

الإعلام الجديد: بين حرية التعبير ومشكلة إنهماك الخصومية**د. بوزانة رفيق أ. فنور بسمة****جامعة قسنطينة 3**

ملخص:

أثر التطور التكنولوجي الحاصل في وسائل الإعلام والاتصال على مختلف نواحي الحياة في جميع المجتمعات، ولكن كانت آثاره أكبر في المجال الإعلامي بظهور الإعلام الجديد، حيث لم تستبح أية مهنة من المهن كمهنة الإعلام والصحافة، المهنة التي أصبح يمارسها الجميع على اختلاف مستوياتهم التعليمية واختلاف ثقافتهم وإيديولوجياتهم، ولم يعد قطاع الإعلام حكرا على فئة معينة من خريجي أقسام وكليات الإعلام أو المنتسبين لمؤسسات إعلامية فقط، بل أصبح كل فرد داخل المجتمع في حالة بحث دائمة عن أخبار ينشرها في صفحاته أو يكتب عنها في مدوناته، أو يطرحها للنقاش داخل المجموعات التي ينتسب إليها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، فساهم هذا التحول الذي مس أطراف العملية الإعلامية، في ظهور ممارسات إعلامية شاذة تستبيح الحياة الخاصة للأفراد والشخصيات العامة، ومعها الذوق العام للمجتمع، دون مراعاة لمشاعر الأفراد، والقواعد الأساسية لأخلاقيات ممارسة المهنة الإعلامية.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، الإعلام الجديد، مواقع التواصل الاجتماعي، العملية الإعلامية، أخلاقيات الإعلام.

Résumé:

Le développement technologique des médias et de la communication a laissé ses effets sur divers aspects de la vie et sur toutes les sociétés, mais son effet principal a été sur les médias avec l'émergence de nouveaux médias, la profession de journaliste est devenue la profession de tous le monde, chacun peut la pratiquer, quelle que soit sa spécialité scientifique, son niveau culturel et son orientation idéologique, non seulement les diplômés des départements et des facultés des sciences de l'information et les affiliés ont des institutions médiatiques, ce changement, qui a affecté des parties du processus médiatique, a contribué à l'émergence des anomalies touchant la pratique médiatique, dont la violation de la vie privée des individus et des personnalités publiques, sans prendre en compte les sentiments des individus, les règles de base de l'éthique pratique de la profession du journalisme.

Mots-clés: nouvelles technologies de l'information et de la communication, nouveaux médias, sites de réseaux sociaux, éthique des médias.

مقدمة: عاش الإنسان منذ بداية الخلق صراعات عديدة، في ظل محاولاته للكشف عن معالم هويته، وعن ماهية وجوده في هذا العالم، قادتته إلى انتزاع حقوقه والتعرف على واجباته، المؤطرة بشكل قانوني، ضمن الدساتير والمعاهدات والاتفاقيات الحقوقية، الدولية والإقليمية، التي تمكن الأفراد من التعايش السلمي في سياق حدائي وديمقراطي هادف، يقوم على مبدأ حرية التعبير، ولعل ما نعرفه في عصرنا الحالي من انفتاح ثقافي وتطور تواصلية بفعل الثورة التكنولوجية الحديثة، عزز ممارسة المكتسبات الحقوقية في مجموعة من الميادين، أبرزها المجال الإعلامي الذي يحظى باهتمام الجمهور الواسع، نظرا لتقدمه لخدمات تجاوزت وظائفه الإخبارية التقليدية، لتشمل كل احتياجات الإنسان المعرفية، الاجتماعية، الاقتصادية، الترفيهية...، لتصبح معها وسائل الإعلام مؤسسات خدمتية لها تأثير عميق على الأفراد والجماعات، خاصة بعد

