - . تسليط الضوء على مفهوم الأخبار الكاذبة .
 - . التعرف على حدود الممارسة الإعلامية ضمن المنظور الجزائري .
 - . تبيان أهمية المصادقية كأحد المعايير المهمة في الصناعة الخيرية .
 - . التعرف على القوانين في الجزائر التي تضبط ممارسة هذا النوع من الإعلام .
- ## 2. ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1.2 تعريف فيسبوك:

أنشئ الموقع سنة 2004 من طرف الطالب مارك زوكربيرغ تحت الرابط الإلكتروني The facebook.com، حيث كان التسجيل في الموقع مقتصرًا فقط على طلبة جامعة هارفارد، Harvard، غير أنه وفي أواخر العام 2006 أصبح بإمكان أي شخص إمتلاك حساب شخصي على الموقع، بعد أن تم تغيير الرابط وإضافة العديد من التحسينات عليه ، وتلخص أهم خدماته في تكوين شبكات تواصلية بين الأفراد في أنحاء العالم، من خلال إتاحة فرص نشر معلومات في قوالب ومواد مختلفة "نص، صور، رابط"(شرطي، 2015، صفحة 37)، وهو كذلك عبارة عن شبكة إجتماعية يمكن الدخول إليها مجانًا وتديره شركة (فيس بوك) محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الإتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم (الخريشة، 2016، صفحة 22).

2.2 الأنشطة التي يقوم بها مستخدم موقع فيسبوك :

مع تحديث الإيقونات والتصاميم في مجال تكنولوجيا الإعلام والإتصال أصبح متاح لأي كان الحصول على قوالب فنية تمكنه من إنشاء صفحته الإخبارية على مواقع التواصل الاجتماعي، وإتباعه لإجراءات وخطوات بسيطة تستمر لدقائق فقط ، حتى يكون صاحب الصفحة او الموقع أو المنصة الإلكترونية، وبذلك إنتقلت سلطة القيمة الإخبارية المقدمة من أصحاب المهنة إلى عموم الناس والجمهور ، والملاحظ أن هذه الصفحات الفيسبوكية أضحت تنافس كبريات وسائل الإعلام التي هي بدورها تمتلك حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أن الملاحظ والمتتبع لهذه المواقع والصفحات يلاحظ أنها تمتلك عدد معتبرا من المشتركين وكذا التنوع في المضامين الإعلامية، فأستطاعت هذه الشبكات كسر الحواجز التي تعيق إرسال الرسائل سواء أكانت تلك الرسائل معدة لحملة سياسية أو دعائية (العود، 2012، صفحة 48)، وتكمن أهمية ذلك من خلال دورها في المشاركة في تغذية الشبكات بالأخبار والمعلومات، والمساهمة بشكل فعال في صناعة وإدارة المضامين الإعلامية وجعلتهم أكثر تفاعلا ومشاركة في مختلف القضايا (فضل الله، 2010، صفحة 08) .

وتتعدد مجموع الأنشطة التي يقوم بها المستخدمين على هذه المنصة في ألها تتيح الكثير من الخيارات من خلال :

بناء نبذة وحيثية شخصية (profil) لتكون منصة إنطلاق على الأنترنت .

الإعراب عن الإعجاب بمقالات وتعليقات وآراء المستخدمين .



تحميل ونشر صور وأفلام الفيديو عن المستخدم أو محيطه الاجتماعي .
نشر التعليقات والآراء ضمن فقرة (post) ، ونشر لوحات وبطاقات المناسبات .
الترويج للحملات الإعلانية ، والتعبئة الانتخابية حول القضايا المطلوبة الأساسية . (سند، 2013، صفحة 33.34) .

3. الأخبار الكاذبة .

