



جامعة قسنطينة 3
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة

شعبة: علوم انسانية واجتماعية/ فرع: علوم الإعلام والاتصال التخصص: إعلام واتصال

أخلاقيات التدوين الالكتروني في الدول المغاربية

-دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إعداد الطالبة

حنان علال

السنة الجامعية: 2022/2021

جامعة قسنطينة 3

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة



الرقم التسلسلي:

الرمز:

شعبة: علوم انسانية واجتماعية/ فرع: علوم الإعلام والاتصال التخصص: إعلام واتصال

أخلاقيات التدوين الالكتروني في الدول المغربية

-دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس-

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

إشراف

إعداد الطالبة

أ.د. فضيل دليو

حنان علال

أعضاء لجنة المناقشة:

أ د / الطاهر اجنيم	جامعة قسنطينة 3	صالح بونيدر	أستاذ التعليم العالي	رئيسا
أ د / فضيل دليو	جامعة قسنطينة 3	صالح بونيدر	أستاذ التعليم العالي	مشرفا ومقررا
د / السعيد دراحي	جامعة قسنطينة 3	صالح بونيدر	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا
أ د/ بوبكر عواطي	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	أستاذ التعليم العالي	عضوا مناقشا	
د / أمينة علاق	جامعة ام البواقي	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	
د / سعيد مراح	جامعة سيدي بلعباس	أستاذ محاضر أ	عضوا مناقشا	

السنة الجامعية: 2022/2021

تصريح شخصي

بعد الاطلاع على أحكام الأمر رقم 1082 المؤرخ في 2020/12/27 وخاصة المادة الثالثة منه، أصرح أن الأطروحة التي قدمتها للحصول على شهادة دكتوراه الطور الثالث من كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، جامعة قسنطينة3، هي نتيجة جهد شخصي احترمت فيه أخلاقيات البحث العلمي (وخاصة منها تجنب السرقات العلمية واحترام خصوصية المبحوثين)، وأتحمل مسؤولية محتوياتها. كما أعلن أنه يسمح بالاقْتباس منها شريطة الإقرار بذلك وفق قواعد المنهجية العلمية. وأؤكد أن نص أطروحتي تمت مراجعته لغويا من طرف متخصصين.

شكر

أشكر الله تعالى الذي وفقني وسدد خطاي لإتمام أطروحتي وبلغني هذه المرتبة العلمية التي طالما حلمت بها.

يقال من لم يشكر الناس لم يشكر الله، أتوجه بأسمى عبارات الشكر والتقدير لأستاذي فضيل دليو الذي قبل الإشراف على هذه الأطروحة، أشكره على رحابة صدره وشدة صبره. كما أعبر عن امتناني لأعضاء اللجنة الذين قبلوا المشاركة في مناقشة هذه العمل الأكاديمي .

أتقدم بالشكر الخالص للأستاذ نصر الدين العياضي الذي اعتبره بمثابة المشرف الثاني على هذه الأطروحة نظير كل توجيهاته وإرشاداته القيمة التي أنارت لي الطريق؛ وبالموازاة أشكر الباحث التونسي الصادق الحمامي هو الآخر نظير تجاوبه معنا وتزويدنا ببعض المصادر المهمة.

أتقدم بالشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام هذه الدراسة العلمية لأنه يكون قد اقتدى بمن نزلت في حقه هذه الآية: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ (سورة القلم: الآية 4)

إهداء

إلى الغالية أُمي جميلة...

... إلى روح أبي الطاهرة

ملخص

تعتبر هذه الدراسة "أخلاقيات التدوين الإلكتروني في الدول المغاربية-دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس- من الدراسات الحديثة التي تُركز على المعايير المهنية والأخلاقية في التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين المحترفين في الجزائر وتونس، وهي تندرج ضمن البحوث الوصفية التي اعتمدت فيها الباحثة على منهجي المسح والمقارنة وعلى الاستبيان كأداة لجمع البيانات الذي وزع الكترونيا على عينة من الصحفيين الجزائريين والتونسيين العاملين بشكل رسمي في قطاع الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي وفي وكالات الأنباء وحتى الصحافة الإلكترونية أو المواقع الإلكترونية الإخبارية؛ وقد عددهم بـ200 مفردة موزعة بين البلدين بالتساوي.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الصحفيين في تونس يمثلون أكثر للأخلاقيات المهنية في تدويناتهم على حساباتهم الخاصة في الفيسبوك مقارنة بنظرائهم، حيث تسجل الجزائر تأخرا كبيرا في مجال التنظيم الذاتي، إذ لا أثر لمواثيق أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، في حين أصدرت ست مؤسسات تونسية مدونات سلوك لصحفيها أدرجت فيها بنود خاصة بالشبكات الاجتماعية؛ وأن العامل الرئيس الذي يلزم الصحفي لاحترام أخلاقيات التدوين الإلكتروني هو المسؤولية الاجتماعية والضمير المهني للصحفي من خلال ممارسة رقابة ذاتية على منشوراته في ظل عدم فعالية التشريعات الإعلامية (القانون العضوي للإعلام 05-12 الجزائري، أو المرسوم التونسي 115 للصحافة والطباعة والنشر) لضبط نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية، وفي ظل عدم وجود ميثاق أخلاقي خاص بنشاط التدوين في كلا البلدين.