الاندماج الكلي للشبكة العنكبوتية، بما تشمله من مواقع وشبكات تواصلية ضمن المشهد الإعلامي الحديث، والدور الحيوي الذي باتت تلعبه في صناعة الرأي العام، مساهمة بشكل كبير في توسيع هامش حرية التعبير والإعلام في المعلومات التي تنتشرها، خصوصا على مستوى رصد وتحليل وتغطية الأحداث الوطنية والدولية، في المجالات الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تمر بها المجتمعات، بالإضافة إلى أنها أضحت ملاذ المواطنين لإيصال امتعاضهم وطرح مشاكلهم اليومية، بالصوت والصورة للجمهور، المفتوحة على التعليقات والتدخلات المباشرة لمتابعين المنبر الإلكتروني، ناهيك عن النباش في الفضاءات والمنزلقات، التي لم تعد تظال المشاهير والشخصيات العامة فقط، بل تخطت عتبة المواطن العادي، وكشفت عن تفاصيل حياته الخاصة، التي تعتبرها جل المواقع الإعلامية الإلكترونية مادة دسمة، تغدي حصيلة التصفح ونسبة المشاهدات المسجلة في رصيد موقعها، الجاذبة لأنظار وأموال المستثمرين، الراغبين في تسويق منتجاتهم الاستهلاكية إلكترونيا. وأما النشر المنتالي للملفات الشخصية للأفراد، والخوض المتواصل للإعلام الجديد في تفاصيلها، والبحث عن مستجداتها بعيدا عن الخبر، جعلنا نتساءل عن الحدود الفاصلة بين حرية التعبير التي يستعين بها الإعلام الجديد في إيصال رسائله من أجل التأثير على الرأي العام، وحق الأفراد في الخصوصية، والحماية القانونية والاجتماعية للجانب الغير معلن من حياتهم، التي تعبر عن الممارسات الخاصة بكل فرد على المستوى الجسدي، المكاني، التواصلية، الاجتماعي... الخ، ما دام الفرد لا يتعدى على حدود الآخرين، وهو محور المداخلة التي سنتاوله في هذه الورقة.

أولا/ مدخل مفاهيمي:

حرية الإعلام: الحرية العامة للفكر في جميع أشكاله، كالتعبير بواسطة الكلمة والخطاب والصراخ والغناء والكتابة أو المطبوعة أو الصحافة الدورية والمسرح والسينما والإذاعة والتلفزيون، ويعتبر هذا التعريف كامل وواضح في إعطاء نظرة متوازنة لمفهوم حرية الإعلام، وحرية الإعلام هي: إمكانية إبلاغ الآخرين بالأخبار أو الآراء عبر وسائل الإعلام، وهي حرية أساسية وهي شرط ضروري لبقية الحريات، لأنه لا توجد حرية إعلام إلا في بلد حر، وهو مفهوم ينطوي على حرية الصحافة، وحرية الرأي، وحرية البث الإذاعي والتلفزيوني، والتمتع بشبكات المعلومات وشبكات التواصل الاجتماعي، والإعلام الجديد... وغيرها.¹

الإعلام الجديد: الإعلام الجديد مصطلح ظهر فعليا مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الواحد والعشرين، بسبب ظهور وسائل إعلامية إلكترونية جدّ متطورة، قادرة على ربط الناس في كل الظروف والأحوال بالمعلومة، تقوم على مبدأ استغلال كلّ من الحواسيب والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول لأكبر عدد ممكن من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل تكلفة وأقصر طريقة، وأسرع وقت لنقل المعلومة.

يتميز الإعلام الجديد بأنه إعلام متعدد الوسائط، أي أنّ المعلومات يتم عرضها في شكل مزيج من النص والصورة والفيديو، وهي معلومات رقمية يتم إعدادها وتخزينها وتعديلها ونقلها بشكل إلكتروني، كما يتميز بتنوع وسائله وسهولة استخدامها، وهي خصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.²

يعتمد هذا الإعلام على المواقع الإخبارية، الصحف الإلكترونية، مواقع البث الإذاعي والتلفزيوني عبر الانترنت، الكتاب الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعية كالفيسبوك وتويتر وجوجل بلس وغيرها، مواقع مشاركة الفيديو، المدونات، المنتديات، الرسائل النصية، والنشر عبر مجموعات الهاتف النقال.

ويقوم الإعلام الجديد على احترام الملكية الفكرية وعدم التعدي عليها، السرعة في نقل المعلومة ودقتها، إعادة تدوير المعلومة، التنوع في المحتوى والوسيلة، استخدام كل وسائل نقل المعلومة الممكنة، ويتميز بمجموعة من السمات نذكر من بينها³:

➤ تجاوز حالة التفاعلية: أتاحت هذه السمة معرفة الأفكار السائدة في عقول مستخدمي الوسائل الإعلامية الجديدة، مما يسمح بمعرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقية، وهو ما يختلف عن الإعلام التقليدي، الذي لا تظهر فيه الاتجاهات الحقيقية للأفراد والمجتمعات بوضوح تام.

➤ الحرية أون-لاين: أتاحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال حرية النشر لعموم المستخدمين، وقضت على احتكار أصحاب المواقع أو أصحاب رؤوس الأموال ممن يملكون الوسائل الإعلامية، فظهرت مواقع المدونات مثل: Blogger، ومواقع الوسائط مثل: Picasa، youtube، وكذلك مواقع التشبيك الاجتماعي: Facebook, twitter, google plus.