1.3 مفهومها :

ظهرت عدة تعريفات لمصطلح الأخبار الكاذبة ، فعلى سبيل المثال عرّف " ألكوت " و " جينتزكوف " الأخبار الكاذبة بأنها " مقالات إخبارية تعتمد الإختلاق والكذب بهدف تضليل القراء، وهو مصطلح يستخدم تبادليا مع مصطلح المعلومات المظلمة أو الأنواع الأخرى من الفوضى التي تحدث بداخل نظام المعلومات المتواصل، وأصبح بذلك مصطلحا عريضا يستخدم لوصف الأخبار الغير دقيقة أو المفتركة، لكن لا يصف مصطلح الأخبار الكاذبة بدقة الإلتباس بين المعلومات المظلمة والمعلومات الخاطئة وإساءة إستخدام المعلومات، فالكذب هو فعل مخطط لخداع جمهور معين وقد يتضمن الكذب تأليف حقائق يدرك مؤلفها أنها ليست الحقيقة، أو إنكار حقائق يعرف أنها الكذب و لايتعلق فقط بمدى صدق حقائق معينة، بل يمكن أن يكون عن طريق ترتيب الأحداث بطريقة خادعة مأكرة لتحكي قصة خيالية (جي، 2018، صفحة 34) ، وعُرفت أيضا الأخبار الزائفة على أنها تشمل جميع أنواع القصص أو الأخبار التي يتم نشرها وتوزيعها أساسا على شبكة الانترنت، من أجل القيام بتضليل المستخدمين أو خداعهم وإغرائهم عن قصد بهدف تحقيق مكاسب مالية أو سياسية أو غيرها، وهي عملية ديناميكية تعمل على خلق صورة سلبية قائمة على موضع ما أو شخصية معينة ، وتوجيه الجماهير إلى نقاط الظل التي كانت تبدو وكأنها مجهولة لدى الكثير، وهي عملية تكون سريعة الانتشار وذلك لكونها تقوم على دراسة المحيط العام للشخص المستهدف (سمسم، 2004، صفحة 11)

2.3 الأخبار الكاذبة صناعة إتصالية .

مع ظهور الكثير من المصطلحات الإعلامية في واجهة هذه المنصات الإلكترونية كالعاجل والهام أصبحت مصدر جذب وكذا بمثابة نقطة توقف ممن يلجئون لهذه الفضاءات، إلى أن ضخامة الأخبار وتسارع الأحداث في ظل حجب المعلومة من مصادرها الرسمية، الأمر الذي فتح المجال إلى توظيف شبكات أو صفحات و مجموعات تنشط تحت غطاء المواقع الإخبارية هدفها يكون وفق أجندة معينة، فالتحدي الآن الذي يواجه مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط تجنب التأثير بالأخبار المزيفة ولكن أيضا مشاركتها بين الأصدقاء والعائلة، لأن المستخدم المسؤول يحرص على التأكد من واقعية الأخبار قدر الإمكان ثم تجنب نشر المعلومات المشكوك فيها، لكن الواقع يثبت إن غالبية الأشخاص الذين يشاركون القصص في الفيسبوك لا يقرؤون تلك القصص حتى النهاية قبل نشرها، بل إن الكثيرين منهم يقدمون على قراءة العنوان فقط وينشرون المحتوى دون قراءة أي شيء منه (يسعد، 2020، صفحة 129)، وأصبح بذلك المصدر مجهول أو مغيب أوحى ينعدم ، فهي مجرد إجهادات وقذف للأخبار قصد تسجيل وتحقيق نسب معتبرة من المتابعة أو المشاهدة أو الإعجاب .



