

تاريخ القبول: 2018/09/20

تاريخ الإرسال: 2018/04/18

" البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي " المفاهيم والضوابط "
The New Media Environment in The Arab World.
" Concepts And Controls "

د. رضوان سلامن

slamen.radouane@gmail.com

المدرسة الوطنية العليا للصحافة، الجزائر

National School of Journalism and Information Sciences

Samy Ali Mehenni

أ. سامي علي مهني

باحث في الدكتوراه

sami.alimeheni@gmail.com

Mohamed khider University of biskra

جامعة بسكرة

الملخص:

شهدت الممارسة الإعلامية تغيرات كبيرة خاصة في ظل تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال و التي ارتبطت بشبكة الانترنت، ساهمت هذه الأخيرة بفضل تطبيقاتها بروز مسمى حديث أطلق عليه مصطلح الإعلام الجديد ، إلا أن هذا الأخير و بفعل غياب القواعد القانونية التي تنظم النشر الالكتروني واستخدام شبكة الانترنت، فتح المجال للفوضى وخلق نوع من الفراغ القانوني خاصة في الوطن العربي، و ذلك راجع لعدم تحيين المنظومة القانونية في مجال الإعلام الالكتروني بما يتواءم و التطور التكنولوجي الحديث ، وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية الوقوف عند الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد و أخيرا تقديم المشكلات القانونية المثارة في هذه البيئة الإعلامية الجديدة .

الكلمات المفتاحية : تشريعات - أخلاقيات - الإعلام الجديد .

abstract :

The media practice has known a great changes especially in light of the development of the technologies of information and communication which is related to the internet ,The applications

of the internet have contributed to the appearance of a the new media, but this one and by the lack of the legal rules who organizes the electronic publishing and the use of internet , has opened the field to chaos and the creation of some sorts of legal vacuum , especially in the arab world and this is due to the absence of modernisation of the legal system in the field of electronic media in line with modern technological development, Through this research we try to stand at the ethical and legal control of the new media , and finally to introduce the legal problems recalled in this new media area .

key words : legislation - ethics - new media .

المقدمة :

أثبتت الإعلام الجديد في العصر الرقمي أنه قوة فعالة لا يستهان بها في التغيير والتأثير على الأفراد والمجتمعات والدول، ولكن قبل أن يصبح هذا الإعلام قوة من دون مسؤولية اجتماعية، أصبح هناك ضرورة عاجلة لوضع ضوابط وتشريعات جديدة من شأنها تنظيم آلياته وفعالياته وأدواره المتسارعة والمتزايدة ففي الآونة الأخيرة بدأ البعض يسيء استخدام الحرية المتاحة على المواقع الإلكترونية و مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت مثل « فيسبوك » و « تويتر » ، من خلال نشر معلومات مضللة أو تعريجات مسيئة تتعمد إهانة أو إساءة شخصيات أو مؤسسات في الدولة، الأمر الذي يؤدي إلى عواقب وخيمة تضر بالصالح العام، فالإعلام الجديد لابد ن يرافقه تنظيم قانوني يضبط التجاوزات و الخروقات التي تطاله و لابد من المشرع التفكير في وضع منظومة قانونية تتماشى مع التطور التكنولوجي لهذا النوع من الإعلام ، وسنحاول من خلال هذه الورقة البحثية تقديم قراءة نظرية عن إشكالية التنظيم القانوني في ضوء البيئة الإعلامية الجديدة وذلك بمعالجة الموضوع بناء على مطلبين، حيث خصصنا المطلب الأول " لمفاهيم البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي "، وذلك بعرض مفهوم وخصائص الإعلام الجديد و أهدافه وكذا أدوات هذا النوع من الإعلام ومستقبله في ظل التحديات و الرهانات التي تعيق تقدمه وتطوره خاصة في الوطن العربي .

و بالنسبة للمطلب الثاني فخصصناه لضوابط البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي ، وذلك بتغطية المطلب بمجموعة من العناصر بدءا بالوقوف عند الضوابط الأخلاقية و القانونية للبيئة الإعلامية الجديدة ، وأخيرا تقديم بعض المشكلات القانونية المثارة في هذه البيئة الإعلامية الجديدة .

- المطلب الأول: مفاهيم البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي .

أولا- مفهوم الإعلام الجديد :

يرى الباحث عبد المحسن حامد أحمد أن الإعلام الجديد بيئة إتصال متكاملة نشأت نتيجة التزاوج الذي حدث بين الكمبيوتر وشبكة الانترنت ووسائل الإعلام التقليدية ، لذلك لا يمكننا فهم الإعلام الجديد كوسائل و أدوات بمعزل عن التغيرات التي طرأت على المحتوى و المتلقي و القائم بالاتصال ، و فيما يخص الوسائل فنحن أمام وسائل رقمية تفاعلية شبكية يمكنها الاتصال بأجهزة الكمبيوتر و الانترنت فضلا عن كونها أجهزة شخصية صغيرة و متقلة ، و المحتوى أصبح ديناميكي و سهل المعالجة و يمكن استخدامه لأكثر من وسيلة ، و المتلقي تحول من مجرد مشاهد سلبي إلى مستخدم نشط و من مستهلك إلى منتج ينشط و يشارك و يصنع للمحتوى ، و أصبح لدى القائم بالاتصال طرق و أساليب جديدة للتواصل مع الجمهور و لنشر و تسويق رسالته . (1)

و يشير مصطلح الإعلام الجديد إلى :

- خبرات نصية جديدة : أنواع جديدة من أجناس الكتابة و أشكالها ، الترفيه ، المتعة و أنماط استهلاك وسائل الإعلام (ألعاب الكمبيوتر ، النص التشعبي ، المؤثرات السنمائية) .