➤ إعلام الآن: حيث يمكن بكل سهولة ويسر رصد كل ما ينشر أو يقال عن أي موضوع أو حدث عبر أدوات معينة وبأقل مجهود يذكر بمجرد حدوثه، فتلك الأدوات تسمح بنقل الأحداث لحظة وقوعها ونقلها، وهو ما أحدث ثورة في مجال الإنفرادات الإعلامية، وهو ما يفسر أسباب لجوء صحفيي وإعلاميي الوسائل التقليدية إلى أدوات الإعلام الجديد، لجمع المعلومات، والحصول على الأخبار وهو ما يمكن أن يشكل عنصر تكامل للإعلام التقليدي مع الجديد.

➤ التقارب الإعلامي: أحدثت هذه الثورة الاتصالية حقبة جديدة تتقارب فيها وتتكامل وسائل الإعلام مع بعضها البعض دون أن تنفي إحداها الأخرى، فمن خلال مجموعة من القنوات تتميز جميعها بالوفرة المعلوماتية من جهة، وتيسير بث تلك المعلومات والحصول عليها من جهة أخرى بالإضافة إلى ارتفاع درجة التنافسية بين الوسائل الإعلامية مهنيًا، من حيث طريقة التعاطي مع الحدث، ومصداقية تلك الوسيلة فيما تقدمه من معلومات.

هذا وصاحب الإعلام الجديد مجموعة من الظواهر منها⁴:

- ✓ كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- ✓ ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحيانًا من غير المتخصصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد، حتى أنهم يتفوقون فيها على أهل الاختصاص الأصليين.
- ✓ ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبسرعة فائقة.
- ✓ ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.

- ✓ ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
 - ✓ المشاركة في وضع الأجندة: ينجح الإعلام الجديد أحيانا في تسليط الضوء بكثافة على قضايا مسكوت عنها في وسائل الإعلام التقليدية، مما جعل هذه القضايا المهمة هاجسا للمجتمع، للتفكير فيها ومناقشتها ومعالجتها.
 - ✓ نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية: وهي مجموعة من الأشخاص يتحاورون ويتخاطبون باستخدام وسائل الإعلام الجديد، لأغراض مهنية أو ثقافية أو اجتماعية أو ترفيهية، في هذا المجتمع تتميز العلاقات بأنها لا تكون بالضرورة متزامنة والأعضاء لا يحضرون في نفس المكان، والتواصل يتم دون الحضور، وقد يكون المجتمع الافتراضي أكثر قوة وفعالية من المجتمع الحقيقي، وذلك لأنه يتكون بسرعة، وينتشر عبر المكان، ويحقق أهدافه بأقل قدر من القيود والمحددات.
 - ✓ تفتت الجماهير مع التعدد الهائل والتنوع الكبير الذي لم يسبق له مثيل في التاريخ، فقد بدأ الجمهور يتفتت إلى مجموعات صغيرة، بدلا من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، وهكذا انتقل الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.
 - ✓ الحركية: وتعني إمكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من مكان إلى آخر.
 - ✓ الكونية: يتميز الإعلام الجديد بسمة النطاق العالمي، فالبيئة الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال هي بيئة عالمية، ألغت الحواجز الجغرافية، وتواصلت مع جماهير عديدة ومتنوعة.
- شبكات التواصل الاجتماعي: تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي حسب القاموس الفرنسي la rousse لأنها: نظاما يمكن من نشر وتوزيع وتوصيل المؤلفات والوثائق والرسائل السمعية أو السمعية البصرية (صحافة، سنما، معلقات)، وفي سنة 2013 أدخل القاموس كلمة تويتر إلى مصطلحات اللغة الفرنسية الجديدة، وجاء في تعريفه: تويتر هو خدمات التدوين الصغرى وشبكة تواصل اجتماعي، كما ظهر أيضا مصطلح جديد في نفس السنة له علاقة بشبكات التواصل الاجتماعي وهو مصطلح صديق والذي بالإضافة إلى دلالاته القديمة أصبح يعرف بـ: عضو شبكة اجتماعية يسمح له عضو آخر بالاطلاع على بياناته الشخصية كأن يكون له أصدقاء كثر على الفيسبوك، أما الجدار أو الحائط فلم يعد تعريفه كما كان معهودا باعتباره مكونا من الحجر والإسمنت، بل بات في قاموس اللغة الفرنسية: صفحة شخصية لعضو بشبكة تواصل اجتماعي.⁵
- شبكات التواصل الاجتماعي هي موقع إلكتروني يوفر لرواد شبكة الانترنت فتح صفحة شخصية من أجل تبادل معلومات وصور وفيديوهات مع مجموعة أصدقائهم وشبكة علاقاتهم.
- وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي من أهم وسائل الإعلام الجديد، تحظى بجماهيرية واسعة، تتأثر بمضامينها، ولعل الأرقام التي سيتضمنها الجدول التالي خير دليل على ذلك.