توسع نشاط صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح مع تطور الأحداث، وبروز معطيات جديدة حول مفهوم الحرية في ممارسة الإعلام بظهور مصطلح صحافة المواطن ، والتي تجسدت على أرض الواقع في ظل تراجع أداء الإعلام التقليدي الذي مارس في كثير من الأوقات السرية واللامهنية في حق الجمهور في الحصول على المعلومة بكل تفاصيلها وحيثياتها، وأصبحت معايير التظليل ممارسة بشكل مكرر وبذلك منحت شبكات التواصل الاجتماعي المستخدمين فرصة المشاركة في صناعة المعلومة بكل حرية، وبلا سلطة ضبط تتحرى في المحتوى الإعلامي الذي تنتجه هذه الوسائط التي ينعدم فيها معيار الرقابة (وهو الحرية المطلقة في إنتاج المضامين الإخبارية)، وهي أحد أهم المميزات أو الممرات التي فتحت المجال لإطلاق الأخبار هكذا دون التأكد من صحتها ولا مصدرها ، وهو ما مهد لميلاد براديغم جديد يطلق عليه الأخبار الزائفة ، ولعل من أهم الدلالات التي صنعت الجدل على مواقع التواصل الاجتماعي، تلك الأخبار المتعلقة بالأحداث التي تنصدر المشهد الإعلامي وتطرح قضايا الشأن الوطني كالأخبار التي روجت لإقالة مسؤولين سامين في الدولة، وحتى أنباء الوفاة المتعلقة بالشخصيات الوطنية ، وبرزت هذه الأخبار بظهور دلالات و مؤشرات قام بها بعض الباحثين حول أثر الأخبار الكاذبة على الرأي العام، لذلك يعتقد القائم بالدعاية أن الكذب كلما كان جسيما إزداد تأثيره على الجمهور، وأصبح من العسير تصحيحه حتى حينما يظهر أنه ليس من الواقع في شيء مستلهما مقولة بول جوزيف غوبلز صاحب العبارة الشهيرة: "أكذب ثم أكذب...حتى يعلق شيء ما في أذهان الجماهير (الراجحي، 2018، صفحة 10).

وتمشيا مع المشاريع التي تطلقها إدارة فيسبوك أعلنت الشركة عن أول عشرين عضوا في مجلس الرقابة التابع لها ، وهو هيئة مستقلة يمكنها إصدار أحكام، حيث ستمكن الهيئة المستقلة التي أطلق عليها البعض "الحكمة العليا" لفيسبوك من إلغاء قرارات الشركة والرئيس التنفيذي مارك زوكربيرغ عما إذا كان يجب السماح بحجب أنواع من المحتوى على فيسبوك وإنستغرام (الجزيرة، 2020).

4. القراءة الأخلاقية والقانونية للممارسة الإعلامية في الميديا الجديدة ضمن المنظور الجزائري .

1.4 الحق في الإتصال وأخلاقيات المهنة ضمن السياق التاريخي :

يعتبر الاتصال حلقة مهمة وأساسية لتحقيق مفهوم التواصل ضمن السياق الإنساني، وهذا من خلال مجموعة من الأدوات الطبيعية التي ظهرت مع الإنسان إلى الأدوات الوضعية التي صيغت مع تطور العقل البشري، ويعتبر الحق في الاتصال كمفهوم :أنه تشترك عدة فروع معرفية في تحديد المفهوم وإنعكاساته مثل الاتصال والسياسة، والقانون، ويتشعب عن هذا الحق في حقل القانون مثلا: فيدخل في القانون الدستوري والحريات العامة أو القانون العام أو القانون الإداري.

ترتبط أخلاقيات المهنة ضمن الحقل أو الإطار بالتجاوزات التي صاحبت الأداء الإعلامي الذي يتحرك في سياق النظرة الليبرالية (النظرية) بالتقليل من الضوابط التوجيهية، وظهرت أول وثيقة في هذا الشأن والمعروفة بركائز الصحافة في أمريكا سنة 1926 من طرف الجمعية الأمريكية لرؤساء التحرير، ويتضمن أربع محاور بتفاصيل جزئية عن كل محور (عزي ع، 2012، صفحة 37)



معايير الممارسة الإعلامية :

إن المعايير التي يحكم من خلالها على مدى إلتزام الصحفي والصحيفة بأخلاقيات المهنة تتركز في نقاط إتفقت عليها معظم مواثيق الشرف الصحفي، ومعايير الأداء المهني التي وضعتها الهيئات الصحفية مثل : مجالس الصحافة، نقابات، إتحادات، جمعيات ورابطات الصحفيين في العالم، وهنا مجموعة من المعايير تتلخص في مايلي :

الدقة : كأساس للمصداقية والثقة تتضمن نشر للحقائق ، ودقة الإقتباس للأقوال وأن تكون الصور والرسوم معبرة عن الحقيقة، أي أن يراعى عدم تغيير المحتوى الحقيقي للصور، وعدم تشويه الحقائق ويدخل في إطار ذلك تداول الصور أو المستندات لموافقة مالكيها .