- علاقة جديدة بين المستخدم و التكنولوجيا : تغير في الاستخدام و استقبال الصورة ووسائل الاتصال و الحياة اليومية وكذلك المعاني التي يتم استثمارها في تكنولوجيات ووسائل الإعلام .

- تجارب و خبرات في العلاقات بين تجسيد الهوية و المجتمع ، انتقالات تحولات في الخبرات الفردية و المجتمعية في التعامل مع الزمن ، الفضاء و المكان (على

كلا المستويين المحلي و العالمي) والتي لها آثار و الطرق التي نجرب ونختبر بها أنفسنا ومكانتنا في هذا العالم .

- مفاهيم جديدة لعلاقة الجسم البيولوجي بتكنولوجيا الإعلام : التحديات التي تواجه التميز بين الإنسان و الآلة ، الطبيعة و التكنولوجيا ، الجسم (وسائل الإعلام) كتكنولوجيا مصنعة ، الحقيقة و الخيال .

- أنماط جديدة من التنظيم و الإنتاج : إعادة تخطيط و اندماج واسع في وسائل الإعلام ، الثقافة ، الصناعة ، الاقتصاد ، التملك ، الوصول ، المراقبة و التعديل .⁽²⁾ فوسائل الإعلام الجديدة هي في معظمها وسائل الإعلام . بالإضافة إلى ذلك تعد شكل من أشكال الوسائط الجديدة شديد التفاعل ، فمستخدمو الوسائط الجديدة هم منتجون نشطون للمحتوى والمعلومات ، سواء إرسال بريد إلكتروني أو استخدام أدوات التعاون عبر الإنترنت وغيرها⁽³⁾ ، وقد أدخلت الوسائط الجديدة تفاعل المستخدم ، بدلاً من مجرد استهلاكه الوسائط .⁽⁴⁾

ثانياً- خصائص الإعلام الجديد :

يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها :

- **التفاعلية** : حيث يتبادل القائم بالاتصال و المتلقي الأدوار ، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية أو تبادلية ، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين .

- **اللاتزامنية** : وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواء كان مستقبلاً أو مرسلًا .

- **المشاركة و الانتشار** : يتيح الإعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً .

- **الحركة و المرونة** : حيث يمكن نقل الوسائط الجديدة بحيث تصاحب المتلقي و المرسل ، مثل الحاسب المتنقل ، وحاسب الانترنت ، و الهاتف الجوال ، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية .

- الكونية : حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية ، تتخطى حواجز الزمان و المكان و الرقابة .

- اندماج الوسائط : في الإعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال ، مثل النصوص و الصوت ، و الصورة الثابتة ، و الصورة المتحركة و الرسوم البيانية الثنائية و الثلاثية الأبعاد ... الخ .

- الانتباه و التركيز : نظرا لأن المتلقي في وسائل الإعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى ، و التفاعل معه ، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه و التركيز .

- التخزين و الحفظ : حيث يسهل على المتلقي تخزين و حفظ الرسائل الاتصالية و استرجاعها ، كجزء من قدرات و خصائص الوسيلة بذاتها .⁽⁵⁾

ثالثا - أدوات الإعلام الجديد :

- 1- المدونات .
- 2- التدوين المصغر .
- 3- الشبكات الاجتماعية .
- 4- المواقع الارتباطية .
- 5- مواقع الصور .
- 6- مواقع الفيديو .
- 7- المجموعات .
- 8- المنتديات .
- 9- الشبكات الإخبارية التفاعلية .
- 10- الخلاصات RSS .
- 11- الموسوعات مفتوحة المصدر .
- 12- وحدات المعرفة
- 13- الكتب الإلكترونية .⁽⁶⁾

و تشير الوسائط الجديدة إلى الوسائط رقمية التفاعلية التي يتم توزيعها عبر الإنترنت أو شبكة الويب العالمية و تشمل البوابات والمواقع الإخبارية ومجموعات الأخبار ومدونات الويب ومواقع wikis والبريد الإلكتروني ومنتديات المناقشة المترابطة ولوحات الإعلانات وقاعات الدريشة والمراسلة الفورية والمحادثات ، والرسائل النصية عبر الهواتف المحمولة والأشرطة الصوتية . (7)

رابعا- أهداف الإعلام الجديد :

لقد تعددت أهداف الإعلام ونظريات الاتصال هو التأثير في المجتمع و التأثير كمخرج إعلامي يتفاوت بناء على عدة عوامل منها النفسية و الاجتماعية و الثقافية ومدى مصداقية المصدر ، لذا اشتملت عملية الاتصال بعامه و الاتصال الإعلامي خاصة على العديد من المصطلحات منها :

أ- تسيير المجتمع لنفسه :

حركة نشر إعلامية شعبية تقوم بها وسائل التواصل الاجتماعي من خلال إتاحة المجال للمجتمع للتعبير المباشر وغير المباشر ، و يعتقد أن هذا الأسلوب أكثر فائدة ومدعاة لرصد الرأي العام ، لأنها تعكس الصورة الحقيقية عن الحراك الاجتماعي بمختلف مستوياتها .