جدول رقم(1): يبين ترتيب أهم مواقع التواصل الاجتماعي من حيث عدد المستخدمين في نهاية 2006

الشبكة	عدد المشتركين بالمليون
Face book	1,8 مليار
Whats app	900
Instagram	500
Fb messenger	800
Tumblr	555
Twitter	317
Skype	300
Viber	249
Line	212
Snap chat	200
Linked in	106
Printerest	100
BBM	100

المصدر: Coéffé Thomas⁶

ثانياً الإعلام الجديد وحرية التعبير: تغيرت المفاهيم المتصلة بالإعلام، ونتج عن هذا التغيير مفاهيم جديدة كالتشاركية في إنتاج المحتوى، وظهر نوع جديد من مصادر المعلومات تتطلب توظيف وسائل التوثيق لتحقيق قدر من المصداقية في نقل المعلومات وتغطيات الأحداث التي تجعل من "إعلام المواطن" المصدر الأول للخبر، وهذا النوع الجديد_الإعلام الجديد_ أدى إلى تغيير واضح في نموذج الاتصال الإعلامي الذي تبدلت ملامحه، فاندمج المصدر والمرسل والمتلقي، وذابت الرسالة في الوسيلة، وما عاد مفهوم "رجع الصدى" كما كان في النموذج التقليدي للاتصال.

ويمكن الإشارة هنا إلى أن المدونات أو شبكات التواصل الأخرى مثل تويتر وإنستغرام أو سناب شات، والتي يستغلها الناشطون في نشر الأخبار العاجلة بصورة مستمرة، قد زادت من دور الشبكة العنكبوتية في الترويج لسياسة التعبير أكثر من أي وقت مضى، كما أضحت المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات وتبني الحملات المختلفة، بل تعتبر المدونات وغيرها من الشبكات أهم الخدمات التي ظهرت على شبكة الإنترنت على الإطلاق، باعتبار أن المدونين ينقلون ما شاهدوه وسمعوه بأنفسهم.

أصبحت هذه الوسائل تمثل قوة في يد أصحاب المال والسياسة، وما حدث مؤخراً خلال الأسابيع الأخيرة من الانتخابات الرئاسية الأمريكية، من تبادل تسريب للرسائل الالكترونية للمرشحة كلينتون وتصريحات ترامب خلال لقاءاته الشخصية⁷ خير دليل على ذلك، كما سبقتها تسريبات ويكيليكس الشهيرة، هذا وساهمت مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات التي أنشأها ناشطون عبر الشبكات في ظهور ما يسمى بثورات الربيع العربي في عدد من الدول العربية، على غرار تونس ومصر وسوريا.

بدأ الجمهور يشغل وظيفة المرأة التي تعكس الواقع والأحداث في مختلف الأماكن التي يتواجد بها، بطريقة بعيدة عن المهنية الصحفية، ونتيجة لذلك بدأت تتلاشى الحدود بين الجمهور، المصادر والإعلاميين، وراء خطاب عن المواطنة وحسن المواطنة وما أصبح يعرف بـ"الغوغاء الذكية"⁸، وديمقراطية عمليات النشر،

واستخدامها كإستراتيجية لإضفاء الشرعية على المواد المنشورة، وإعطائها صفة الحرفية الإعلامية، تعتمد أساسا على خبرات محددة، وتعمل ضمن نماذج اقتصادية قابلة لتطبيق إعلام الانترنت خارج وسائل الإعلام التقليدية، نتج عن الضغوطات التي تمارس على المهنة وعلى مصادر المعلومات، وكذا التغييرات التي مست الأجهزة التقنية، والتنظيمية والمفاهيمية في قطاع الإعلام.

أصبح الجمهور الذي كان يستقبل الرسائل والمضامين الإعلامية يشارك بشكل أساسي وفعال في صناعتها وبثها، فلم يعد يستعمل فقط وسائل الإعلام لاستهلاك مضامينها ورسائلها، بل تعدى الأمر إلى المشاركة الفعلية في بناء هذا المضمون وبكل حرية، لذلك فإن ما يميز هذا الجمهور أنه يستعمل وسائل الإعلام ويتعرض لها في نفس الوقت الذي يساهم في بناء محتواها، مع امتلاك هامش أكبر من الحرية أكبر بكثير من الإعلاميين التقليديين، فكم من الأفراد قاموا بنشر مقالات ومذكرات وأفلام وكتب وغيرها على شبكة الانترنت كانت ممنوعة من النشر في الوسائل التقليدية.

