# الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد

**حنان علال**
مخبر علم اجتماع الاتصال والترجمة
كلية علوم الاعلام والاتصال والسمعي البصري
جامعة صالح بوبنيدر قسنطينة 3.
Hanane.allal@univ-constantine3.dz

**تاريخ الوصول:2017/08/06 / القبول:2019/01/02/ النشر على الخط:2019/01/05**
Received: …… / Accepted: ……. / Published online: …….

## الملخص:

تطرح التطبيقات الإعلامية الجديدة لشبكة الانترنت (التدوين والشبكات الاجتماعية) العديد من الإشكاليات بسبب التغيرات التي طرأت على بيئة العمل الصحفي ، فلقد أتاحت تلك التطبيقات للكثير من الناس على غرار الصحفيين التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية، فهم يقدمون الأخبار ويعبرون عن آرائهم في الأحداث وفي قضايا الشأن العام الكبرى وبصورة قد تتجاوز الحدود أحيانا مما يستدعي ضرورة الاحتكام إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامي. إلا إن الإشكالية الأساسية هي عملية الضبط ذلك أن تجربة المجتمعات مع وسائل الإعلام تجسد علاقة تكون فيها التشريعات والضوابط المهنية تتماشى وتتوازى مع تطور الوسائل لكن العلاقة تغيرت فأصبحت التشريعات متأخرة عن حركة الكشف التقني والتطبيقات الإعلامية الجديدة. لذلك سنحاول من خلال هذه الدراسة التعرف على مختلف التجارب العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحافيين لمواقع الشبكات الاجتماعية و مقارنتها مع التجربة الجزائرية.

**الكلمات المفتاحية:** الأخلاقيات المهنية، التدوين، الاعلام الجديد، ميثاق الشرف، قانون الاعلام الجزائري 2012.

**Professional ethics in the new media era**

**Abstract:**
The new media applications (blogging and social networks) pose many problems because of changes in the journalistic environment. These applications have allowed many people, like journalists, to freely express their opinions and ideas. They provide news and express their views on events and issues. Public opinion and may exceed the limits sometimes necessitates the need to resort to the ethics of media practice and media codes of honor. However, the main problem is the process of control. The experience of societies with the media reflects a relationship in which legislation and professional controls are in line with the development of means, but the relationship has changed and the legislation is lagging behind the technical disclosure and the new media applications. Therefore, we will try through this study to learn about the various international and Arab models in organizing the use of journalists for social networking sites and comparing them with the Algerian experience.
**Key words**: Professional Ethics, Blogging, new media, Charter of Honor, Algerian Media Law .

## مقدمة:

تعد وسائل الاعلام والاتصال الجماهيرية أحد الأركان الأساسية للتقدم والحضارة، و يفترض بها أن تحافظ على ثقافة المجتمع وأصالته وأخلاقياته، فالصحافي يعمل على توعية وتنوير الجمهور وهذا حسب رغبته واحتياجاته، ورسالة رفيعة من هذا

الطراز تستلزم التحلي بجملة من المبادئ الأخلاقية لممارسة المهنة الصحفية. لذلك يعتبر موضوع أخلاقيات الاعلام من القضايا الجادة والمتشابكة فلطالما ارتبط بالفلسفات والأديان القديمة والمعاصرة وهو مرتبط بحرية الصحافة والإعلام على ضوء الفلسفات الإعلامية، لكن الموضوع بحد ذاته هو موضوع قديم لا زال يحتاج إلى الكثير من الدراسات نتيجة التطورات السريعة التي يشهدها العالم في ميدان الاعلام والاتصال؛ إذ تطرح التطبيقات الجديدة للإنترنت في المجال الصحفي العديد من الإشكاليات، بسبب التغيرات التي طرأت على بيئة العمل الإعلامي ككل، فلقد أتاحت تلك التطبيقات للكثير من الناس على غرار الصحفيين التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية، فهم يقدمون الأخبار ويعبرون عن آرائهم في الأحداث وفي قضايا الشأن العام الكبرى وبصورة قد تتجاوز الحدود أحيانا مما يستدعي ضرورة الاحتكام إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية ومواثيق الشرف الإعلامي. إلا إن الإشكالية الأساسية هي عملية الضبط ذلك أن تجربة المجتمعات مع وسائل الإعلام تجسد علاقة تكون فيها التشريعات والضوابط المهنية تتماشى وتتوازى مع تطور الوسائل لكن العلاقة تغيرت فأصبحت التشريعات متأخرة عن حركة الكشف التقني والتطبيقات الإعلامية الجديدة. والجزائر كغيرها من الدول العربية ليست بمنأى عن هذه التطورات التكنولوجية، وبناءا على ذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على مختلف االتجارب العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحافيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ومنصات الاعلام الجديد، ومقارنتها مع التجربة الجزائرية. و بناءا على ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

**هل يحق للصحافي المدون في مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات أن يتصرف كما يحلو له انطلاقا من مبدأ حرية الرأي والتعبير والتواصل؟**

و يتفرع عن الإشكالية أعلاه التساؤلات الآتية:

- ما المقصود بالأخلاقيات المهنية في الاعلام الجديد؟
- ما هو الشكل الذي أصبحت علية أخلاقيات الصحفي في زمن الاعلام الجديد ؟
- ما هي أهم المراجع العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحافيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ؟
- ما الضوابط المهنية التي يوفرها قانون الاعلام الجزائري لسنة 2012 وما مدى تماشيها مع تطبيقات الاعلام الجديد؟

## I. مدخل مفاهيمي:

### 1. في مفهوم الأخلاق والأخلاقيات:

تتداخل الكثير من المفاهيم، كالقانون والأخلاق والأخلاقيات، في الحديث عن تنظيم مهنة الصحافة. وتستخدم، في بعض الأحيان، كمرادفات لتحمل معنى واحدا، إلا أن الواقع العملي يكشف الفرق بينها بشكل واضح.

فأبسط تعريف للقانون متفق عليه "هو مجمل القواعد الرسمية المنظمة للعلاقات بين البشر، وهي قواعد زجرية، فدون أحكام ردعية لا يُعّد القانون قانونا "[1].

أما الأخلاق **فلغة** اشتقت من لفظ خلق وجمعها أخلاق، وهي كلمة عربية أصيلة وقد احتفظت بمعناها الأصلي إلى اليوم[2]. وقد ورد اللفظ في القرآن الكريم حيث يخاطب الله سبحانه وتعالى الرسول الكريم بقوله:" وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ "(القلم، الآية 4) و قوله تعالى أيضا :" إِنْ هَٰذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ "(الشعراء ،الآية 137) .