ب- الجاذبية الإعلامية :

الجاذبية الإعلامية تكمن في مهارات إعداد الرسالة و تقديمها و المؤثرات الإعلامية حولها للفت الانتباه و جذب المتلقي نحوها ، ومواقع التواصل الاجتماعي تتيح العديد من الفرص للمهارات الإعلامية خاصة عن طريق اليوتيوب و الوات ساب و التويتر وترتبط الجاذبية بالقائم بالاتصال ، و الوسيلة و المحتوى ، و الأساليب التي ينتجها المرسل .

ج- المشاركة الاتصالية :

عملية تفاعلية تتم بين طرفين أو أكثر ، ومما عزز هذا الأسلوب الجرأة التي هيئتها مواقع التواصل الاجتماعي مما أدى إلى تجاوز العديد من المتصلين الخوف من

العزلة الاجتماعية و يعتمد نجاح العملية الاتصالية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على مستواها وجودتها .

د- المصادقية في إعلام التواصل الاجتماعي :

قد لا تكون المصادقية عالية في إعلام مواقع التواصل الاجتماعي ولكن ما يثير الغرابة انه إعلام مقبول في ظل حرية التعبير و شيوعها بين العامة و فضول المتلقي في معرفة ما لا يمكن معرفته من خلال الإعلام الرسمي حيث تبث الرسالة دون تحيز ووفق معايير شخصية ، و المصادقية من خلالها تتحقق بالانتشار و تكشف الحقائق التي في الغالب تكون متأخرة .

هـ- الأثر الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي :

الأثر الذي يتركه إعلام مواقع التواصل الاجتماعي قد يكون نفسي ، أو اجتماعي أو معرفي أو ترفيهي مملب ، ويتحقق اثر تلك المواقع من خلال تمكين المستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي من نشر الأخبار ، و المعلومات ، ومحاولة الإقناع بما ينشر أو طلب إعادة نشره ونتيجة التراكم في الأغلب ، تولد ردود الفعل ، وتعبّر عن اتجاه مشترك ، و تعمل على تعزيز هذه الاتجاهات بقوة أكثر .

و- التحديث :

تعمل رسائل مواقع التواصل الاجتماعي على نقل الأفراد و المجتمعات من نمط تقليدي إلى نمط جديد تزداد فيه مساهمة الأفراد، أي أن الإعلام يكبر ويشمل الفرد و المجتمع بأسره ويزيادة الإقبال عليه و القدرة على تكوين الآراء من خلاله يتم توجيه السلوك بأسلوب غير تقليدي ، وتسهل وسائل التواصل الاجتماعي هذه العملية حينما تقدم النماذج و الأفكار التي تدفع الأفراد لتقمصها ما يزيد في مستوى الطموح و الرغبة في تحقيق الذات و الحركة و طلب التغيير ، هذه الوسائل الجاذبة للجُمهور تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي ، و تقديم حجج و الشواهد المنطقية و غير المنطقية ، و تواجه الآراء المضادة من خلال الاستشهاد بالمواقف ، و الأحداث ، و الوقائع ، و الأرقام ، حيث توجد حوافز أو منبهات تدفع الفرد نحو السعي في البحث وإشباع حاجاته .

ز - فجوة المعرفة :

لقد أحدثت مواقع التواصل الاجتماعي ووسائله فجوة معرفية برزت نتيجة تدفق المعلومات من فئات اجتماعية ذات سمة إنتاجية تعرضوا لهذه المعلومات بمعدلات أسرع من فئات ذات سمة استهلاكية ، و بالتالي نلاحظ أن فجوة المعرفة بين الفئتين تزداد وذلك نتيجة بنوية وسائل التواصل الالكترونية ، السيطرة الإعلامية وقوة الانتشار الرغبة الجارفة نحو الأخبار ، ومقالات مواقع التواصل الاجتماعي .
وتبرز أهمية وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها نظاما للمعلومات فلا يتوقف دورها على استسقاء المعلومات ولكن يرتبط بالنظام الاجتماعي و الحراك المعرفي و السلوك الشخصي .

وفي هذه المراحل يتطلب إجراء عمليات متعددة من الضبط و السيطرة تظهر أثارها في التباين في حجم المعلومات وما تنتجه من أثر اتصالي . (8)

خامسا- مخاطر و سلبيات الإعلام الجديد :

رغم الايجابيات و الخصائص و السمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الالكتروني الجديد ، إلا أن هناك مجموعة من السلبيات و العقبات التي تواجهه و تحد من تطوره و انتشاره ومن أهمها :

- ندرة المهارات و المعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد .

- المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الالكترونية و أدوات الإعلام الجديد .

- صعوبة الحصول على التمويل .

- غياب التخطيط للإعلام الالكتروني نوعا ما ، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له .

- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول ، مما أثر على عملية تقدم و تطور الإعلام الالكتروني.

- السرعة في البث الالكتروني ، ينتج عنها عدم تحري الدقة وقد تكون النتيجة هي الفشل .

- انعدام القوانين و الضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد ، وعدم خضوعه للرقابة .

- انتهاك حقوق النشر و الملكية الفكرية ، وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة .

- التأثير السلبي في الحياة الأسرية و الاجتماعية .

- مؤسسات الإعلام الإلكتروني عملت على تناقض عدد الموارد البشرية في

المؤسسة الإعلامية ، و بالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل .

- صعوبة الوثوق و التحقق من مصداقية العديد من البيانات و المعلومات على المواقع الإلكترونية . (9)

و العيب الأكثر وضوحا من مواقع الشبكات الاجتماعية هو خطر سرقة الهوية والاحتيال وذلك باستخدام المعلومات الشخصية للمستخدمين من قبل أشخاص مشبوهين بسبب أنشطة غير قانونية باستغلال المعلومات و البيانات عن طريق عنوان البريد الإلكتروني و الحصول على الاسم والعنوان والعمر لارتكاب الجرائم الانترنت بادعاء العديد من الأشخاص أنهم أشخاص آخرون من خلال إعطاء معلومات وهمية غير حقيقية في حساباتهم الشخصية عبر الإنترنت بمعلومات خاطئة ، وذلك لخداع المستخدمين غير المرتابين . لذا ، إذا كنت لا تعرف الشخص وجهاً لوجه ، فسيكون من الصعب عليك العثور على الهوية الحقيقية له . (10)

سادسا- مستقبل صناعة الإعلام الجديد :

لاشك أن التفوق اليوم لوسائل الإعلام الجديد بأدواتها على نظيرتها التقليدية ، قد خط الطريق لمستقبل صناعة الإعلام خاصة في العالم المتحضر الغربي ، فهناك ثلاثة جهات نظر حول مستقبل صناعة الإعلام ، الأولى ترى أن صناعة الإعلام التقليدية قد انتهت ، فمع تدهور مبيعات الصحف و المجالات التقليدية وتراجع أرباح القنوات التلفزيونية و الراديو التقليدية ، نتيجة لتزايد إقبال المشاهدين على مواقع الانترنت للمتابعة أو لقراءة الأخبار ، مما سيؤدي إلى توقفها نهائيا عن الصدور و استمرارها عبر الانترنت .

وهناك وجهة نظر ثانية ترى أن صناعة الإعلام التقليدية باقية وهي المسيطرة خاصة في دول العالم النامي و المتخلف ، و التي تستدعي ثقافتها التمسك بطرق الإعلام التقليدية للحصول على المعلومة ، وهذا الحال سيستمر لسنوات عديدة . أما وجهة النظر الثالثة وهي المرجحة ، فترى استمرار النهجين ، التقليدي و الرقمي، في صناعة الإعلام المستقبلية ، فالصحف و المجالات ستبقى تصدر بطابعها الورقي لمن يرغب بها ، و البرامج ستبقى عبر قنوات متلفزة أو مبنوثة عبر الراديو لمن يرغب بالاستماع ، مع وجود قنوات موازية إلكترونية تدعم النشر الرقمي للأخبار و المعلومات كما هو قائم اليوم ، ولكن مع سهولة الوصول لهذه المواقع و ازدياد سرعات التحميل بل و أسلوب العرض خاصة مع استمرار التطور التقني و استمرار ابتكار تطبيقات التواصل الاجتماعي .

لكن مازالت الصحافة الرقمية و الاجتماعية بشكل أخص ضعيفة في الوطن العربي، فهناك عقبات كثيرة تقف في وجه الصحيفة الالكترونية ، منها أن قراءة صحيفة على شاشة الحاسوب أو الهاتف لا يعد أمراً معتاداً وفقاً لعادات التعرض لدى جمهور المتلقين العرب ، وكذلك الأمر بالنسبة لمشاهدة البرامج أو الاستماع لقنوات الراديو عبر الانترنت ، فلا تزال محدودة بجمهور ذي ثقافة و تعليم معين ، ومن الطبقة الوسطى أو الغنية من المجتمع العربي .

ولكن الوعي بأهمية هذه القنوات الإعلامية الجديدة الموازية صار أكبر مما سبق ، وقد بدأ جمهور أوسع بالإقبال على مختلف وسائل الإعلام الجديد لا لتلقي المعلومة أو الخبر فحسب ، بل للمساهمة في صناعة ذلك الخبر و للتفاعل معه ، من خلال خدمات مواقع الإعلام الاجتماعي و مميزاته العديدة .(11)

- **المطلب الثاني : ضوابط البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي .**

أولاً - الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد :

إن مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية الجديدة، سواء أكانت حقوقاً مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق

للإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة المتمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضيفه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير، حرية الوصول إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل النقاعي والفوري مع جمهورهم، إلا أن هذه الحقوق تحتاج لصياغتها في شكل مواثيق وبروتوكولات لضمان تمتع هؤلاء الإعلاميون بها.

إن القانون في الولايات المتحدة الأمريكية منح الصحفي الإلكتروني كل الحقوق التي يتمتع بها الصحفي التقليدي، وعلى رأسها حقه في الحفاظ على سرية مصادره، واعتبر أن مهمة الصحفي الإلكتروني الأساسية هي نشر الأخبار، وأن يقوم بجانب ذلك بالتغطية الاستقصائية والتفسيرية للحدث وعلى ذلك يشترط أن تكون مهنته الأساسية هي الصحافة.

وإضافة إلى ما تقدم فإن البيئة الجديدة تضي بعض المتطلبات التي يجب النص عليها كحقوق للإعلاميين من بينها الحق في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم أو محاولة كسرها، عدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادرهم الإلكترونية، الحق في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصت والاختراق والهكرة، الحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم، الحق في الوصول المباشر لمصادرهم ووسائلهم الإعلامية بدون عوائق تكنولوجية، الحق في استنباط واستخدام طرق جديدة في التواصل مع جمهورهم ومع مصادرهم ووسائلهم الإعلامية الإلكترونية وغير الإلكترونية، الحق في إرسال معلوماتهم واستقبالها. وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية، الحق في الانتفاع والوصول لمصادر المعلومات التي تفرض قيوداً على استخدامها مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة، الحق في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفاعلية، الحق في الحصول على ما يعرف ببدل التكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية، الحق في العمل على أجهزة متطورة وحديثة، الحق في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية محلية وعابرة

للدول تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم مع حقهم، في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة . (12)

وبحسب ماهر عودة الشمالية ، فإنه يجب على كل صحفي إلكتروني أن يشعر ببعض المسؤولية الاجتماعية و التي يمكن تحديدها في النقاط التالية :

- أن يدرك الصحفي أن أي إلتزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة و المصداقية .