الكلمات المفتاحية: التدوين الإلكتروني، الفيسبوك، الأخلاقيات المهنية، التنظيم الذاتي.

Abstract

This study focuses on professional and ethical standards in the e-blogging of professional journalists in Algeria and Tunisia . It is a descriptive one, in which the researcher relied on the survey and comparison methodologies, and on questionnaire as a tool for data collection, which was distributed electronically to a sample of Algerian and Tunisian journalists officially working in the print, audio and visual media sector, in news agencies, and even electronic press or news websites, and their number was estimated at 200, distributed equally between the two countries.

Among the most important findings of the study is that journalists in Tunisia comply more with professional ethics in their posts on their own Facebook accounts compared to Algeria journalists which records a significant delay in the field of self-regulation, as there is no effect of ethical charters regulating the use of Algerian journalists on social networking sites, while six Tunisian institutions have codes of conduct for their journalists that include provisions on social networks; And that the main factor that obliges the journalist to respect the ethics of electronic blogger Social networks, and in the absence of an ethical code for blogging activity in both countries

Keywords : Blogging, Facebook, Professional ethics, Self-regulation

فهرس المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
	تصريح شخصي	2
	شكر	
	إهداء	
	ملخص	3
	فهرسا الجداول والأشكال	5
الفصل الأول: مقدمة		
1.1	تحديد مشكلة الدراسة	16
2.1	أسباب اختبار الموضوع	20
3.1	الخلفية النظرية للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية	21
4.1	الدراسات السابقة	24
5.1	التعاريف الإجرائية للدراسة	36
الفصل الثاني: أخلاقيات التدوين الالكتروني		
1.2	التدوين الالكتروني: مفهومه وتطوره وتصنيفاته	41
1.1.2	مفهوم التدوين الالكتروني	41
2.1.2	قراءة تاريخية لنشأة التدوين الالكتروني وتطوره	43
3.1.2	تصنيف المدونات والتدوين	49
2.2	التدوين الالكتروني في الوطن العربي	55
1.2.2	التدوين في الوطن العربي عموما	55
2.2.2	التدوين في المغرب العربي	61
3.2.2	التدوين لدى الصحفيين المحترفين	71
3.2	التدوين الالكتروني في مواقع الشبكات الاجتماعية	75
1.3.2	مواقع الشبكات الاجتماعية من منظور عام	75
2.3.2	موقع "الفيسبوك"	82
3.3.2	التقنيات المتاحة للصحافيين على الفيسبوك	96
4.2	التدوين الالكتروني بين ضوابط التشريع وأخلاقيات الصحفي	99
1.4.2	أخلاقيات المهنة الصحفية والتنظيم الذاتي	99
2.4.2	القضايا الأخلاقية الناجمة عن استخدام الصحفيين للشبكات	120

	الاجتماعية في التدوين	
128	إشكالية التنظيم القانوني للتدوين الالكتروني	3.4.2
136	تجارب عالمية وعربية لمدونات سلوك أخلاقية متصلة بالتدوين والشبكات الاجتماعية	5.2
136	أهم التجارب العالمية	1.5.2
144	أهم التجارب العربية	2.5.2
146	التجربتان التونسية والجزائرية في ضوء التجارب العالمية	3.5.2
الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية		
157	نوع الدراسة ومنهجها	1.3
158	مجتمع الدراسة وعينتها	2.3
159	أدوات جمع البيانات	3.3
161	المعالجة الإحصائية للبيانات	4.3
الفصل الرابع: عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية		
165	خصائص وسمات عينة الدراسة	1.4
174	عادات التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين	2.4
199	مدى مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين	3.4
241	مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين	4.4
268	تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني	5.4
282	نتائج الدراسة	6.4
289	خاتمة	
293	قائمة المراجع	
308 309 316	الملاحق الملحق أ: استمارة الاستبيان الملحق ب: مقال الأطروحة	