الأمانة : تتضمن عدم الإبتزاز وعدم إستخدام الخداع أو التكرار أو أي وسائل للتصنت في الحصول على المعلومات إلا في بعض الظروف الطارئة، وعدم التسجيل بدون موافقة المصادر، ومراعاة عدم إخفاء إسم المصدر إلا كبديل أخير وإتباع تعليمات معينة علمية ومهنية عند نشر إستقساءات الرأي العام (بقدوري، 2017، صفحة 87)

المصداقية وعدم الإنحياز: لا تنشر المواد التي تكون منحازة لجهة على حساب طرف آخر ن أو تتضمن معلومات أو أخبار أو تصريحات من مواقع أو جهات إعلامية أو سياسية ليست ذات موثوقية بناء على تجارب أو تعميمات تحريرية (الملاكي، 2019، صفحة 20)، والمصداقية تعني ببساطة المؤشرات التي تحدد صدق المضمون الصحفي من كذبه ، ويعتبرها البعض البديل العملي للمسؤولية الصحفية، وهناك من يرى أن مفهوم المصداقية ينطبق من ثلاث عناصر "التدقيق ، التراكم في الإنجازات ، متابعة الجمهور" (مزارى، 2020، صفحة 215) .

2.4 نظرة قانون الإعلام في الجزائر للممارسة الإعلامية .

نتيجة للتحويلات الذي فرضها الحراك الشعبي على جميع المجالات، وأحقية الجماهير في الحصول على المعلومة و ممارسة الحق في الإعلام ، زاد بشكل واضح من إهتمام الجماهير الجزائرية بأخبار ومستجدات حول تطور الأحداث ، مما جعل من مواقع التواصل الاجتماعي فضائهم المميز والمتاح في إشباع حاجاتهم الإخبارية من هذه الفضاءات، وأصبحت بذلك تمارس التفاعلية والمشاركة وتبادل الأفكار والصور والفيديوهات، إلا أن الخبر الموثق والرسمي أصبح غير مهم بالنظر إلى قداسة وأهمية هذا الركن الهام في صناعة الخبر الهادف، ومن المصدر الموثوق في زمن أضحت الممارسة المهنية في ظل الإعلام الجديد أمرا صعب المنال، و أصبحت بذلك أخلاقيات المهنة لا تمثل ميثاقا شرفيا في هذا الزمن الافتراضي، والتي يكون فيه الخبر غير مقدس والأهم في ذلك السبق قبل الصدق في إنتاج المضامين الخبرية..

وقد كان لمواقع التواصل الاجتماعي دورا محوريا في اتساع رقعة هذه التظاهرات من خلال الدعوات الملحة والمتكررة للمواطنين من أجل التظاهر كل يوم جمعة بطريقة سلمية (حمادوش، 2019)، فهي تعد بمثابة حلقة الوصل بين كل مقومات ومؤسسات البناء الاجتماعي، وتقع على عاتقها عمليات شرح وتقديم ما لدى كل مؤسسة إجتماعية للأخرى، إذ تؤدي وسائل الإعلام دورا بالغ الأهمية والخطورة في تشكيل الرأي العام من خلال تعبئة الجماعات وحشدها حول أفكار وآراء وإتجاهات معينة ، وساهم الإنتشار الحر للمعلومات ، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي في خلق إمكانية كبيرة للتحرك الشعبي على أساس المعرفة الواسعة والدقيقة للأحداث السياسية، وتمارس هذه المواقع تأثيرات قوية على صانعي القرار في المجتمع (الطاهات، 2013، صفحة 74،75) .