- أن يدرك بأن خدمة المصلحة العامة تستوجب الإلتزام بعكس تنوع المجتمع و حمايته من التبسيط الزائد للقضايا و الأحداث .

- توفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة .

- أن يسعى و بإصرار للحصول على الحقيقة و تقديم الأخبار بدقة ، و في سياقها وعلى أكمل وجه دون تشويه مع اجتناب تضارب المصالح .

- الكشف عن مصدر المعلومات بوضوح و الإشارة إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى دون سرقة من الغير ودون كذب .

- عدم التلاعب بالصور و الأصوات وإعلام الجمهور إن سبق عرضها .

- التعريف بمصادر المعلومات كلما أمكن ذلك ، ويمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة ، أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها ، وفي هذه الحالة يجب عليه الإلتزام بحماية المصدر السري .

- أن يستخدم الأدوات التقنية بمهارة و تفكير ، متجنباً التقنيات التي تشوه الحقائق ، وتزور الواقع ، وتخلق إثارة من الأحداث مع الإشارة إلى الرأي و التعليق .

- جمع و نقل الأخبار دون خوف أو تفضيل ، ومقاومة بشدة التأثير غير المبرر لأي قوى خارجية ، من ضمنها المعلنين و مصادر المعلومات وعناصر الخبر و الأفراد ذوي النفوذ و الجماعات ذات المصالح الخاصة.

- مقاومة أي مصلحة شخصية أو ضغط من الزملاء يمكن أن يؤثر على الواجب الصحافي وخدمة الجمهور حتى لو كان مالك المؤسسة، لأن هذا من حقوق حرية الصحافة .

- السعي للحصول على دعم أوفر لفرص تدريب الموظفين على صناعة قرار أخلاقي . (13)

وعلى هذا فإن صحفي الانترنت أخلاقيات و مسؤوليات يجب أن يتقيد بها من أجل خدمة مهنة الصحافة وخدمة الجمهور بموضوعية و مصداقية بعيدا عن المصالح و المنافع التي تخل بشرف المهنة وتسيء إلى الصحفي و الصحيفة في الوقت نفسه . ومن هنا فإن الممارسة الصحفية المهنية تعتبر من أقدس المهمات التي يجب على القائمين على صحافة الانترنت التركيز عليها في إطار الأبعاد الأخلاقية ، فصحفي الانترنت مسؤول أمام الجمهور ومن ثم أمام المجتمع ، كما مسؤوليته الأخلاقية كبيرة جدا من خلال تضخيم الأخبار و المعلومات أو حجب أخبار أو معلومات أخرى عن الجمهور ، وهو ما يشكل أبشع أنواع التلاعب بعقول الجمهور و أبشع التضليل والتزييف الذي يتقاطع مع المبادئ الأخلاقية لمهنة الصحافة .

إن عدم التزام صحفي الانترنت بأخلاقيات المهنة الصحفية يمكن أن يسبب خطرا على المجتمع و على الممارسة الصحفية عبر الانترنت برمتها كما أن إلزامه بهذه الأخلاقيات يمكن أن يخلق جوا من الثقة بينه وبين الجمهور ، ومن ثم سوف يحقق نجاحه في توصيل رسالته للجمهور ، ومن هنا فإن الأخلاقيات الصحفية تعتبر من الأساسيات للعمل الصحفي في صحافة الانترنت لأنها يمكن أن تعالج الخلل الناجم عن عملية طغيان قيم الحرية المطلقة التي تعمل في ظلها هذه الصحف و التي أفرزت ممارسة صحفية تتسم إلى حد كبير بالانفلات ، وبذلك فهي التي تهذب هذه الممارسة و تحقق أهداف صحف الانترنت في نشر الحقائق و المعارف و المعلومات وخدمة المصلحة العامة في أجواء من حرية التعبير و الفكر وبناء القواعد المتينة للوعي و العقلانية و تأصيل الضمير الصحفي للقائمين على هذه الصحف ، وهذا يأتي من خلال عدم الخضوع للضغوط التي تدفع باتجاه الانحرافات . (14)

ثانيا- المشكلات القانونية المثارة بسبب الإعلام الجديد " الجزائر نموذجا " :

إن صحافة الانترنت لا يمكن أن يقف في وجهها مقص الرقابة ، خاصة على المستوى العربي ، فالقوانين العربية لم تكن مهياً لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة ، وبالتالي لم تكن مستعدة لها بقوانين تكبل حرياتهما ، فكثير من القوانين العربية لا يمكن أن تطبق على المواقع الالكترونية نظرا لأنها ذات كينونة جديدة ولا بد من إصدار تشريعات خاصة به ، حتى الرقابة التي تتم على المواقع الالكترونية هي رقابة أمنية غير مسؤولة وغير قانونية ، بل إن إصدار المواقع الالكترونية الصحفية وغير الصحفية لا يخضع لقوانين أو لوائح .