وأضحى الإعلاميون والصحفيين يتوجهون نحو متابعة الإعلام الجديد خاصة ما يعرف بصحافة المواطن للتأكد من نوعية المعلومات التي ينشرها ويتداولها الجمهور، وطبيعة القيم التي تحملها مثل الموضوعية والحياد، والابتعاد بذلك عن وظيفتهم التقليدية في جمع ومعالجة المعلومات، لتصبح صورة الجمهور هي التي تعمل على تحويل إعلامية الممارسة نحو التكيف تدريجيا مع بروز المواطن، والجمهور المصدر كفاعل جديد في العملية الإعلامية⁹.

وفي الحقيقة أنّ الملاحظ لهذه الممارسة الإلكترونية لتبادل المعلومات، يمكن أن يسجل أن:

1. من يكتبون ضمن هذا النوع الجديد من الممارسة ليسوا كلهم هواة بل هناك من الصحفيين والإعلاميين العاملين في المؤسسات الإعلامية من وجد في هذه الوسيلة المخرج للتملص من مقص الرقابة، ومنتفسا دون التعرض للمساءلة الإدارية أو القضائية لنشر ما يريد و إيصاله للجمهور بالاعتماد على ألقاب إلكترونية.
2. الإعلام كممارسة تتطلب شروطا أهمها التكوين لأن مهمة الصحفي لا تتمثل فقط في نقل الخبر بل تتعداه إلى معالجته والإحاطة بمختلف جوانبه وحيثياته، وهو ما لا يمكن أن يقوم به شخص هاو لا يفقه شيئا عن أخلاقيات المهنة
3. دور الإعلامي لا يتوقف عند نقل الخبر فقط لان الإعلام هو أن نمذ المواطن بجميع المعلومات التي تمكنه من تكوين رأي حول قضايا معينة، وهو ما لا يقوم به الإعلام الجديد في كثير من الأحيان.
4. المواد التي تتناقلها المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لا تستند إلى مصادر موثوقة وبالتالي يتعذر التأكد من صدقها، كما يمكنها أن تكون مزيفة لخدمة مصالح جهات معينة، خاصة وأن الإمكانيات التي تتيحها التكنولوجيا الجديدة تجعل من تزيف الأخبار والمعلومات والمشاهد بسيط وسهل.

5. محتوى هذه المواد ينحرف في أغلب الأحيان عن المسار الطبيعي المتمثل في الإعلام ويذهب إلى التشهير ونقل الشائعات والقذف والتجريح.

في ظل هذه الظروف هل يصح الحديث عن أخلاقيات مهنية في إعلام جديد تتداخل فيه الحرفة مع الهواية، الصناعة مع التجربة والضوابط مع الانفلات والمهنة مع التسلية والصحافي المهني مع المواطن الصحافي وحيث هناك اليوم حوالي "ثلاثة مليارات وثلاثمائة مليون مواطن مستخدم للإنترنت"¹⁰ لديهم فرصة أن يكتبوا وينشروا أخبارا وأفكارا وآراء وتقارير وأن يصوروا ويتلاعبوا بالصورة في المجتمع الذي نعيش فيه اليوم والذي يطلق عليه البعض اسم مجتمع المعلومات والبعض الآخر مجتمع الإعلام.

وهل يمكننا في بيئة كهذه أن نطبق الأخلاقيات المهنية التي تعني: مجموعة القيم والمعايير التي يعتمدها أفراد مهنة ما، للتمييز بين ما هو جيد وما هو سيئ، وبين ما هو مقبول أو غير مقبول، والتي تعني إعلاميا المعايير الأخلاقية والضوابط التي يلتزم بها الصحافي أثناء عمله مدركا الصواب والخطأ في السلوك المهني والتي تؤكد الموثيق الإعلامية واضعة قواعد العمل والممارسة والسلوك.