وفي لسان العرب لابن منظور ،" الخلق بمعنى السجية. والخلق بضم اللام وسكونها،هو الدين والطبع والسجية ،وحقيقته أنه صورة الإنسان الباطنة ،وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة ...ولهما أوصاف حسنة وقبيحة،والثواب والعقاب يتعلقان بأوصاف الصورة الظاهرة "[3].

بينما مصطلح **"أخلاقيات "** هو ترجمة للكلمة الانجليزية" Ethics"المأخوذة من الكلمة اللاتينية "ethos" ومعناها آداب، وأخلاقية هي مرادفة للكلمة الفرنسية Moralité بينما أخلاقي مرادف للمصطلح الفرنسي" Moral éthique" في حين أن مصطلح"éthique" يحمل المعنيين أخلاقية وأخلاقي.

ويعرف قاموس "المفضل" الأخلاقيات بأنها : "ما يتفق مع قواعد الأخلاق والسلوك المقررة في المجتمع ويفرق بينها وبين الأخلاق الذي هو" علم تعرفنا أحكامه الخير فنتبعه والشر فنتجنبه والصفات الثابتة في الإنسان وما يصدر عنها من خير أو شر من غير حاجة إلى فكر ورؤية "[4].ويعرف جون فريمان الأخلاق بأنها أيضا "مجموعة من المبادئ الأخلاقية، وهي قانون غير مكتوب في كثير من الأحيان، تعمل على توجيه سلوك الفرد"[5].

## 2. التدوين:

كلمة "تدوين" لغة هي اسم الفعل من" دونّ"" يدونّ "بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الانجليزية"Blogging" ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الانترنت من خلال برامج خاصة[6].

---

(1) . نصر الدين العياضي، بين القانون والأخلاق والأخلاقيات، جريدة الخبر الجزائرية،23ماي 2015،متاح على الرابط:
https://www.elkhabar.com/press/article/80737/ ,30/11/2017,11 :00.

(2) . بسام عبد الرحمن مشاقبة ، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع،ط 2012،01 ، ص 61.

(3) . ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ط4، 2005، ص203.

(4) . عبد العالي رزاقي، المهنة صحفي محترف:قوانين الاعلام وأخلاقيات الصحافة في 22دولة عربية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع،ط1 ،2013، ص24.

(5) . المرجع نفسه ، ص25.

(6) . نجود زعيم ، التدوين الالكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، رسالة ماجستير، غير منشورة ،جامعة منتوري- قسنطينة، 2011 /2012، ص8.

وارتبط مصطلح" التدوين" لفترات طويلة بالمدونات الالكترونية التي يغلب على محتواها النصوص والروابط التشعبية. وتعرفها موسوعة ويكيبيديا Wikipedia على أنها "تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورها عبارة عن صفحة ويب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبا زمنيا تصاعديا، ينشر منها عدد محدد مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المدخلات القديمة ويكون لكل مداخلة منها عنوان دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة"[1].

ولكن مع تطور المدونات وتعدد أنواعها من جهة وانتشار التدوين واتساع دائرة استخدامه من جهة ثانية عبر تطبيقات جديدة لشبكة الانترنت، انعكس ذلك على مفهوم التدوين الذي اتسع ليشمل النشر عبر مختلف تطبيقات واستخدامات شبكة الانترنت الاجتماعية[2]، أو ما يطلق عليها بمواقع الشبكات الاجتماعية وأبرزها موقع فيسبوك الذي يعتبر بمثابة الشبكة الأكثر شعبية في العالم.

## 3. مواقع الشبكات الاجتماعية:

انتشر مصطلح "الشبكات الاجتماعية" للحديث عن نوع جديد من مواقع الانترنت يمثل الفيسبوك مظهرها الأكثر انتشارا وشعبية. إلا أن استخدام هذا المصطلح وفق الباحث التونسي الصادق الحمامي غير مناسب لان الفيسبوك هو من جهة ليس شبكة اجتماعية بل موقعا يتيح عددا من الخدمات تدور حول بناء علاقات اجتماعية، كما أن المصطلح من جهة أخرى يتعلق بمفهوم سوسيولوجي يحيل على مجموعة من العلاقات الاجتماعية بين فاعلين اجتماعيين في إطار مؤسسي أو غير منظم .ويعرف الباحثان "بويد وأليسون "مواقع الشبكات الاجتماعية على أنها صنف من المواقع يقدم خدمات تقوم على تكنولوجيا الواب تتيح للأفراد بناء ملمح متاح للعموم أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد. كما تتيح هذه المواقع بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين[3].

## 4. الاعلام الجديد:

ظهر مصطلح الإعلام الجديد ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبث أو ينشر عبر الوسائل الإعلامية التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، و ذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع

---

(1) . موسوعة ويكيبيديا بتاريخ 2018/11/30، نقلا عن https://ar.wikipedia.org

(2) . خليل عبد الله علي، محمد علي محمد نور وسارة عبد الله آدم أحمد، استخدام المدونات المرئية في ترويج وتسويق الأنشطة والمواقع السياحية بالتطبيق على خدمة الصورة المرئية في يوتيوب، المؤتمر العلمي الدولي السياحة تنمية مستدامة ، جامعة الشارقة، أفريل 2018، الإمارات العربية المتحدة.

(3).الصادق الحمامي،" كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية"؟ إحدى عشر مسألة أساسية؟،ندوة "الشبكات الاجتماعية والشباب الإماراتي:الواقع والتحديات"،جامعة الشارقة-كلية الاتصال، 3 ماي 2012.

المضامين الإعلامية[1]. وهو كذلك الاعلام الرقمي-التفاعلي، الذي يشمل الصحافة الالكترونية (الإعلام الإلكتروني)، التدوين، التصوير الصحافي الرقمي، صحافة المواطن و الميديا الاجتماعية أو مواقع الشبكات الاجتماعية . وهو أيضا ذلك الاعلام الذي بقدر ما أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توسيع حرية التعبير فيه بقدر ما فتحت الباب على مصراعيه أمام أنماط جديدة من الانتهاكات الأخلاقية. وبقدر ما يفترض أن تزيد من مسؤولية الصحافي المهني للتمايز ومعرفة كيفية استخدام هذا الاعلام الجديد للبحث والنشر والبثّ، وكيفية استخدام النصوص والصور الآتية من المواطنين في عمله، وكيفية إطلالته إعلاميا من المنصات المختلفة لهذا الاعلام الجديد[2].