ويرى المختصون في الاتصالات السلكية واللاسلكية أن شبكة الانترنت في الجزائر غير مراقبة ، ولأفراد تصفح كل ما يرغبون به ، وإنشاء مواقع لأغراض مختلفة ، دون أن يمنهم رادع أو سلطة معينة، وقد تكون هذه الحرية أحد أسباب الإقبال على التدوين في الجزائر ، سيما و أن القوانين الجزائرية تلقي بالمسؤولية القانونية على مزودي الخدمة ، حيث تشير المادة 14 من مرسوم الاتصالات الصادر سنة 1998 إلى مسؤولية مزودي خدمات الانترنت على المادة المنشورة والمواقع التي تقوم باستضافتها ، وضرورة اتخاذها الإجراءات المناسبة لوجود رقابة على المحتوى بهدف عدم نشر مواد تتعارض مع الأخلاق . (15)

وبالنسبة لقانون الإعلام الجزائري ، لا يوجد أي نص قانوني ينص على ضرورة الحصول على ترخيص لفتح مدونة الكترونية رغم أن بعض هذه المدونات تنشر معلومات وأراء تتضمن نقدا لاذعا .

ويعتبر قانون 07/90 هو الإطار المرجعي لتنظيم مهنة الصحفي في الجزائر فنجد المادة 38 من قانون الإعلام 07/90 تنص " يجب على الصحفيين والمؤلفين الذين يستغلون أسماء مستعارة أن يعلموا كتابيا مدير النشرية بهويتهم قبل نشر مقالاتهم وتضيف المادة 39 من نفس القانون " في حال الحصول متابعة قضائية ضد كاتب المقال غير موقع أو موقع باسم مستعار يحرم مدير من إلزامية السر المهني بناء

على طلب السلطة المختصة التي تلقت الشكوى لهذا الغرض ويجب عليه حينئذ أن يكشف هوية الكاتب الحقيقية كاملة ، وان لم يفعل ذلك يتابع عوض الكاتب ومكانه . وفي هذا الإطار كيف يمكن تطبيق هذه المادة على المدونين الذين ينشرون مدوناتهم خاصة وبأسماء مستعارة ، ويكونوا مالكيها والمتحكمين لوحدهم في مضمونها وإدارة موادها .

وحاول القانون مواجهة جرائم القذف والسب التي تتم عبر مختلف الوسائط الالكترونية بعقوبات صارمة تتضمن السجن زد على ذلك الغرامات المالية .⁽¹⁶⁾ لقد أدى الانتشار المتتابع لمختلف وسائط الإعلام الجديد وزيادة مستخدميه إلى استخدام العشوائي لمختلف وسائطه ، في غياب التنظيم والرقابة ، الشيء الذي حوله إلى مسرح جديد للخروقات القانونية بالجملة تشهدها وسائط الإعلام الجديد يوميا من جرائم الكترونية ، وأخرى ماسة بالشرف والاعتبار فضلا عن سرقة المعطيات والاعتداءات على الملكية الفكرية الرقمية .

من جهة أخرى ومن خلال تصفح المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي ويوتوب وغيرها ، نجد أن أغلب الجرائم كانت تدور حول المساس بالشرف واعتبار الأشخاص من خلال القذف والسب وكذا المساس بجرمة الحياة الخاصة من خلال الكتابات والصور والفيديوهات التي كانت أكثر تأثيرا في أوساط الرأي العام و أغلب الجرائم المرصودة في ضوء البيئة الإعلامية الجديدة نجد مايلي :

1- جرائم ماسة بالشرف والاعتبار وتشمل :

1-1- القذف : لقد نص المشرع الجزائري على مفهوم القذف بقوله يعد قذفا كل إدعاء بواقعة من شأنها المساس بشرف واعتبار أشخاص أو هيئات المدعي عليها بها وإسنادها إليهم أو تلك الهيئة ويعاقب على نشر هذا الادعاء لإسناد مباشرة أو بطريقة إعادة النشر حتى لو تم ذلك على وجه أو إذا قصد به شخص أو هيئة دون ذكر الاسم ولو كان من الممكن تحديدهما من عبارات الحديث أو الصياح أو تهديد أو كتابة أو منشورات ، اللافتات ، الإعلانات موضوع الجريمة مادة 296 من قانون العقوبات الجزائري

تتم المتابعة في جريمة القذف بناء على شكوى عدا في حالة القذف الموجه إلى رئيس الجمهورية أو إساءة إلى رسول (ص) أو بقية الأنبياء أو الاستهزاء ما لمعلوم من الدين بالضرورة أو أي شعيرة من شعائر الإسلام ، كون أن المادة 144 مكرر وإعادة 144 مكرر نصت صراحة على أن المتابعة تتم تلقائيا من نيابة العامة في هذه الحالة .(17)

1-2- السب : عرف المشرع الجزائري السب أنه " كل تعبير مشين أو عبارة تتضمن تحقيرا أو قدحا لا ينطوي على إسناد أي واقعة ، وما أكثره على صفحات الفايبيوك واليوتوب ، المادة 297 من قانون العقوبات الجزائري .