شهدت الجزائر عدة قوانين للإعلام آخرها قانون 05/ 2012 الصادر سنة 2012، وجاءت أحكام هذه القانون العضوي على النحو التالي :

المادة 02 : يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما في ظل احترام :

_____ الدستور وقوانين الجمهورية .

_____ الدين الإسلامي وباقي الأديان .

_____ الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع .

_____ السيادة الوطنية والوحدة الوطنية .

_____ متطلبات الأمن والدفاع الوطني .

_____ كرامة الإنسان والحريات الفردية و الجماعية .

_____ حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي .

المادة 03 : يقصد بأنشطة الإعلام في مفهوم هذا القانون العضوي، كل نشر أو بث للوقائع أحداث أو رسائل أو آراء أو أفكار أو معارف عبر وسيلة مكتوبة أو مسموعة أو متلفزة أو الكترونية ، وتكون موجهة للجمهور أو فئة معينة .

المادة 05 : توضح هذه المادة كيفية المساهمة التي تفرضها ممارسة أنشطة الإعلام في بعض المجالات، و تتعلق أساسا في علاقة الإعلام والمواطن واحترام التنوع الثقافي والرقمي إلى مبدأ العدالة والسلم .

إن أهم ما جاء في هذا القانون من المواد المذكورة أعلاه، والتي تحدد وتضبط السياق العام المحلي الإعلامي وفق آليات محددة يكون فيها الحفاظ على عناصر الهوية والقيم الوطنية ومتطلبات الحفاظ على الأمن العام خطا احمر، و يتم بموجبه ممارسة النشاط الاتصالي وكذلك مراعاة حق المواطن في الحصول على المعلومة ، وتضمن كذلك هذه المواد الطابع التعددي للأفكار والآراء وفق مبدأ الاحترام، وعدم التعرض لمشاعر الناس واستفزازهم، كما تحث هذه المواد على ضرورة الحفاظ على كرامة الإنسان والحريات الفردية والجماعية ، وتحدد **المادة 03** بشكل واضح ماهية أنشطة الإعلام، وعرفها بكل نشر أو بث لوقائع وغيرها عبر وسيلة إعلامية سواء في الإعلام التقليدي أو عبر وسائط الإعلام الجديد ولكن بشكل غير محدد .

المواد المتعلقة بالإعلام الإلكتروني:

تحدد **المواد من 66 إلى 72** الخاصة بممارسة أنشطة الإعلام الإلكتروني والانترنت .

المادة 66 : يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنت بحرية ويخضع لإجراءات التسجيل ومراقبة صحة المعلومات بإيداع

تصريح مسبق من طرف المدير المسؤول عن جهاز الإعلام في الانترنت .

تقر هذه المادة بأن ممارسة الإعلام عبر الانترنت عموما، ولم تحدد الوسائط وأكتنف الغموض العبارة الثانية حول

إجراءات التسجيل ، ومراقبة صحة المعلومات وهو أمر يلزم الناشر بتقديم تصريح لجهة لم تحدده المادة المذكورة .



المواد من 68 إلى 73: تحدثت بشكل عام على النشر في الانترنت ، ولم تحدد بذلك نشاط الأشخاص والمدونين والصفحات النشطة على مواقع التواصل الاجتماعي إلا بتعبير (جهاز الإعلام في الانترنت)، وهو مصطلح شامل للعملية الإعلامية على الشبكة الدولية، وهذه المواد كلها تحدثت عن السياق العام ولم تحدد السياق الخاص بمفهوم الناشطين والفاعلين على شبكات التواصل الاجتماعي والسوتش ميديا (قانون الإعلام ، 2012)