ثانيا/ الإعلام الجديد من الحرية إلى انتهاك الخصوصية: لعل تجربة الإعلام الجديد داخل المجتمعات خاصة منها في الدول النامية، حررت ولو بدرجات متفاوتة، مجموعة من الإعلاميين والمواطنين، ودعم ممارستهم لحقهم في حرية التعبير التي نصت عليها المادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، محددة "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار، وتلقيها وإذاعتها بأية وسيلة كانت، دون تقييد بالحدود الجغرافية"¹¹، إلا أنه في غياب التشريع الفعلي للقوانين، المنظم للمشهد الإعلامي الإلكتروني، المراقب لطبيعة المسار المهني والأخلاقي الذي يحتوى الرسالة الإعلامية الإلكترونية، يظل الخبر الإلكتروني رغم ما حققه من جرأة في بعض المواقع الرائدة على المستوى الوطني والعالمي، يكتنفه الكثير من الشك، خاصة إذا تعلق الأمر بالأخبار التي تتناول الحياة الخاصة للأفراد ولذويهم، بشكل فضائي تتناقله شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تعمل وسائل الإعلام الحديثة على ترويجها وتعميمها بين الناس، محولة انتباههم عن القضايا الكبرى للوطن، لصالح الخوض المتزايد في أخطاء وأعراض الآخرين، ولعل انتشار فيديوهات أفراح العائلات الجزائرية التي تناقلتها مواقع التواصل الاجتماعي العالمية، وفيديوهات الاغتصاب المباشر والتعذيب وصور أبناء والمسؤولين وفضائحهم... غيرها خير دليل على ذلك.

حقيقة أن الجدل القائم حول الحدود الفاصلة بين الحق في حرية التعبير والحق في حماية الخصوصية اللذين يعبران عن تعارض المصالح في مضمونهما، يدفعنا للتعرف على كليهما، فالأول يضمن حرية الرأي والتعبير للفرد والمجتمع دون المساس بجوهرهما أو مصادرتهما أو تقييد حدودهما، والثاني يحمي الجانب الغير معلن من الحياة الخاصة للفرد، وذلك بعدم استغلاله من طرف الغير في الإساءة إلى الشخص. وحتى نتمكن من ووضوح الحدود الفاصلة بينهما، يتعين على الشخص أو الإعلامي أثناء استغلاله لمساحة الرأي الخاصة به، في نشر معلومات حول الحياة الشخصية للأفراد، أن يتأكد بشكل واضح من الإجابة على عدد من الأسئلة،

يستطيع عبرها التميز إذا ما كانت عملية النشر تنطوي على انتهاك لخصوصية الأفراد، أم ممارسة ديمقراطية لأحد أشكال حرية التعبير. وذلك كالاتي¹²:

• هل تتعلق المادة (المعلومات أو الصور أو الفيديوهات...) المستهدف نشرها بالمصلحة العامة أو المجال العام؟

• هل الفرد شخصية عامة؟

• هل حدثت الواقعة في مكان عام؟

• هل كان من الضروري الكشف عن هوية الشخصية؟

• ما هو الدافع لنشر تلك المادة؟

ولابد في بداية المقاربة، أن نتعرف على مفهوم الحياة الخاصة، وأين تتجلى حدوده المفاهيمية، كما تم إيضاحها ضمن المادة 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، التي حذرت من "تعرض أي أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته أو لحملات على شرفه وسمعته، ولكل شخص الحق في حماية القانون من مثل هذا التدخل أو تلك الحملات"¹³، وبالتالي يكون لكل فرد الحق في المحافظة على سرية حياته الخاصة، وعدم جعلها مضغة سائغة تلوكها السنة الناس، أو أن تكون موضوعا للنشر، فالإنسان له الحق في أن يترك وشأنه، ليعيش حياة هادئة بعيدة عن العلنية والنشر والأضواء.

إلا أن هذا الوضع أصبح بعيد المنال في عصر الانفجار المعلوماتي، أين اخترقت شبكاتها التواصلية الاجتماعية المجالات الخاصة بالأفراد، وضيقت هامش الخصوصية بحياتهم، نظرا لما تستوعبه من كم هائل للمعلومات والتفاصيل الشخصية الدقيقة عن كل منضم للشبكة، كاليانات شخصية وميدانية، لتكون قواعد وصفية دقيقة للجماهير الواسعة، وقد تشمل بيانات الهوية، مثل: الاسم واللقب، والسن، والجنس، مكان التواجد...، بالإضافة إلى بيانات ثقافية: كطرق العيش، والديانة...، وبيانات تفاعلية: تعبر عن مجموعة الأفكار والاهتمامات والهوايات...، الموضوع بصيغ متنوعة، تتمثل في صور وفيديوهات مباشرة ومسجلة، التي يطرحها أفراد المجتمع في الفضاءات التواصلية الافتراضية، مما يمنح شبكات التواصل الاجتماعي فرصة القيام بمسح منظم للأفكار التي يتبادلها روادها، ليتم تصنيف المجتمع الإلكتروني العالمي إلى قطع أو مجموعات اجتماعية إعلامية Les segments sociaux media، تجمعها خصائص مشتركة في نمط حياتها اليومي، وذلك يتم دون وعي رواد الشبكة، الذين يقحمون الغير بشكل غير مباشر في معيشتهم اليومية.