1-3- المساس بحرمة الحياة الخاصة للأشخاص : وهي أخطر وأكثر الجرائم تأثيرا وتداولاً لدى مستخدمي وسائط الإعلام الجديدة، وتتمثل في نشر صور وفيديوهات لأشخاص دون علمهم أو موافقتهم ، إما بتسجيلهم أو تصويرهم سرا ومن ثمة وضعها في متناول الجمهور عن طريق اليوتوب أو الفايبيوك أو استخدامها ونص عليها المشرع الجزائري في مواد 303 مكرر و 303 مكرر 1

1-4- الإساءة الموجهة لرئيس جمهورية ورؤساء الدول و الأعضاء الدبلوماسيين :

لقد نص المشرع الجزائري في المادة 144 مكرر من قانون العقوبات على الإساءة إلى رئيس الجمهورية بعبارات تتضمن إهانة أو سب أو قذف عن طريق الكتابة أو الرسم أو التصريح بأي آلية لبث الصورة والصوت أو بأي وسيلة إلكترونية أو معلوماتية أو إعلامية أخرى ، وارتكبت هذه الجريمة مئات المرات خصوصا خلال الحملة الانتخابية لرئاسيات الأخيرة .

ولكن الملاحظ أن الإشكال الذي يطرح هو أنه يمكن التخلص بسرعة من المواد المنشورة المتضمنة لهذا السب و القذف ويمكن إخفائها ، وخاصة وأنه فيه مواقع ومدونات بأسماء مستعارة .

كما خصص قانون الإعلام الجديد الصادر في 15 يناير 2012 بابا لوسائل الإعلام الإلكترونية ليحدد في مواده الست (67 - 72) مفهومها وبعض حيثيات

نشاطها حيث تحصر المادة 67 مفهوم الصحافة الالكترونية " في كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه ، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري ، ويتحكم في محتواها الافتتاحي " وبالطبع قد يفهم ضمنا من اشتراط صفة المهنية استثناء معظم المدونات وفضاءات التواصل الاجتماعي . (18)

كما نصت المادة 93 على الإساءة لرؤساء الدول " يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة " . (19)

لم تقتصر الفوضى و الخروقات القانونية في استخدام وسائل الإعلام الجديد على الجانب الجزائري فقط بل تعدته إلى اعتداءات يومية ومبرمجة على ملكية الفكرية للمؤلفين والمبدعين .

أن الحماية القانونية مقررة للمؤلف ومصنفة تعرضت لتجاوز خاصة على شبكة النت، ومن بين صور الاعتداء على الملكية الفكرية استتساخ المصنفات والمؤلفات دون مراعاة لحق الاستتساخ وهو حق استثنائي للمؤلف يكون له بمقتضاه حق الترخيص بالثبوت المادي لمصنف بكل الطرق التي تسمح بإيصاله للجمهور بطريقة غير مباشرة مثل التصوير الفوتوغرافي ، الطباعة ، الرسم ، تسجيل ميكانيكي ، سنماتوغرافي أو مغناطيسي ، أين يتم نشر وإعادة نشر مؤلفات في العديد من المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لئتم طبعها دون أي رخصة من مالكيها .

2- الجرائم الالكترونية الواردة في مختلف التشريعات العربية :

ويمكن أن نجمل الجرائم التي وردت في مختلف التشريعات العربية على النحو التالي:

2-1- جرائم نظم ووسائل شبكة المعلومات :

كدخول المواقع وأنظمة المعلومات المملوكة للغير - التنصت أو إلتقاط أو إعتراض الرسائل، دخول المواقع وأنظمة المعلومات من موظف سام - جريمة الدخول للمواقع

عمدا قصد الحصول على المعلومات أو بيانات أمنية - إعاقة أو تشويش أو تعطيل وصول للخدمة .

2-2- الجرائم الواقعة على الأموال والبيانات والاتصالات بالتهديد والابتزاز :

الاحتيال أو انتهاك شخصية أو صفة غير صحيحة و الحصول على أرقام أو البيانات - بطاقات الائتمان - الانتفاع دون وجه حق بخدمة الاتصال .

2-3- جرائم النظام العام و الآداب العامة :

الإخلال بالنظام العام والآداب - إنشاء أو نشر مواقع بقصد ترويج أفكار وبرامج مخالفة للنظام العام للآداب - انتهاك المعتقدات الدينية أو حرمة الحياة الخاصة - إساءة إلى السمعة .

2-4- جرائم الإرهاب و الملكية الفكرية :

إنشاء أو نشر المواقع للجماعات الإرهابية - جريمة نشر المصنفات الفكرية .

2-5- جرائم الاتجار في الجنس البشري و الدعارة و المخدرات و غسل الأموال - الاتجار أو الترويج للمخدرات والمؤثرات العقلية .

2-6- الجرائم المتعلقة بأمن الدولة وسلامتها الداخلية و الخارجية .

*المتمعن من قراءة النصوص المنظمة لجرائم النت في التشريعات العربية وهو اهتمام المشرع بجعل حماية الدولة وأمنها كهدف أسمى من طرف المشرع قبل حماية أمن المواطن التي لم يدقق فيها بالصورة المطلوبة والمرجوة وهذه قاعدة تسري على جل التشريعات المنظمة لجرائم النت في الدول العربية .