تعتبر هذه المواد ضمن السياق القانوني محددة لنشاط الإعلام الإلكتروني بكل أنواعه، حتى وإن غابت صراحة في تحديدها و ذكر مسمياتها، إلا ان التزامن في تشريع القوانين الخاصة بهذا النوع من الإعلام الجديد قد أعطى إشارة واضحة أن جهاز الأنترنت الذي يحوي العديد من مواقع التواصل الاجتماعي التي منها تطبيق فيسبوك هو المقصود، ولعل القوانين القادمة قد تحدد هذه المسميات في سياقها المتعارف عليه، كما يمكن القول ان التحديات التي قد تواجه المشرع الجزائري تكمن في أنها قد تتعارض مع الحرية في تلقي المعلومة ونشرها التي تضمنها هذه الفضاءات المفتوحة، إلا أنها في المقابل لا يمكن ان نجعل منها ساحة لتقاذف وفيركة الأخبار مما يهدد النسيج الاجتماعي والسياسي للدولة .

3.4 المضامين الإخبارية بإعتبارها مسؤولية اجتماعية :

ترمز وسائل الاتصال الجماهيرية (mass media) في الأدبيات العامة إلى الصحافة المطبوعة والتلفزيون والإذاعة والوسائط المتعددة، والشبكات المعلوماتية (الانترنت) والمسرح والسينما فهو يتعلق بمقاربة البعد الاجتماعي الذي قد يتحكم في طبيعة فئة المرسلين من حيث العامل الثقافي والترعة الإحترافية والتعلق بما يسمى بالأخلاقيات الصحفية، وكذا الخلفية الاجتماعية وأيضاً التوجهات الأيدلوجية والسياسية ، وكذا المعتقد عندما تستدعي الضرورة لذلك .

عملت لجنة الحرية الصحافة المسماة بلجنة (هيتشنز) المكونة من الممارسين الإعلاميين الأكاديميين ممثلي المؤسسات التنفيذية في أمريكا، وترى هذه النظرية انه يتحتم على وسائل الإعلام أن تملك روح المسؤولية الاجتماعية في أدائها طالما أنها تعمل في الفضاء العام وأن تقدم الأحداث بكيفية متكاملة واقعية وحقيقية (عزي ع.، 2010، صفحة 24).

تنطبق هذه الرؤية التي قدمها الباحث "عبد الرحمن عزي" على وسائل الإعلام الجديد بإعتبارها وسائل إتصال جماهيرية ، وهي تحمل على عاتقها المسؤولية الاجتماعية في إنتاج المضامين الإعلامية التي تري من المنظور الاجتماعي كمحيط لسير الرسالة الإعلامية، وتضع بذلك القوائم بالاتصال أو منتج المادة الإعلامية في مواجهة أهم مبادئ أخلاقيات الممارسة الإعلامية، ولأن الميديا الجديدة أصبحت بمثابة الظل الذي يرافق الجماهير في كل زمان ومكان، بفضل توغل التقنية وملازمتها للأفراد في أوقات الاجتماع مع الأسرة أو في العمل، ولذلك فإن التدفق الهائل في المعلومة وتشبكها في نفس الوقت، جعل من إلزامية إحترام هذه المعايير أمر صعب المنال، في مقابل ذلك تشهد تكنولوجيا الإعلام والاتصال ميلاد الكثير من الشركات الرقمية ، وتواجد كم كبير من التطبيقات والبرمجيات التي تحمل طابعا إتصاليا.

تعلق الجماهير والمستخدمين بمواقع التواصل الاجتماعي، و هي بذلك جمعتهم المصلحة وذلك من أجل معرفة آخر الأخبار مع المحيط المحلي أو الوطني أو الدولي ، وسهولة الولوج إلى هذه الشبكات وخيارات تغيير الوجهات وإلغاء لبعض ا لصفحات أو المواقع الإخبارية، و جعلت منهم يمارسون الإنحياز في اختيار التوجهات الإيديولوجية للقائمين على هذه الصفحات والمواقع الإخبارية بدعوة الارتقاء إلى الإعجاب وطلب العضوية في هذه المنصات.