ونقصد بالإعلام الجديد في دراستنا هذه: التدوين الذي يمارسه الصحفي على مختلف تطبيقات واستخدامات شبكة الانترنت الاجتماعية (ممثلة في المدونات و مواقع الشبكات الاجتماعية).

## 5. أخلاقيات المهنة الصحفية:

بداية نشير إلى أن مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية ليس مفهوما حديثا، فظهوره يعود إلى عام 1916م في السويد حيث تشكلت البدايات الأولى، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا عام 1918م والتي سعت إلى وضع مشروع ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى نظرا للدور الذي لعبته وسائل الاعلام في تلك الفترة[3].ويعتبر هذا المفهوم من أهم الأسس التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية.

وتعرف أخلاقيات الصحافة بأنها: "مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة وتنقسم الأخلاقيات إلى أخلاقيات جمع المادة الصحيحة وأخلاقيات كتابتها ويعبر عن هذه الأخلاقيات وآليات إلزام والتزام الصحفيين بها عبر مواثيق الشرف الإعلامي "[4] .

وتمثل هذه المعايير والضوابط وفقا للباحث التونسي الصادق الحمامي التزاما جماعيا طوعيا فالأخلاقيات يصوغها الصحفيين من تلقاء أنفسهم في إطار النقابات المهنية أو تضعها المؤسسات الإعلامية[5]، رغم أن هناك نوعان من مواثيق الشرف المهني، منها مواثيق إجبارية وإلزامية وهي التي تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالف أو ينتهك ما جاء بها، وأخرى مواثيق اختيارية

---

(1) . حسنين شفيق، الإعلام الجديد: الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع،ط1 ، 2010 ،ص 52.

(2) . إيمان عليوي ، "الأخلاقيات المهنية في الاعلام الجديد "،جريدة المدن اللبنانية ، 08ديسمبر 2015 ، متاح على الرابط:(بتصرف)
http://www.almodon.com/opinion/2015/12/8/

(3) . بسام عبد الرحمن مشاقبة ،مرجع سبق ذكره ، ص ص 71 ،72.

(4) . حاتم علي مصطفى العسولي، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز- أطروحة دكتورة، غير منشورة ،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، 2017، ص 74.

(5) . . الصادق الحمامي ،الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ، مجلة الإعلام والعصر الإماراتية،، عدد سبتمبر 2013 ،متاح على الرابط :
http://www.jadeedmedia.com/2012-04-18-15-04-13.html,30/11/2018,12:30.

وتعد بمثابة تنظيم ذاتي للعاملين في المهنة[1]. ويمكن الإشارة إلى أن مواثيق الأخلاقيات مثل القوانين تخضع للمراجعة والتعديل والإثراء باستمرار، نتيجة التطورات الحاصلة في المهنة ولتعقد وتشابك العلاقات بين البشر والمؤسسات، وللتطور التكنولوجي[2]. وهي تختلف عن القوانين التي يضعها البرلمان ويمكن أن تطبق على بعض القضايا والممارسات الصحفية عن طريق المحاكم والقضاء[3].

وفي ظل الاعلام الجديد برزت الحاجة إلى أخلاقيات تعالج المسائل المستحدثة التي أفرزتها تطبيقات الانترنت المختلفة، حيث يرى وارد أن التغيير الجوهري الذي ينبغي أن يكون في أخلاقيات الاعلام يتمثل في ثلاث مجالات: رؤية جديدة لطبيعة أخلاقيات الاعلام، ثم أخلاقيات تطبيقية تحكم الممارسات الإعلامية، وثالثا أخلاقيات الاعلام العالمي باعتبار هذا الاعلام عابر للقارات ويتخطى الحدود الجغرافية والدولية[4].

ولهذا تتباين المعايير المهنية والأخلاقية الصحافية في تفاصيلها من دولة لأخرى ومن بيئة إعلامية لأخرى، فهي ليست علماً من العلوم يستند إلى قواعد محددة، فلا توجد مدونة قواعد عالمية تحكم هذه الأخلاقيات، فقد حددت العديد من الهيئات والمؤسسات الإعلامية مجموعة من المعايير والضوابط المهنية والأخلاقية التي تنظم عمل الاعلام الالكتروني عموما، كما يوضحها الجدول في الأسفل بحسب ما وردت في مواثيق جمعية الصحفيين المحترفين، وجمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية، وشبكة BBC، وقوانين النشر والصحافة الإلكترونية العربية[5]:

**الجدول رقم(01):يبين المعايير المهنية والأخلاقية الأمريكية والأوروبية والعربية**

| م | جمعية الصحفيين المحترفين | جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية | شبكة BBC | قوانين النشر العربية | الصحافة الالكترونية العربية |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | المسؤولية | المسؤولية | الحيادية والنزاهة | الصدق والموضوعية | الدقة |
| 2 | حرية الصحافة | حرية الصحافة | المصلحة العامة | المبادئ والمقومات | توثيق المصدر |
| 3 | الأخلاقيات | استقلال الصحفي | المسؤولية | كرامة المواطنين | الموضوعية |

(1) . أمال معيزي، التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر وأثره على الممارسة المهنية للصحفيين-دراسة مسحية للنصوص التشريعية ومواقف الصحفيين - ،مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ،غير منشورة ، جامعة الجزائر 3، 2015/2014 ،ص261.

(2) . نصر الدين العياضي ،مرجع سبق ذكره.

(3) . عبد العظيم الجميلي وثناء العاني، الاعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع،ط 1، 2016، ص ص 101-104.

(4) . المرجع نفسه، ص 131

(5) . حاتم علي مصطفى العسولي، مرجع سبق ذكره، ص 74.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 4 | الدقة والموضوعية | الصدق والدقة | الحقيقة والدقة | حسن سير العدالة | عدم الانحياز |
| 5 | الإنصاف | عدم الانحياز | الاستقلالية | سرية المهنة | |
| 6 | العهد | الإنصاف | | حق التصحيح | |

ويقصد **بالأخلاقيات المهنية في الاعلام الجديد:** أخلاقيات الصحافي في تعامله مع مادته الإعلامية على الانترنت من أجل نشرها في مدونته الالكترونية، أو على صفحته الخاصة في الفايسبوك أو في حسابه على تويتر أو انستغرام أو أي من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي[1].