إذا كانت الدول العربية تعاني كثيرا في مراقبة النت فإنها تغيب عن مراقبة جرائم الدعارة ودعارة الأطفال والاختطاف وجرائم العنصرية التي تنتشر بشكل حر على فضاء النت المفتوح.²⁰

خاتمة :

وصفوة القول أن تنظيم البيئة الإعلامية الجديدة بات ضرورة عاجلة ، وذلك لأن هذا النوع من الإعلام الإلكتروني يصعب ممارسة الرقابة و الضغوط عليه وهذا راجع إلى خصوصيته اللامركزية ، ولأن أخلاقيات الإعلام هي في الأصل مسألة ضمير

خاصة في ظل تأخر التشريعات التي تضبط هذه البيئة الإعلامية الرقمية ، فلا يجب أن يفهم عند تنظيم وضبط هذا الإعلام الجديد على أنه تقييد للحريات أو تكميم للأفواه، وإنما هو بهدف حماية الأشخاص والمجتمع ومؤسسات الوطن والصالح العام، وحتى لا يصبح هذا الإعلام قوة من دون مسؤولية، كما يجب التأكيد على أهمية تضافر جميع الجهود الفردية والمجتمعية نحو نشر ثقافة الوعي بالمسؤولية والمحاسبة تجاه استخدام وسائل الإعلام الجديد، وأهمية تربية أبنائنا منذ الصغر على المسؤولية والمساءلة، حتى لا تتحول الأخطاء التي نظنها صغيرة إلى مشاكل وكوارث كبيرة، إذا تجاوزنا عنها ولم نسارع بإصلاحها في الوقت المناسب ومحاسبة ومعاينة المتسببين فيها .

توصيات :

وقد خالصنا في نهاية بحثنا هذا إلى تقديم مجموعة من التوصيات و المتمثلة على النحو الآتي :

- ضرورة إصدار تشريعات واضحة لتنظيم البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي وذلك بما يتماشى و التحولات التكنولوجية ، وتحديد المسؤوليات الناجمة عن التعدي على الحقوق و الحريات الفردية و الجماعية ، مع مراعاة الاعتبارات الأخلاقية و الدينية و الثقافية للمجتمعات العربية .
- وضع ميثاق شرف خاص بالإعلام الالكتروني يطبق على كل مستخدم الشبكة العنكبوتية ، ويعمل هذا الميثاق على تحديد الضوابط الأخلاقية و القانونية والمهنية للممارسة الصحفية في الفضاء السيبراني .
- استحداث سلطة ضبط خاصة بهذا الإعلام الجديد تعمل على ضبط التجاوزات و الخروقات التي يرتكبها مستخدموا الانترنت .
- ضرورة إشراك المختصين و الصحفيين العاملين في القطاع الإعلامي بصياغة قانون خاص بالإعلام الالكتروني .

- إجبار المؤسسات الإعلامية على تخصيص مبالغ مالية من فوائدها لتكوين و تدريب الصحفيين و التعاون بين الجامعة و وسائل الإعلام لرفع مستوى التكوين و الاحترافية للعاملين في حقل الإعلام الالكتروني .
الهوامش والمراجع المعتمدة

- (1) عبد المحسن حامد أحمد ، الإعلام الجديد و عصر التدفق الإخباري ، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع ، المنصورة ، 2015 ، ص 47.
- (2) فوزي شريطي مراد ، التدوين الالكتروني و الإعلام الجديد ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، عمان، 2015 ، ص ص 95-96 .
- (3) <https://online.seu.edu/what-is-new-media> .
- (4) <https://www.techopedia.com/definition/416/new-media> .
- (5) فهد بن عبد الرحمان الشممري ، التربية الإعلامية ، مكتبة الملك فهد الوطنية ، الرياض، 2010 ، ص 183 .
- (6) محمد سيد ريان ، الإعلام الجديد ، مركز الأهرام للنشر و الترجمة و التوزيع، القاهرة ، 2012 ، ص 31 .
- (7) <https://www.igi-global.com/dictionary/new-framework-interactive-entertainment-technologies/20286> .
- (8) عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان ، 2015 ، ص ص 238-240 .
- (9) ماهر عودة الشمايلة وآخرون ، الصحافة الالكترونية الرقمية ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع ، عمان ، 2015 ص 32 .
- (10) <https://fr1402013.wordpress.com/2013/04/14/avantages-et-inconvenients-des-reseaux-sociaux>.
- (11) خالد غسان يوسف المقدادي ، ثورة الشبكات الاجتماعية ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، عمان ، 2013 ، ص ص 157-158 .
- (12) شريف درويش اللبان ، الضوابط المهنية و الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد ، كلية الإعلام جامعة القاهرة ، 2014، ص ص 118-120

- (13) ماهر عودة الشمايلة وآخرون ، الإعلام الرقمي الجديد ، دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع، عمان ، 2015 ، ص ص 102-103.
- (14) حسين علي فلاح، الإعلام التقليدي و الإعلام الجديد ، دار غيداء للنشر و التوزيع ، عمان ، 2014 ، ص ص 270 - 271 .
- (15) المرسوم التنفيذي رقم 98 - 256 المتعلق بالبريد والمواصلات ، الجريدة الرسمية ، العدد 63 ، الصادر في 26 أوت 1989 ، ص 08 .
- (16) القانون رقم 07-90 المتعلق بالإعلام ، الجريدة الرسمية ، عدد 14 ، الصادر في 03/04/1990 ، ص 460 .
- (17) نعيمة سليمان، المسؤولية الجزائية في جرائم الصحافة المكتوبة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الإجازة، المدرسة العليا للقضاء، الجزائر، 2010 ، ص 07 .
- (18) قانون رقم 05-12 المتعلق بالإعلام ، الجريدة الرسمية ، العدد 2 ، الصادرة في 15 /01/2012 ، ص 21 .
- (19) قانون رقم 05-12 المتعلق بالإعلام ، المرجع نفسه ، ص 10 .
- (20) كافية لصوان، تحديات وخصوصيات التشريع الإعلامي في ظل ممارسات الإعلام الجديد، مجلة علوم الإنسان، جامعة بسكرة، ع12، 2014، ص 109.