المجلة الدولية للإتصال الإجتماعي
جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم
ISSN: 2437 – 1181
EISSN:2710-8139

المجلد 09 / العدد 01 : (2022) ، ص – ص 09 ، 20

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 تومي[2]

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

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

تاريخ الاستلام: 2021/07/16 تاريخ القبول: 2021/12/29 تاريخ النشر: 2022/03/31

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 الإجتماعية، خاصة بعد الأحداث الأخيرة التي عاشتها الجزائر فيما عرف بالحراك الشعبي .

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

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.

*المؤلف المرسل

1. مقدمة:

شكلت البيئة الرقمية في وقتنا الحالي فضاءاً مفتوحاً لظهور الكثير من الأنواع الحديثة للصحافة كصحافة المواطنة وصحافة الموبايل(الموجو) وغيرها، وكذا تنامي إستخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة موقع فيسبوك وتوتير وإنستغرام وغيرها، وهذا ما جعل من مهنة الصحافة في يد الكل بعدما كانت حكرا 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 الإجتماعي) مع ظهور وتنامي موجة الحراك الشعبي وتصاعد الشعبوية السياسية في العالم، وزاد معه التدفق الهائل للأخبار والمعلومات التي تتعلق أساسا بالوضع السياسي والإقتصادي في نقطة أو منطقة من حيز جغرافي معين، وهذا ما أدي بالفعل إلى ظهور ما يعرف بالأخبار الكاذبة التي توغلت وسطت 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 المصداقية، ولعل التأثير الذي أحدثته هذه الوسائط على الرأي العام، جعل منها محل مراجعة مباشرة حول المكانة التي أضحى 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 لإنتشار 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 تشكل 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 والمشاهدة 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 الإجتماعي؟
- هل تعتمد مواقع التواصل الإجتماعي على المصادر الموثوقة في إنتاج المحتويات الإخبارية ؟
- ما هي نظرة قانون الإعلام الجزائري لهذا النمط من الممارسة الإعلامية ؟
- هل تعتبر المهنية 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 المصداقية كأحد المعايير المهمة في الصناعة الخبرية .

. التعرف على القوانين في الجزائر التي تضبط ممارسة هذا النوع من الإعلام .

2. ماهية مواقع التواصل الإجتماعي.

1.2 تعريف فيسبوك:

أنشئ الموقع سنة 2004 من طرف الطالب مارك زوكيربيرغ تحت الرابط الإلكتروني The facebook.com، حيث كان التسجيل في الموقع مقتصرا 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 و اضافة العديد من التحسينات عليه ، وتتلخص 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 مجانا وتديره شركة (فيس بوك)محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها ، فالمستخدمون بإمكانهم الإنضمام 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 و ارسال الرسائل إليهم (الخريشة، 2016، صفحة 22).

2.2 الأنشطة التي يقوم بها مستخدمي 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 والجماهير ، 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 او دعائية (الرعود، 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 أنها 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 الإجتماعي .

نشر التعليقات والآراء ضمن فقرة (post) ،ونشر لوحات وبطاقات المناسبات .

الترويج للحملات الإعلانية ، والتعبئة الإنتخابية حول القضايا المطلبية الأساسية . (سند، 2013، صفحة 33.34) .

3. الأخبار الكاذبة .

1.3 مفهومها :

ظهرت عدة تعريفات لمصطلح الأخبار الكاذبة ، فعلى سبيل المثل عرّف " ألكوت " و" جينتزكوف " الأخبار الكاذبة بأنها " مقالات إخبارية تتعمد الإختلاق والكذب بهدف تظليل القراء، وهو مصطلح يستخدم تبادليا مع مصطلح المعلومات المظللة أو الأنواع الأخرى من الفوضى التي تحدث بداخل نظام المعلومات المتواصل، وأصبح بذلك مصطلحا عريضا يستخدم لوصف الأخبار الغير دقيقة أو المفبركة، لكن لا يصف مصطلح الأخبار الكاذبة بدقة الإلتباس بين المعلومات المظللة 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 ماكرة 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 اجل القيام بتظليل 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 الإنتشار 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 يلجون لهذه الفضاء ات، 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، فاالتحدي الآن الذي يواجه مستخدم وسائل التواصل الاجتماعي ليس فقط تجنب التأثر 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 الكثريين منهم يقدمون على قراءة العنوان فقط وينشرون المحتوى دون قراءة أي شيء منه (يسعد، 2020، صفحة 129)، وأصبح بذلك المصدر مجهول أو مغيب أوحتى ينعدم ، فهي مجرد إجتهادات وقذف للأخبار قصد تسجيل وتحقيق نسب معتبرة من المتابعة أو المشاهدة أوالإعجاب .