## II. ضرورة الضبط الأخلاقي للإعلام الجديد:

يرى بعض العاملين في الاعلام الالكتروني انه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، ويقترح اغلبهم أن يكون هناك تكتلات تلتزم بعض القواعد، وأن يكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع من خلالها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسئ إليه.

ان ما يثير إشكالية ضرورة التوصل إلى ميثاق شرف للعاملين في الاعلام الالكتروني هي عديد المظاهر التي يمكن أن نرصدها في الاعلام الالكتروني ومنها الشك في مصداقيته، ومجهولية مصادر الأخبار، والتعليقات المنشورة بها، واستخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام ، والإساءة إلى الشخصيات العامة بالسب والقذف،وقد يصل الأمر إلى اهانة رئيس الجمهورية وازدراء الأديان، وهما التهمتان التي عوقب بهما المدون المصري كريم عامر[2]. ولأن هذا الاعلام يعمل في الفضاء المفتوح وينطلق من منصات إلكترونية لا يمكن حصرها وتحديدها، تبدو مهنة ضبطه أكثر صعوبة، وتجد أن الحاجة إلى إقرار تشريعات وضوابط مهنية وأخلاقية لها مسألة معقدة وليست بالهينة، ولا يمكن الوصول فيها إلى حالة من الضبط التام الملزم للجميع[3].

وفي هذا الإطار، يرى الصحفي والمدون المعروف دان جيلمور ( Dan Gillmor ) أن على الصحفيين المدونين أن يعملوا بشكل فردي أو جماعي على تنمية قيم المسؤولية الاجتماعية في نشر الأخبار في فضاء الانترنت الذي ينشطون فيه وبالتالي ضرورة تبني المدونين مشروع أخلاقيات الانترنت، وهو عبارة عن مدونة سلوك أخلاقيات مستعملي شبكة الانترنت من مواقع تواصل اجتماعي، صحافة إلكترونية، مدونون وغيرهم. فهي التزام ذاتي يقترحه المدونين على مدوناتهم ومواقعهم الخاصة ويكون عادة بطريقة تشاركية ويمكن تحسينه ومراجعته كلما دعت الحاجة إلى ذلك من قبل متصفحي شبكة الويب، وأخلاقيات

---

(1) . إيمان عليوي ، مرجع سبق ذكره.

(2) . شريف درويش اللبان،"الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد" ، مجلة رؤى إستراتيجية ،المجلد الثاني ،العدد 7، الإمارات العربية المتحدة :مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، جويلية 2014، ص ص 122،123 .96-135.

(3) . حاتم علي مصطفى العسولي، مرجع سبق ذكره، ص 75.

الانترنت قريبة من المبادئ الأخلاقية المعتمدة في وسائل الاعلام الكلاسيكية كالتثبت من الخبر و احترام الحياة الخاصة وقابلية المعلومة للنشر وغيرها مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات النشر في المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي[1].

## III. نماذج عالمية وعربية لمدونات أخلاقية متصلة بالإعلام الجديد:

بينت التجارب العالمية المتقدّمة أن استخدامات الصحفي لمواقع الشبكات الاجتماعية أو الميديا الاجتماعية كما يسميها الباحث التونسي الصادق الحمامي، يخضع بشكل عام إلى المواثيق الأخلاقية وآليات المساءلة المتصلة بالإعلام التقليدي. فالصحفي ليس حرا في الفضاء الافتراضي يتصرف كما يشاء دونما قيد، كما يعتقد الكثيرون وذلك لسببين أساسين اثنين:انتماءه إلى مؤسسة حريصة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور من جهة أولى، والمسؤولية الاجتماعية للصحفي من جهة ثانية باعتباره فاعلا اجتماعيا يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة. وفي هذا الإطار قامت كل من الفيدرالية المهنية لصحافيي مقاطعة كيبك في كندا بتطوير ميثاقها الأخلاقي بإدراج مبادئ خاصة بالميديا الاجتماعية، وكذلك أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار أو المحررين ( The American Society of News Editors) دليلا اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحافيين لهذه الميديا، وكذلك فعلت كل من وكالة الصحافة الفرنسية و رويترز والبي بي سي[2]. حيث نلحظ تقارب القواعد والمبادئ التي ركزت عليها مدونات سلوك العديد من الهيئات العالمية لتعامل صحفييها مع تلك المواقع ومنها:.

### 1. أهم المراجع الدولية:

- **دليل الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار:**

أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار دليل اختزلت فيه عشر قواعد لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية تتمثل في الآتي[3]:

1. المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني. فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضي نشره في الصحيفة.
2. يجب على الصحفي أن يتحمّل مسؤولية كل ما يكتبه لأن كلّ ما يكتبه يصبح عموميا، حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصّة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسّسة وذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي.
3. يتفاعل الصحفي مع القرّاء بطريقة مهنية.

---

[1] . جمال الزرن،" من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الانترنت "، في دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية ، تنسيق معز بن مسعود وآخرون، ط1، مطبعة آرتيبو، تونس،2013، ص ص 61 ،62 . 49-64.

[2] . المكان نفسه .

[3] . الصادق الحمامي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية ،مرجع سبق ذكره.

4. لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفايسبوك أو على التويتر بل على موقع الصحيفة.
5. ينتبه الصحفي إلى نظرة الآخرين إليه، على الصحفيين الإشارة إلى أن الوصلات التي يوصون بها لا تلزمهم. ومن المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار . كما على الصحفي التحكّم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه نصيرا لمجموعة معينة. كما أن انضمام الصحفيين إلى بعض الصفحات (عبر like ) لمتابعة الأخبار قد يؤدي في الوقت ذاته إلى التأثير على صورة الصحفي.
6. يتأكّد الصحفي من أصالة وصحّة ما يقرأه على مواقع الشبكات الاجتماعية.
7. يقدم الصحفي نفسه دائما على أنه صحفي، إذ لا يمكن له أن يخفي هويته سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الإنترنت.
8. الميديا الاجتماعية أدوات وليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسّساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة.
9. يجب على الصحفي أن يكون شفافا و يعترف بأخطائه بسرعة.
10. يحافظ الصحفي على سرية الحياة الداخلية بالمؤسّسة فعليه الامتناع عن إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير لأن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تهدّد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة.