إن وضع المضامين الإخبارية أمام قداسة المسؤولية الاجتماعية هو الحفاظ بكل تأكيد على سير هذه المضامين نحو الجماهير، التي تمارس الذوق العام في التعامل والتفاعل مع هذه الرسائل والأخبار بكل احترافية، ويتحقق ميثاق الشرف في ممارسة المهام الإعلامية من نشر ونقل وتبادل الأفكار بين المستخدمين وجمهور وسائط الاتصال، التي تجعل الخبر المستند إلى الحقيقة من المصدر ذاته هو دلالة قوية على أن الوسيلة لديها محدثاتها وتأثيراتها على الجمهور والمشاركين في هذه المواقع والمنصات الاجتماعية

ويرتبط أداء الصفحات والمواقع الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة احترام خصوصيات الأفراد، وممارسة إعلام المواطن بعيدا عن لغة نشر أخبار لفت الانتباه وإستغلال هذه المنابر والترويج للأشياء الإيجابية ونشر الأخبار والأحداث من مصادرها وبأسلوب موثق .

يفتقد مستخدمو بعض الصفحات إلى أخلاقيات ممارسة العمل الإعلامي عموما قبل الأداء الصحفي، فتوغل كما ذكرنا سابقا هذه الشبكات على المشهد الإعلامي، وتصدر مضامينها ومحتوياتها كأحد أهم المصادر لدي الإعلام التقليدي ، وهو أن وسائل الإعلام التقليدية تعتمد في الكثير من الأحيان على بعض الصفحات الإخبارية في نقلها للأخبار، خاصة تلك التي تحمل الطابع المحلي وفي مقابل ذلك كان من المفروض أن تعتمد هذه الشبكات على الإعلام التقليدي ، باعتباره ينشط بصفة رسمية وتحت نظام قانوني معين ويخضع لمعايير تقصي المعلومة من مصادر موثقة .

إن ما يجعل وضع ممارسة مهنية من طرف المستخدمين أو الجماهير للمحتوي الإعلامي هي جعل الخبر له قيمته الأخلاقية والفنية ، وتعلم أبجديات هذه الممارسة التي تسربت عبر وسائط تكنولوجية وأصبحت متاحة لدي عامة الناس، وبالتالي إنشاء أو الدعوة الى تبني ميثاق الشرف أضحي أمراً يجب العمل على تحقيقه بالنظر إلى تمرد الجماهير على ممارسة هذا الحق بلا قيود، وبعيدا عن معايير المهنة و احترام ميثاق الشرف .



يمكن أن نستنتج ما يلي كإجابة عن تساؤلنا الرئيسي: حول حدود الممارسة الإعلامية في منصات و مواقع التواصل الاجتماعي في ظل تنامي نشر الأخبار الكاذبة : إن حدود الممارسة الإعلامية في الوسائط الرقمية في الجزائر ، وبالمخصوص في مواقع التواصل الاجتماعي تحتاج إلى الكثير من التمعن والتفحص لوضع أولاً: الآليات التي تحدد طبيعة المضمون المنتج على مستوى هذه المنصات في ظل الانتشار الملحوظ للأخبار الكاذبة ، وذلك عن طريق إنشاء ميثاق مهني تختص به إدارة موقع التواصل الاجتماعي التي تقدم خدماتها إلى المستخدمين، إضافة إلى ضرورة وضع الحكومة لقوانين تنظم الممارسة الإعلامية على مستوى هذه المنصات، وهنا تبرز مشكلة الحرية في إنتاج المضامين الإعلامية كإشكالية عميقة ممثلة في طريقة استخدام هذه الحرية، إضافة إلى إيجاد المدخل الذي يدفع إلى تفعيل الجانب الأخلاقي ممثلاً في قواعد النشر التي تجعل من المادة الإخبارية عنصر للبناء لا للهدم ، ولعل كل حرق في إنتاج المواد يعود لإنعدام الرقابة على المحتوى السليبي، وهو المفقود الذي يتيح المجال لممارسة الأخبار الكاذبة والشائعات على كل المستويات، إلى أن الملاحظ أن قوانين الإعلام في الجزائر لم تشر إلى نص قانوني واضح، الذي يحدد كفاءات إنتاج وممارسة الأنشطة الإعلامية في وسائط الإعلام الجديد أو مواقع التواصل الاجتماعي، وبالحديث عن أهم شروط الأداء الإعلامي في نقل الخبر وهو المصدر الذي غيب أصلاً في كثير من الأحيان، وأصبح المصدر غير مهم بقدر النشر والسبق في نشره، وهنا تصبح المسؤولية الاجتماعية هي ورقة الطريق التي تحدد آليات إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي على مستوى هذه المنصات .