وساعد الانخراط اللامحدود من للجماهير الواسعة، بما في ذلك المشاهير والشخصيات العامة، من سياسيين ومتقنين، ورجال الاقتصاد، وفنانين... في هذه الموجة الافتراضية، دفع وسائل الإعلام الإلكترونية لتسليط عدسة «الزوم» اتجاه كل ما يروج من مستحدثات في شبكات التواصل الاجتماعي، طامحة صناعة سبقها الصحفي من صورة عائلية لأحد السياسيين، أو تدوينه نقديه تخص أحد رجال الفكر، أو فيديو يحمل كلام نابي لأحد الفنانين، أو لقطة جنسية لأحد رجال الأعمال...، والأمثلة عديدة على سبيل الذكر لا الحصر، كلها تختلف حسب السياق والزمان الواردة فيه، في انتهاك صارخ لخصوصيتهم جعلت حياتهم الشخصية وخصوصيتها سلعة مطلوبة بكثرة تتداولها منصات التواصل الاجتماعي وكأنهم يعيشون في بث مباشر،

الأخطر من ذلك تنقلها وسائل الإعلام التقليدية (الكلاسيكية) مباشرة وبسرعة المعلومة حتى لا نقول سرعة الضوء، هذا ويشجع الكم الهائل للتعليقات التي تسجلها الأخبار التي تمس الحياة الخاصة بالأفراد، عبر المواقع الإلكترونية، بشكل كبير وسائل الإعلام التقليدية على تناولها، بل وتتجرأ على وضعها في العناوين الرئيسية ضمن الأخبار الكبرى التي تعنى بشأن العام، مما يغذي انتشارها ويؤكد مصداقيتها، دون الرجوع إلى الشخص المعني، أو إلى مصدر موثوق للخبر، مع انتهاك صارخ لحقوقه، وهو ما يتنافى تماما مع الأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي.

ثالثا/ مخاطر انتهاك الخصوصية: تظهر خطورة نقل ما يروج في الفضاء الإلكتروني الافتراضي، الذي تتراكم فيه الأخبار من كل حذب وصوب، في نقله إلى الفضاء الفعلي المعاش، فإذا استحضرننا طبيعة التكلفة النفسية والاجتماعية على الأسر والأطفال التي تتعرض ذويها لمثل هذه الانتهاكات، لخففنا من اندفاعنا المطلق، وحكمنا المسبق على كل فرد طاله تلصص على خصوصياته الشخصية، إضافة إلى هذا يمكننا التطرق إلى عدد من المخاطر التي قد تمس المجتمع ككل نذكر منها:

1_ تعمل مثل هذه السلوكيات والممارسات على هدم ثقافة النموذج والمثل الأعلى، الذي سيحتذي به الجيل الصاعد، ويتلقى منه المعارف، ويستخلص منه العبر والقيم المجيدة، خاصة إذا ما استهدفت حملات الفضائح شخصيات وطنية من سياسيين ومفكرين ورجال الدين والمعلمين...، وغيرهم من النماذج التي شكلت مصدر فخرا للأمة.

2_ أصبح مثل هذه الأخبار يستغل كاستراتيجية تسويقية رخيصة لاستغواء الجمهور اتخذت من مثل هذه الرسائل الإعلامية الإلكترونية غلافا تجاريا، ينساب مع غرائز الجمهور عوض عقله، مبعثرا أخباره بين ثلاثية الدم والجنس والدين، ليضمن الانتشار على حساب الأخلاق والقيم والأدبيات الإنسانية، حيث تقوم الجهة المعلنة ببث ما يطلق عليه فيديو فضيحة تضمنه إعلاناتها، فلا يفتح الفيديو قبل الاطلاع على محتوى المادة الإعلانية.

3_ تنمية مشاعر الريبة والشك، والحقد والانتقام داخل المجتمع، بحيث يفقد أفراد المجتمع الثقة في بعضهم البعض حتى داخل الأسرة الواحدة، ويعيشون في حالة من الرعب والخوف من فضح معلومات تخصهم، وهو ما يؤدي إلى انتشار الأمراض العصبية والأمراض المزمنة التي قد تنتج عن حالات القلق الحاد، والعزلة الاجتماعية، والوسواس القهري، والحرمان من النوم... وغيرها، وهي كلها قد تؤدي إلى انتشار مظاهر العنف والجريمة.