- **دليل مؤسسة الـBBC أخبار:**

أصدرت مؤسسة **الBBC أخبار** دليلا توجيهيا في مارس 2015 تطرقت فيه إلى الحالات الثلاث المختلفة لاستخدام الصحفي لمواقع الشبكات الاجتماعية المعنية بها وهي الحساب الشخصي والحساب الرسمي كخدمة الأخبار العاجلة على سبيل المثال والاستخدامات المهنية (في إطار مؤسسي) وتميز معايير الاستخدام بينها. إذ ينص الدليل ضرورة عدم ذكر الصحفي انتمائه لمؤسسة البي بي سي على حسابه الشخصي في تلك المواقع، بالرغم من أنه قد يستخدمه لجمع الأخبار والاتصال بمصادر الأخبار والمساهمين. ومن بين الإجراءات التي وضعتها البي بي سي في هذا الدليل عند استخدام الصحفيين(المحررين والمذيعين والمراسلين) لمواقع الشبكات الاجتماعية بطريقة رسمية ما يلي:

أ. لا ينشر الصحفي الموضوع أو الإدراج إلا بعد مناقشة ذلك مع مديره المباشر و محرر الأخبار في مواقع الشبكات الاجتماعية أو ما يعادله، مما يعني أن الصحفي يتمتع بنفس وضعيته في التلفزيون أو الراديو...

**ب.** على الصحفيين أن يكتبوا تحت اسم البي بي سي للأخبار، وأن يبتعدوا عن المسائل الشخصية أو ما شابه ذلك.

**ت.** يجب أن يكون استخدام الصحفي لمواقع الشبكات بصفة رسمية، وهذا لا يعني أنه لا يمكن التحدث عن أمور أخرى، فقط يجب الأخذ بعين الاعتبار أنه لديه العديد من المتابعين والمتفاعلين من الجمهور الذين سيتناقلون ما قام بنشره. كما قد يظهر المحتوى المنشور تلقائيا على مخرجات الهيئة البريطانية كموقع الأخبار[1] .

- **دليل استخدام صحفي وكالة الأنباء الفرنسية لمواقع الشبكات الاجتماعية:**

في ظل الانتشار الهائل والاستخدام اليومي للأفراد لمواقع الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، تشجع وكالة الأنباء الفرنسية صحفيها على فتح حسابات في مختلف المواقع على غرار فيسبوك وتويتر من أجل الرصد و البحث عن المعلومات من جهة، وتعزيز العلاقات والعثور على مصادر جديدة من جهة أخرى فالغرض من الدليل الخاص بمواقع الشبكات الاجتماعية هو مواكبة التطورات التكنولوجية والممارسات المهنية وتحيينها على ضوء ذلك.

وجاء هذا الدليل في الاتجاه الذي تبنته مؤسسة البي بي سي للأخبار، إذ يؤكد على ضرورة عدم إشارة الصحفي إلى انتمائه للوكالة في حسابه الشخصي على مواقع الشبكات الاجتماعية وأن يقتصر تفاعلاته مع أصدقائه فقط من خلال التحكم في قائمة الأصدقاء وإعدادات الخصوصية الخاصة بصفحته. أما في حالة استخدام صحفيو الوكالة الشبكات الاجتماعية في إطار مهني، فيجب أن يكشف الصحفي عن هويته المهنية وانتمائه للوكالة، إلا أنه يمتنع عن نشر الأخبار العاجلة و الحصرية إلا بعد ترخيص من هيئة التحرير، كما يمتنع عن نقد وسائل الاعلام الأخرى المنافسة. ونص الدليل على[2]:

1. ضرورة تطبيق قواعد دليل الوكالة و أخلاقياتها وقيمها إذ تمثل القواعد الأساسية للتوازن. وعلى الصحفي ان يتمتع بحرية مسؤولة في مختلف الشبكات الاجتماعية، وأن يمتنع عن استخدام الكلام السوقي والبذيء، ومن ثم تجنب الاهانة أو الشتم لان ذلك سينعكس على صورة الوكالة، فكل ما ينشره على تلك المواقع يكتسي بعدا عاما أو يصبح أكثر عمومية.
2. احترام استقلال وحياد وكالة فرانس برس(AFP).

## 2. أهم المراجع العربية :

- **لائحة شبكة الجزيرة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت:**

خصصت " شبكة الجزيرة الإعلامية" لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية لصحفييها في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت مثل المدونات الشخصية ومواقع فيسبوك وتويتر وغيرهم، قصد معرفة السياسات التي يتوجب عليهم

---

[1]BBC NEWS GROUP,SOCIAL MEDIA GUIDANCE FOR STAFF,March2015,pp01,02(pdf)?av,at: http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/26_03_15_bbc_news_group_social_media_guidance.pdf,30/11/2018,13:00.

[2].Guide de participation des journalistes AFP aux réseaux sociaux, AFP, p p01,02 av,at: https://www.afp.com/communication/guide-reseaux-sociaux.pdf,01/12/2018,21:00.

إتباعها والتقيد بها عند دخولهم لأي موقع والمشاركة فيه. وليس الهدف من هذه اللائحة الحد من حرية المشاركة الشخصية لموظفي الشبكة، بل الهدف الأساسي هو ضرورة الفصل بين المشاركة الشخصية للموظف وما يترتب عليها من التزامات تجاه الغير، ومشاركة الموظف بصفته موظفا بالجزيرة ممثلا لها، تضمنت اللائحة جملة من المبادئ العامة تشبه إلى حد كبير ما ذهبت إليه التجارب العالمية المذكورة أعلاه[1]:

في حال تعريف المستخدم( المشارك ) على أنه أحد العاملين بالجزيرة أو أنه يرتبط بها بأي شكل من الأشكال،يتعين عليه ما يلي:

-عدم الانخراط في أي أنشطة عبر الانترنت من شأنها إقحام الجزيرة في أي منازعة أو خلاف.

-عدم إفشاء أي معلومات سرية أو بيانات حصرية خاصة.

-عدم نشر أي تعليقات مسيئة أو غير لائقة أو تخدش الحياء العام على الانترنت.

-عدم التحدث بصورة غير لائقة أو مشينة حول أي من موظفي الجزيرة (السابقين أو الحالين) أو أي من مشاهديها أو ضيوفها أو مستشاريها أو وكلائها أو محرريها الصحفيين.

-عدم انتهاج أي من أساليب التمييز، أو القيام بأي تصرفات، أو الإدلاء بأي تصريحات أو تعليقات تكون سببا في تعريض الجزيرة للمساءلة القانونية داخل قطر أو خارجها و لا سيما أن الجزيرة شبكة تلفزيونية عالمية لها عدة مكاتب منتشرة حول العالم، وتخضع هذه المكاتب لقوانين دول المقر وتعتبر ممثلا قانونيا للجزيرة.