توسع نشاط صفحات مواقع التواصل الاجتماعي بشكل واضح مع تطور الأحداث، وبروز معطيات جديدة حول مفهوم الحرية في ممارسة الإعلام بظهور مصطلح صحافة المواطنة , 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 تتصدر 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 ا لواقع في شيء مستلهما مقولة باول جوزيف غوبلز صاحب العبارة الشهيرة: "أكذب ثم أكذب...حتى يعلق شيء ما في أذهان الجماهير (الراجحي، 2018، صفحة 10).

وتماشيا مع المشاريع التي تطلقها إدارة فيسبوك أعلنت الشركة عن أول عشرين عضوا في مجلس الرقابة التابع لها ، وهو هيئة مستقلة يمكنها إصدار أحكام، حيث ستتمكن الهيئة المستقلة التي أطلق عليها البعض "المحكمة العليا" لفيسبوك من إلغاء قرارات الشركة والرئيس التنفيذي مارك زوكيربيرغ 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 سنة192´6 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 الصحفين 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 مالكها .

الأمانة : تتضمن عدم الإبتزاز وعدم إستخدام الخداع أو التنكر 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 أخر ن أو تتضمن معلومات او أخبار أو تصريحات من مواقع او جهات إعلامية او سياسية ليست ذات موثوقية بناءا على تجارب او 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" (مزاري، 2020، صفحة 215) .

2.4 نظرة قانون الإعلام في الجزائر للممارسة الإعلامية .

نتيجة للتحولات 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 الإجتماعي، 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 وأراء وإتجاهات معينة ، وساهم الإنتشار الحر للمعلومات ، من خلال مواقع التواصل الإجتماعي 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 قانون05 /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 إحترام :

- ـــــــــــــ الدستور وقوانين الجمهورية .
- ـــــــــــــ الدين الإسلامي وباقي الأديان .
- ـــــــــــــ الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع .
- ـــــــــــــ السيادة الوطنية والوحدة الوطنية .
- ـــــــــــــ متطلبات الأمن والدفاع الوطني .
- ـــــــــ كرامة الإنسان والحريات الفردية و الجماعية .
- ـــــــــ 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 والرقي 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 احمرا، 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 **المادة03** 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** الى**72** الخاصة بممارسة أنشطة الإعلام الالكتروني 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، و لم 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 إلى73: تحدثت بشكل عام على النشر في الانترنت ، و لم تحدد بذلك نشاط الأشخاص والمدونين والصفحات الناشطة 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 و لم 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 بهدا النوع من الإعلام الجديد قد أعطى إشارة واضحة أن جهاز الأنترنت الذي يحوي العديد من مواقع التواصل الإجتماعي 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 وفبركة الأخبار مما يهدد النسيج الإجتماعي 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 قي طبيعة فئة المرسلين من حيث العامل الثقافي والنزعة الإحترافية والتعلق بما يسمى بالأخلاقيات الصحفية، وكذا الخلفية الاجتماعية وأيضا 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 ترى من المنظور الاجتماعي كمحيط لسير الرسالة الإعلامية، وتضع بذلك القائم 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.

تعلُق الجماهير والمستخدمين بمواقع التواصل الاجتماعي، و هي بذلك جمعتهم المصلحة وذلك من أجل معرفة أخر 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 إحترافية، 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 محدداتها وتأثيراتها على الجمهور والمشتركين في هذه المواقع والمنصات الاجتماعية

ويرتبط أداء الصفحات والمواقع الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي بضرورة إحترام خصوصيات الأفراد، وممارسة إعلام المواطنة بعيدا عن لغة نشر أخبار لفت الانتباه وإستغلال هذه المنابر والترويج للأشياء الإيجابية ونشر الإخبار 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 ، بإعتباره 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 مواثيق الشرف أضحى أمراً يجب العمل على تحقيقه بالنظر إلي تمرد الجماهير على ممارسة هذا الحق بلا قيود، وبعيدا عن معايير المهنية و إحترام مواثيق الشرف .