4_ اختلال ميزان الأخلاق والقيم داخل المجتمع، من خلال التشجيع على حب التجسس والنبش في حياة الآخرين إلى حد الهوس، والعدائية اتجاه أفراد المجتمع، عوض نشر جو المحبة والتضامن، الذي يساهم في تنشئة اجتماعية سليمة، تقود إلى صحة نفسية واجتماعية جيدة.

5_ الاختباء وراء اسم مستعار والمراوغة كي لا يعرف أحد صاحب هذا الحساب أو ذاك الذي اتخذ من وسائل التواصل الاجتماعي منصة للسب والشتم والتطاول على الآخرين.

6_ الأخطر من كل هذا هو تنمية مشاعر الحقد تجاه الوطن ورموزه، من خلال مشاعر الشك التي تزرعها مثل هذه الممارسات في نفوس المواطنين تجعلهم يفقدون الثقة في النظام الحاكم ومؤسساته. خاتمة:

يجب أن نعي جميعاً أن الحرية التزام اجتماعي، واعي ومسؤول، يحدد الحدود الفاصلة بين الحياة العامة، التي نتشارك في سن مبادئ وأساسيات عيشها جميعاً، وبين الحياة الخاصة التي تشكل معالم هويتها بأنفسنا، ونختار أفعالنا ضمنها، ونتحمل عواقبها، فإذا كنا نتطلع لإعلام يحقق ديمقراطية نشر الخبر لجميع الأفراد، ويحترم البنائيات المجتمعية ويسموها بوعيها، يراقب إخفاقاتها وأخطائها ليساهم في إصلاحها، حتى نتمكن من إحراز التطور والتناغم بين المؤسسات المجتمعية، نحن لا نقصد بهذا الدعوة إلى تجميل الواقع، أو إلى تغييب الأخبار التي تخص الحياة الخاصة بالأفراد عن الرأي العام بشكل مطلق، إنما نقصد ضرورة تعديل طبيعة تناولها وبثها عبر منصات الإعلام الجديد، حتى يكون لها دورا في التوعية، وتجاهلها إذا كان تداولها لا يحمل أية قيمة أخلاقية.

كما يجب أن نعي أيضاً أننا لن نحقق مثل هذه الأهداف دون تضافر مجهودات الجميع داخل المجتمع، من مؤسسات الدولة عن طريق التزامها بتشريع قوانين تمنع وتجرم مثل هذه الممارسات، ومؤسسات التنشئة الاجتماعية من خلال التزامها بتوعية الأفراد والأجيال بطرق تعاملهم مع الإعلام الجديد واستغلال وسائله، وكذا مؤسسات المجتمع المدني التي يجب أن تشكل الضمير الحي للمجتمع وتراقبه.

قائمة المراجع:

¹ المركز الفلسطيني للتنمية والحريات الإعلامية (مدى): القضاء والإعلام حرية التعبير بين النظرية والتطبيق/دراسة مقارنة، 2012، ص (66-69).

² عبد الحسيب محمد تيمور، محمود علم الدين: الكمبيوترات وتكنولوجيا الاتصال، دار الشروق، القاهرة، دت، ص ص(206، 207).

³ كامل خورشيد مراد : الاتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص ص(421، 423).

⁴ عبد الرزاق محمد الديلمي : الإعلام الجديد وصحافة المواطن، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص ص(221، 223).

⁵ <http://www.larousse.fr/Dictionnaire/Français>(visité le 22/3.2018 a 22 :40).

⁶ Coéffé Thomas :Chiffres réseaux sociaux , blog du modérateur,23 November , 2016(Visité le 28 /3/2018 à 21 :12).

⁷ Jesse Singal :Citizen journalism' is a catastrophe right now, and only get wors, Selectall. <http://selectall.2016-october,19,2016>. Visited 22/01/2017 .22 :45.

⁸ Ruellan, Denis : Le professionnalisme du flou , identité et savoir faire des journalistes français, Grenobl,PUG, 19993,P 240 .

⁹ Miege, Bernard : les industries du contenu face à l'ordre informationnel, Grenoble, PUG, coll, La communication en plus,2000, P 95.

¹⁰ <http://www.internetlivestats.com/internet-users>. visité le 23/3/2018 à 18:32.

¹¹ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، المادة 19، الصادر بموجب الجمعية العامة للأمم المتحدة، عام 1948.

¹² بولين أنطونيوس أيوب: الحماية القانونية للحياة الشخصية في مجال المعلوماتية، لبنان منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2009، ص40.

¹³ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، المادة 12، الصادر بموجب الجمعية العامة للأمم المتحدة، عام 1948.