-عدم المساس بمصداقية الجزيرة ونزاهتها في أي حوار أو أخبار أو الأحداث الجارية. و يتعين في جميع الأحيان الالتزام بميثاق الشرف المهني الخاص بالجزيرة و بالتالي التزام الحيادية التامة في إبداء وجهات النظر.

-حتى وإن لم يُعرّف المستخدم عن نفسه على أنه تابع للجزيرة أو موظف أو عضو تابع لها، لا يجوز أعضاء فريق التحرير أو المديرين من دون استثناء مناصرة أي قضية سياسية أو فكرية.

-يتعين على صانعي القرار في فريق التحرير (الصحفيين، المذيعين، المراسلين، محرري الأخبار ومعدّي البرامج وغيرهم) تفادي إبداء أي انتماءات سياسية على مواقع التواصل الاجتماعي، كما يتعين عليهم أيضا عدم اتخاذ موقف محدد بشأن أي قضايا أو مسائل موضع جدل عام.

-لا يجوز إبداء أي وجهات نظر عشوائية غير مدعومة بأدلة وفيها قدر من التعميم أو تشويه صورة الآخر.

-لا يجوز الترويج للحسابات والصفحات الشخصية بالمواقع الاجتماعية من خلال أي من المنابر الخاصة بالجزيرة كالبرامج أو النشرات أو مواقع الجزيرة على الإنترنت.

---

[1] . إشراق بن حمودة، مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك ،رسالة ماجيتسير بحث،غير منشورة ، جامعة منوبة بتونس -معهد الصحافة وعلوم الأخبار،2016-2017، ص ص 133-135.

-يتعين على جميع الموظفين عدم استخدام شعار الجزيرة بأي شكل أو صورة على الصفحات والمواقع والحسابات الشخصية الخاصة بهم.

-في حال نشوب أي نزاعات بشأن المحتوى المنشور على الموقع أو الصفحة الشخصية الخاصة بأي من موظفي الجزيرة، يجوز للأخيرة مطالبة الموظف المعني بالقيام بحذف أو تعديل أو تغيير محتويات هذا الموقع أو الصفحة أو المدونة الشخصية.

فضلا عن المبادئ العامة قامت اللائحة بالتعريف بالمعلومات السرية التي لا يجوز انتهاكها من قبل الصحفيين. و أن أي معلومات يبدونها وتتعلق بشخصهم أو بزملائهم في العمل على المواقع والصفحات الشخصية على شبكة الانترنت فإنها بالتالي تتعلق بالجزيرة ومن الممكن أن يجري ربطها بها. لذلك يتعين على أي موظفي الجزيرة أن يقوم بإبراء ذمته وأن يفيد بصورة واضحة أن ما يُبديه يُمثل وجهة النظر الخاصة به فقط وليست وجهة نظر الجزيرة. و يتعين على جميع الموظفين أيضا تعريف أنفسهم على أنهم يعملون لصالح الجزيرة أو ينتمون لها إذا كانوا يستخدمون مواقع وشبكات التواصل الاجتماعي لأغراض أعمال البحث التي يقومون بها بموجب وظيفتهم بأي صورة كانت، كما يتوجب على جميع موظفيها الراغبين في إنشاء مدوناتهم ويرغبون في الكشف عن انتمائهم للجزيرة، الحصول على موافقة مسبقة من مدير القناة أو رئيس القطاع الخاص بهم. وفي الجزء الأخير نص الدليل على أن أي موظف يثبت أنه انتهك شروط هذه اللائحة من خلال ما ينشره من محتوى على شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت سيتعرض للمسائلة الإدارية وبصورة مباشرة [1].

## 3. التجربة الجزائرية مقارنة بالتجارب الدولية والعربية:

مع التطورات السريعة الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال عموما والصحافة بصفة خاصة، نلحظ تأخر الدول العربية في ركب التطورات التكنولوجية الحاصلة خصوصا في مجال تنظيم الاعلام الجديد واستيعاب تطبيقاته والجزائر كغيرها من البلدان العربية ليست بمنأى عن هذا التأخر، إذ لا أثر لمواثيق أخلاقية تنظم عمل الصحفيين في المؤسسات الإعلامية –ما عدا تجربة يوميتي الخبر والوطن قبل انتشار الاعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة- فما بالك بمدونات أخلاقية تتعلق بتنظيم استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، فبعد مشروع ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحافيين الجزائريين في 13 أفريل 2000، لم يتبن رجال الاعلام أي وثيقة تضبط قواعد المهنة، وظل مرجعهم دائما قوانين الاعلام الجزائرية.

وعربيا تبدو" شبكة الجزيرة الإعلامية" هي المؤسسة الإعلامية الوحيدة التي خصصت لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية لصحفييها في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، رغم أن هناك محاولات من نوع آخر على غرار بعض المؤسسات الإعلامية التونسية التي خصصت جزء من مواثيقها الأخلاقية لكيفية تعامل الصحافيين مع مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي[2]:

---

[1] . المكان نفسه.

[2] . المرجع نفسه ، ص 09.

-إذاعة موزاييك آف ام (الفصل السابع عشر من الميثاق التحريري )

-التلفزة الوطنية (النقطة المتعلقة بالحياد والتعامل مع الشبكات الاجتماعية من السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة الوطنية )

-الإذاعة التونسية(الباب 11 من مدونة السلوك)

-إذاعة شمس آف ام (النقطة الأخيرة بميثاق أخلاقيات المهنة )

-وكالة تونس إفريقيا للأنباء(المبدأ الثاني والثالث من الميثاق التحريري )

إلا أن الملاحظ أن المواثيق التونسية لم تقم بالإلمام بجميع المبادئ والمعايير الأخلاقية التي تنظم استخدام الصحفي لمواقع الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد عموما، فهي عبارة عن عموميات مقتضبة في بعض العناصر فهي لم تخصص لها مدونات سلوك كاملة بالمقارنة مع التجارب الدولية السابقة أو التجربة العربية ممثلة في شبكة الجزيرة الإعلامي، كما أنها لم تتطرق إلى طرق استخدام مواقع الشبكات من قبل الصحفيين لضمان احترام أخلاقيات المهنة. فكانت معظمها في شكل بنود قليلة أدرجت في مواثيقها الأخلاقية التي عدلتها لتستوعب التطبيقات الجديدة للإعلام.