5. خاتمة .

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 ، وبالخصوص في مواقع التواصل الاجتماعي تحتاج إلى الكثير من التمعن والتفحص لوضع **أولا**: الآليات التي تحدد طبيعة المضمون المنتج على مستوى هذه المنصات في ظل الإنتشار الملحوظ للأخبار الكاذبة ، وذلك عن طريق إنشاء ميثاق مهني تختص به إدارة موقع التواصل الإجتماعي التي تقدم خدماتها إلى المستخدمين، إضافة إلى ضرورة وضع الحكومة لقوانيين تنظم الممارسة الإعلامية على مستوى هذه المنصات، وهنا تبرز مشكلة الحرية في إنتاج المضامين الإعلامية كإشكالية عميقة ممثلة في طريقة إستخدام هذه الحرية، إضافة إلى إيجاد المدخل الذي يدفع إلى تفعيل الجانب الأخلاقي ممثلا في قواعد النشر التي تجعل من المادة الإخبارية عنصر للبناء لا للهدم ، ولعل كل خرق في إنتاح المواد يعود لإنعدام الرقابة على المحتوى السلبي، وهو المفقود الذي يتيح المجال لممارسة الأخبار الكاذبة والشائعات على كل المستويات، إلى أن الملاحظ أن قوانين الإعلام في الجزائر لم تشر الى نص قانوني واضح، الذي يحدد كيفيات 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 أصلا 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 المحتوي الإعلامي على مستوى هذه المنصات .

6. قائمة المراجع :

الكتب :

سمسم حميدة .الحرب النفسية . الدار الثقافية للنشر (بغداد . العراق . الدار الثقافية للنشر .**2004**).

مير شايمر . 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 الإستراتجية* (الإمارات: مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتجية.**2013**).

عبد الرحمن عزي . *علم الإجتماع الإعلامي .الدار المتوسطية للنشر.* (تونس ، بيروت: الدار المتوسطية للنشر. **2010**).

عبد الرحمن عزي. *قوانين الإعلام " قراءة معرفية في النظام الأخلاقي في ضوء الإعلام الإجتماعي"* .الدار المتوسطية للنشر . (تونس: الدار المتوسطية للنشر.**2012**).

وائل مبارك خضر فضل الله.. اثر موقع التواصل الإجتماعي على المجتمع . مدونة شمس النهضة .(الخرطوم، السودان. مدونة شمس النهضة . **2012**).

الأطروحات :

عز الدين بقدوري . *أخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الإعلامية الجزائرية بوهران . أطروحة دكتواره.* قسم الإعلام .جامعة مستغانم .الجزائر .**2017** .

مبارك الرعود. *دور شبكات التواصل الإجتماعي في التغيير السياسي في تونس ومصر من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين. رسالة ماجستير* .: جامعة الشرق الأوسط. عمان، الأردن . **2012**.

سلطان جدعان نايف الخريشة . *أخلاقيات إستخدام مواقع التواصل الإجتماعي 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 الإجتماعية والإنسانية العدد. **09** .**2015**.

زهية يسعد. الأخبار المزيفة عبر وسائل التواصل الإجتماعي 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 أليات إنتشار الشائعات في مواقع التواصل الإجتماعي وسبل محاربتها. *مجلة أفاق للعلوم ،العدد 02*، **2020**.

عبد الكريم علي الدبيسي ، زهير ياسين الطاهات. دور شبكات التواصل الإجتماعي في تشكيل الرأي العام لدى طلبة الجامعات الأردنية. *مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية ،العدد 01*،**2013**.

سكينة الملاكي.. *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 التعاقدي*.معهد الجزيرة للدراسات . 2019.

محمد الراجحي. الفبركة 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/