6. قائمة المراجع :

الكتب :

- سمسم حميدة . الحرب النفسية . الدار الثقافية للنشر (بغداد . العراق . الدار الثقافية للنشر . 2004) .
- مير شايغر . جون جي . لماذا يكذب القادة . حقيقة الكذب في السياسة الدولية ، ترجمة غانم النجار . عالم المعرفة (الكويت . علم المعرفة . 2018) .
- السويدي جمال سند . من القبيلة إلى الفيسبوك . مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية (الإمارات : مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية . 2013) .
- عبد الرحمن عزي . علم الاجتماع الإعلامي . الدار المتوسطة للنشر . (تونس ، بيروت : الدار المتوسطة للنشر . 2010) .
- عبد الرحمن عزي . قوانين الإعلام " قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الاجتماعي " . الدار المتوسطة للنشر . (تونس : الدار المتوسطة للنشر . 2012) .
- وائل مبارك خضر فضل الله . اثر موقع التواصل الاجتماعي على المجتمع . مدونة شمس النهضة . (الخرطوم ، السودان . مدونة شمس النهضة . 2012) .
- الأطروحات :
- عز الدين بقدوري . أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية بوهرا . أطروحة دكتوراه . قسم الإعلام . جامعة مستغانم . الجزائر . 2017 .
- مبارك الرعود . دور شبكات التواصل الاجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين . رسالة ماجستير . : جامعة الشرق الأوسط . عمان ، الأردن . 2012 .
- سلطان جدعان نايف الخريشة . أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر مدرسي الإعلام والقانون . رسالة ماجستير . جامعة الشرق الأوسط . عمان ، الأردن . 2016 .
- المقالات :
- فوزي شريطي . القيم الإخبارية في إدرجات موقع فيسبوك . مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية العدد . 09 . 2015 .
- زهية يسعد . الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وقت الأزمات من وجهة المستخدمين . المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام ، العدد 01 ، . جوان 2020
- نصر الدين مزاري . المصداقية في الفيسبوك بين الخبر والإشاعة ، قراءة في آليات إنتشار الشائعات في مواقع التواصل الاجتماعي وسبل محاربتها . مجلة أفاق للعلوم ، العدد 02 ، 2020 .
- عبد الكريم علي الديبسي ، زهير ياسين الطاهات . دور شبكات التواصل الاجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية . مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية ، العدد 01 ، 2013 .
- سكينة الملاك . إشكالية الأخلاقيات المهنية للصحافة الالكترونية . دراسة في تجربة الجزيرة نت معهد الجزيرة للدراسات . 2019 .



لويزة ايت حمادوش. الحراك الشعبي في الجزائر بين الإنتقال المفروض والإنتقال التعاقدى. معهد الجزيرة للدراسات . 2019.

محمد الراجحي. الفبكة الإعلامية وشيطنة السياسة القطرية كتفجير للأزمة بالخليج. معهد الجزيرة للدراسات . 2018.

القوانين :

قانون الإعلام (05 . 2012). المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق 12 يناير 2012 المتعلق بالإعلام . الجزائر. مواقع الأنترنت :

الجزيرة. (07 05 , 2020). منهم توكل تركمان ... فيسبوك يعلن أسماء أعضاء محكمتها العليا لمراقبة المحتوى ، <https://www.aljazeera.net/news/scienceandtechnology/2020/5/7/>