## VI . التنظيم القانوني لأخلاقيات الاعلام الجديد في الجزائر:

حرص القانون العضوي للإعلام الجزائر لسنة 2012، الذي تضمن عشرة أبواب و113 مادة ،على وضع خطوط حمراء يمنع على رجال الصحافة والإعلام تجاوزها، وقصد ضمان هذه الضوابط المهنية، يتم إنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين. ويعد المجلس ميثاق شرف مهنة الصحافة و يصادق عليه، ويأمر بعقوبات على كل خرق لقواعد و آداب أخلاقيات مهنة الصحافة.

وخصص الفصل الثاني في الباب التاسع لآداب وأخلاقيات المهنة، وتحدد المادة (92) واجبات الصحفي في:

-احترام شعارات الدولة ورموزها

-التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي .

-نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية

-تصحيح كل خبر غير صحيح

- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر

-الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني

-الامتناع عن تمجيد الاستعمار

-الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف .

-الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف

-الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية .

-الامتناع عن نشر أو بث صور وأقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن

وتمنع المادة (93 )من هذا القانون "من انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة "[1]

إلا ان الواقع العملي يكشف عن هوة بين القانون والممارسة ، فالمجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر غير مفعل ولم ينتخب أعضاؤه إلى يومنا هذا. لذلك فان تطبيق الأخلاقيات المهنية التقليدية السابقة الذكر على الاعلام الجديد ليس بالأمر السهل كما يعتقد البعض، رغم أن الصحافيين هم نفسهم ولكن الوسيط الالكتروني مختلف كل الاختلاف، بالإضافة إلى أن أدوات النشر هي اليوم بأيدي المواطنين الصحفيين والمغردين والمدونين ومستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الذين يستفيدون من خصائص الآنية والتفاعلية لأدوات الاتصال و الحامل الجديد الذي مكنهم من المعلومة والمعرفة، ما استوجب السرعة في جمع المعلومات والأخبار ونشرها بطريقة آنية. والإعلامي بدوره لا يستطيع المجاراة وقد يضطر تحت ضغط السرعة إلى تجاهل مبدأ التحقق والتثبت من المعلومة وربما لا يعير أهمية لمبدأ تقديم المعلومات وفق أولوياتها أو قيمتها عند المتلقي. بالإضافة إلى استسهال السرقة والشفافية في بيئة الاعلام الجديد وانتحال أراء الغير وعدم ذكر المصادر التي تم النقل عنها، ولعل ما حصل في صيف 2012 مع الكاتب والصحافي الأميركي الشهير فريد زكريا، كاتب عمود في مجلة تايم ومقدم برنامج أسبوعي في محطة الـ CNN الذي اقتبس من نص لأكاديمية أميركية من جامعة هارفرد "جيل ليبور" نشر في النيويركر في نيسان(ابريل) 2012 من دون أن يشير إلى ذلك فتمّ تعليق عمله آنذاك في المؤسستين رغم اعتذاره عن فعلته[2].

واعتمادا إلى المعطيات السابقة الذكر، يمكن القول أننا نعيش في الجزائر حالة من الفوضى في ميدان الصحافة إذا جاز التعبير خصوصا في ظل التطبيقات الجديدة للإعلام و ظهور صحافة المواطن والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي واندماج المواطن الصحفي مع الصحفي المحترف، رغم أن المشرع الجزائري قد خصص الباب الخامس حول وسائل الاعلام الالكترونية، والتي لم يعِرْها أي اهتمام في قانون الاعلام السابق عام1990. ووردت الصحافة الإلكترونية في قانون2012 دون تفصيل، إذ لم يدرج القانون التطبيقات الجديدة للإعلام كمواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات، كما لم يشر إلى كيفية تعامل الصحفيين معها.

لذلك لا بد أن تكون هناك أخلاقيات إعلامية عامة للجميع انطلاقا من مفهوم المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال إسراع العاملين في الصحافة الالكترونية في الجزائر إلى وضع ميثاق شرف إعلامي جديد خاص ببيئة العمل الجديدة يحدد واجبات وحقوق العاملين على الشبكة بالإضافة إلى قيام كل مؤسسة إعلامية الكترونية بوضع ميثاق شرف خاص بها يحدد المقبول وغير المقبول فيها، رغم أن مجمل الحقوق التي يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية تنطبق على الإعلاميين العاملين في البيئة الجديدة سواء أكانت حقوق مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية، فضلا عما تضيفه عليهم خصوصية البيئة

[1] . قانون عضوي رقم 12-05 ،المؤرخ في 15 جانفي 2012 ،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية /العدد 2،ص29 .

[2] . إيمان عليوي ، مرجع سبق ذكره.

الإعلامية الجديدة من حقوق مثل حرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم وغيرها[1].

ويخلص الكثير من النقاد، ضرورة إخضاع هذا النوع الجديد من الاعلام لضوابط قانونية تترتب مسؤوليات على مستخدميه حال مسهم بحقوق الأفراد والجماعات، إلا أن الإشكالية تتعلق بالآلية التي يتم من خلالها المتابعة القانونية لذلك، ولا سيما أن مستخدمي الاعلام الجديد لا تحكمهم منطقة جغرافية واحدة وإنما يتحركون وينشطون في فضاء رمزي لا واقعي، ما يبرز الحاجة لناظم قانوني إقليمي دولي يحكم هذه المساءلة ويتأسس على المنظومة الأخلاقية والمهنية لأصحاب تلك المدونات والمواقع والتزامهم بميثاق شرف إعلامي يشكل حصانة للأفراد[2]. فالقوانين العربية عموما بما فيها الجزائرية لم تكن مهيأة لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة، وبالتالي لم تكن مستعدة لها بقوانين تكبل حرياتها، فكثير منها لا يمكن أن تطبق على المواقع الإلكترونية نظراً لأنها ذات كينونة جديدة ولابد من إصدار تشريعات خاصة به، حتى الرقابة التي تتم على المواقع الإلكترونية هي رقابة أمنية غير مسئولة وغير قانونية[3].

## خاتمة:

ككل الناس ينشط الصحفيون في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، ويعبرون عن آرائهم بكل حرية على اعتبار ان حرية الرأي والتعبير هي حق مقدس كفلته جميع الدساتير واللوائح والمواثيق والتشريعات في مختلف دول العالم. ولكن الحرية لا تعني الفوضى، فهي حق وواجب في نفس الوقت، فحرية الصحفي ترتبط بمسؤوليته الأخلاقية والقانونية أمام الجمهور والمجتمع. وقد بينت التجارب العالمية المتقدمة ان استخدام الصحفي لتلك المواقع يخضع لمواثيق أخلاقية وآليات المساءلة المتصلة بالإعلام التقليدي عموما، وهناك تفاوت بين الدول الغربية في مجال تنظيم تلك الممارسات وتحيينها مع مستجدات البيئة الاتصالية الجديدة. في حين نلحظ تخلف الدول العربية عموما والجزائر خصوصا في هذا المجال باستثناء شبكة الجزيرة العربية التي تحاول ركب التطورات التكنولوجية السريعة في ميدان الاعلام من خلال إصدارها لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية لصحفييها في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت. رغم أن الضوابط الأخلاقية التي ينبغي التقيد بها في الممارسة الصحفية على شبكة الانترنت لن تنشأ بسن قوانين ووضع مواثيق بقدر ما تنشأ بإشاعة قيم الوعي والالتزام وتحفيز الوازع الأخلاقي عند مستخدمي الانترنت عموما والصحفيين خصوصا. ولن تستقيم المعاملات على مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات عبر

---

[1] . عبد العظيم الجميلي وثناء العاني،مرجع سبق ذكره ،ص 142.

[2] . عبد الرزاق محمد الدليمي، أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن،2015 ،ص 183.

[3] . إبراهيم بعزيز، مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر 3، 2013/ 2014، ص73

شبكة الانترنت إلا بتغيير سلوك المبحرين وممارساتهم وسلوكياتهم ضمانا لنشر مبادئ احترام الذات البشرية والحريات الشخصية والموضوعية والتحري ونبذ التجني على الآخر وتهميش الأقليات[1].

## قائمة المراجع:


- **الكتب:**

- الجميلي عبد العظيم الجميلي والعاني ثناء، الاعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع،ط 1، 2016.
- رزاقي عبد العالي ، المهنة صحفي محترف:قوانين الاعلام وأخلاقيات الصحافة في 22دولة عربية، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع،ط1 ،2013.
- الزرن جمال،" من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الانترنت "، في دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية ، تنسيق معز بن مسعود وآخرون، ط1، مطبعة آرتيبو، تونس،2013.
- شفيق حسنين ، الإعلام الجديد: الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع،ط1 ، 2010 .
- محمد الدليمي عبد الرزاق ، أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين،الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط2015،1.
- مشاقبة بسام عبد الرحمن ، أخلاقيات العمل الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع،ط 01،2012 .

- **المجلات:**

- الحمامي الصادق، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام والعصر الإماراتية،، عدد سبتمبر 2013 ،متاح على الرابط :-http://www.jadeedmedia.com/2012-04-18-15-04-13.html
- اللبان شريف درويش ،"الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد"، مجلة رؤى إستراتيجية ،المجلد الثاني،العدد 7، الإمارات العربية المتحدة :مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية ، جويلية 2014.

- **القواميس :**

- ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دار صادر، ط4، 2005.


[1] . رضا مثناني، "أخلاقيات الممارسة الصحفية زمن الثورة الرقمية "، أخلاقيات الممارسة الصحفية في عالم عربي متحول، منشورات معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد اديناور، أشغال ملتقى 2009، ص 213.

- **المذكرات والرسائل الجامعية:**

- بعزيز إبراهيم، مشاركة الجمهور في إنتاج محتوى وسائل الإعلام وظهور صحافة المواطن، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، غير منشورة، جامعة الجزائر 3، 2013/ 2014.
- بن حمودة إشراق ، مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك ،رسالة ماجيتسير بحث،غير منشورة ، جامعة منوبة بتونس –معهد الصحافة وعلوم الأخبار،2017/2016.
- زعيم نجود ، التدوين الالكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، رسالة ماجستير، غير منشورة ،جامعة منتوري- قسنطينة، 2012/ 2011.
- مصطفي العسولي حاتم علي ، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز- أطروحة دكتورة، غير منشورة ،جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، 2017.
- معيزي أمال، التشريع الإعلامي الحديث في الجزائر وأثره على الممارسة المهنية للصحفيين-دراسة مسحية للنصوص التشريعية ومواقف الصحفيين، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ،غير منشورة ، جامعة الجزائر 3، 2015/2014 .

- المؤتمرات والندوات:

- الحمامي الصادق،" كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية"؟ إحدى عشر مسألة أساسية؟،ندوة "الشبكات الاجتماعية والشباب الإماراتي:الواقع والتحديات"،جامعة الشارقة-كلية الاتصال، 3 ماي 2012.
- عبد الله علي خليل، محمد علي محمد نور وسارة عبد الله آدم أحمد، استخدام المدونات المرئية في ترويج وتسويق الأنشطة والمواقع السياحية بالتطبيق على خدمة الصورة المرئية في يوتيوب، المؤتمر العلمي الدولي السياحة تنمية مستدامة ، جامعة الشارقة، أفريل 2018، الإمارات العربية المتحدة.
- مثناني رضا، "أخلاقيات الممارسة الصحفية زمن الثورة الرقمية "، أخلاقيات الممارسة الصحفية في عالم عربي متحول، منشورات معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد اديناور، أشغال ملتقى 2009.

- المنشورات الصادرة عن الهيئات:

- قانون عضوي رقم 12-05 ،المؤرخ في 15 جانفي 2012 ،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية /العدد 2(قانون الاعلام الجزائري 2012).

- **المواقع الالكترونية:**

- عليوي إيمان، "الأخلاقيات المهنية في الاعلام الجديد "،جريدة المدن اللبنانية ، 08ديسمبر 2015 ، متاح على الرابط: http://www.almodon.com/opinion/2015/12/8/

-موسوعة ويكيبيديا ، نقلا عن https://ar.wikipedia.org

- نصر الدين العياضي، بين القانون والأخلاق والأخلاقيات، جريدة الخبر الجزائرية،23ماي 2015،متاح على الرابط: https://www.elkhabar.com/press/article/80737/

- BBC NEWS GROUP,SOCIAL MEDIA GUIDANCE FOR STAFF,March2015, av,at: http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/26_03_15_bbc_news_group_social_media_guidance.pdf.

- Guide de participation des journalistes AFP aux réseaux sociaux, AFP, av,at: https://www.afp.com/communication/guide-reseaux-sociaux.pdf.