فهرس الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	نمو موقع شبكة الفيسبوك	85
2	توزيع أفراد العينة وفقاً للبلد	165
3	توزيع عينة الدراسة حسب الجنس	165
4	توزيع إجابات أفراد العينة حسب التخصص العلمي	166
5	توزيع إجابات أفراد العينة حسب القطاع الإعلامي الذي يشتغلون به	168
6	توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية	169
7	توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	170
8	توزيع إجابات أفراد العينة حسب لغة العمل	172
9	توزيع إجابات أفراد العينة حسب العضوية في نقابة الصحفيين	173
10	توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاك حساب على الفيسبوك	174
11	توزيع المبحوثين حسب طبيعة حساب الفيسبوك الخاص بهم	176
12	طبيعة الحساب في الفيسبوك حسب متغير الجنس في الجزائر وتونس	178
13	طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك حسب متغير التخصص العلمي في الجزائر وتونس	180
14	طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية في الجزائر وتونس	182
15	طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك حسب متغير لغة العمل في الجزائر وتونس	184
16	طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك للمبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية في الجزائر وتونس	186
17	توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الفيسبوك	188
18	توزيع أفراد العينة حسب وتيرة النشر في الفيسبوك	189
19	توزيع إجابات أفراد العينة حسب اعتبار الكتابة في الفيسبوك تدوينا	191
20	توزيع العينة حسب طبيعة التدوينات المنشورة على حساب الفيسبوك في الجزائر وتونس	193
21	توزيع أفراد العينة حسب الموضوعات المفضلة للنشر في تدويناتهم	195
22	توزيع عينة الدراسة وفقاً للأسباب التي دفعت الصحافيين المبحوثين	197

	إلى ممارسة التدوين الإلكتروني	
199	توزيع إجابات المبحوثين حسب اهتمام مؤسساتهم الإعلامية بتلقيين صحافيتها المعايير الأخلاقية	23
201	آلية الضبط الذاتي "Régulation" الموجودة في المؤسسات الإعلامية التي يشتغل فيها الصحافيون المبحوثون	24
203	التنصيب على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في المؤسسات التي وضعت آلية الضبط الذاتي	25
205	توزيع أفراد العينة وفق أسباب عدم قيام مؤسساتهم الإعلامية بالتنصيب على الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط	26
207	كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة	27
209	كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير الجنس	28
211	كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين حسب متغير التخصص العلمي في الجزائر وتونس	29
213	كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير طبيعة مؤسستهم الإعلامية	30
215	كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير لغة العمل	31
217	كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير الخبرة المهنية	32
219	توزيع إجابات المبحوثين الجزائريين حسب التنصيب على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الذاتي ونشر المعلومات الحصرية وفقا لطبيعة مؤسستهم الإعلامية	33
221	توزيع إجابات المبحوثين التونسيين حسب التنصيب على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الذاتي ونشر المعلومات الحصرية وفقا لطبيعة مؤسستهم الإعلامية	34
223	توزيع أفراد العينة وفق الإجراء الذي تتخذه إدارة مؤسساتهم في حال ارتكابهم لتجاوزات على الشبكات الاجتماعية في الجزائر وتونس	35

224	يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحفيين	36
226	الأسباب التي يرى من خلالها الصحفيين المبحوثين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي يضبط التدوين الإلكتروني	37
230	الأسباب التي يرى من خلالها الصحفيين المبحوثين عدم موافقتهم على إنشاء ميثاق أخلاقي يضبط التدوين الإلكتروني.	38
232	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين حسب متغير الجنس	39
234	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين المبحوثين وفق متغير التخصص العلمي	40
237	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين المبحوثين حسب متغير طبيعة المؤسسة	41
238	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحفيين حسب متغير لغة العمل في الجزائر وتونس	42
240	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين المبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية	43
241	درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في تدويناته الإلكترونية في الجزائر وتونس	44
243	درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين حسب متغير الجنس في الجزائر وتونس	45
245	درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين حسب متغير التخصص العلمي للمبحوثين في الجزائر وتونس	46
247	درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفيين المبحوثين في التدوين الإلكتروني حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية في الجزائر وتونس	47
249	درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين حسب متغير الخبرة المهنية في الجزائر وتونس	48
251	درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين الإلكتروني حسب متغير لغة العمل	49
252	توزيع إجابات أفراد العينة حسب فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر	50

	وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم التونسي رقم 115) في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية	
254	فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير الجنس	51
256	فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير التخصص العلمي	52
258	فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية	53
260	فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير لغة العمل	54
262	فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير الخبرة المهنية	55
263	توزيع إجابات أفراد العينة حسب التعرض للمساءلة القانونية بسبب إحدى تدويناتهم	56
264	توزيع إجابات أفراد العينة حسب نجاعة الإجراءات القضائية التي نص عليها قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 في الجزائر وقانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2012 في تونس في ضبط أشكال ممارسات النشر والتدوين الإلكتروني	57
265	توزيع العينة حسب الصفة التي يتحملها الصحفي في المساءلة القانونية في الجزائر وتونس	58
267	توزيع العينة حسب العوامل المقيدة للصحفي للالتزام بأخلاقيات التدوين الإلكتروني في تونس والجزائر	59
268	تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين للمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتهم على موقع الفيسبوك	60

276	الفروق في تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارستهم التدوين الالكتروني حسب متغير الجنس	61
277	الفروق في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارستهم التدوين الالكتروني حسب التخصص العلمي	62
279	الفروق في تمثلات الصحفيين التونسيين والجزائريين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية	63
280	الفروق في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب الخبرة المهنية	64
281	الفروق في تمثلات الصحفيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب لغة العمل مقارنة بين تونس والجزائر	65

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
53	تصنيف "Krishnamurthy" للمدونات	1
80	سلم زمني لتواريخ إطلاق العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية	2
82	نطاق تأسيس موقع الفيسبوك الأول عام 2004	3
89	لقطة شاشة تبين مكونات الشريط الأزرق والصفحة الرئيسية في موقع الفيسبوك	4
91	لقطة شاشة تبين مكونات صفحة النبذة للمستخدم في موقع الفيسبوك	5
92	لقطة شاشة تبين صفحة المستخدم على موقع الفيسبوك	6
93	لقطة شاشة توضح شروط وسياسات الفيسبوك	7
116	وسائل الإعلام المرصودة من قبل لجنة أخلاقيات المهنة الصحفية في تونس	8
166	رسم بياني مقارن يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	9
167	رسم بياني مقارن يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب التخصص العلمي	10

169	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع أفراد العينة حسب القطاع الإعلامي الذي يشتغلون به	11
170	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها	12
171	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	13
172	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب لغة العمل	14
174	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب الانتماء إلى النقابات المهنية	15
175	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب مدة امتلاك حساب في الفيسبوك	16
177	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة حساب الفيسبوك	17
189	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الفيسبوك	18
190	رسم بياني مقارنة يبين توزيع أفراد العينة حسب وتيرة النشر في الفيسبوك	19
192	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب اعتبار الكتابة في الفيسبوك "تدويناً"	20
204	رسم بياني مقارنة يوضح التصييص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في المؤسسات الإعلامية التي وضعت آلية الضبط الذاتي	21
208	رسم بياني مقارنة يوضح نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات المبحوثين في الجزائر وتونس	22
225	توزيع إجابات أفراد العينة حسب ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحافيين في الجزائر وتونس	23
242	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين	24
253	توزيع إجابات أفراد العينة حسب فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية	25
264	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب التعرض	26

	للمساءلة القانونية بسبب إحدى تدويناتهم	
265	رسم بياني مقارنة يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب نجاعة قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية (قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 وقانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2012) في ضبط أشكال ممارسات النشر والتدوين الإلكتروني	27
275	رسم بياني يوضح تمثلات الصحفيين الجزائريين لواقع الأخلاقيات المهنية في التدوين الإلكتروني	28
276	رسم بياني يبين تمثلات الصحفيين التونسيين عينة الدراسة للمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتهم على موقع الفيسبوك	29

الفصل الأول: مقدمة

1.1 تحديد مشكلة الدراسة

2.1 أسباب اختبار الموضوع

3.1 الخلفية النظرية للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية

4.1 الدراسات السابقة

5.1 التعاريف الاجرائية للدراسة

1.1 تحديد مشكلة الدراسة

استخدم الإنسان منذ القدم الأحجار والجدران والأخشاب والعظام في تسجيل تعاملاته وشعائره الدينية ومختلف شؤون حياته اليومية، وهو ما تشهد عليه أوراق البردي عند المصريين القدامى وجدران المعابد الفرعونية والصخور المنقوشة عند السومريون في بلاد الرافدين ومخطوطات العرب القديمة؛ والتي تعبر بقوة عن أهمية التدوين في حياة البشر منذ البدايات الأولى. ومع مرور الزمن ظل التدوين باستخدام الكلمة والصورة أداة للتعبير عن كل عصر من العصور، ولتظل الكتب والدوريات والصحف والروايات والمسرحيات والرسومات والدواوين الشعرية وغيرها منبعاً للتعرف على ثقافات الشعوب وقصصهم اليومية (اللبان و عبد الفتاح، 2011، صفحة 82).

ويظهر شبكة الانترنت وتطبيقاتها المختلفة وانعكاساتها على كافة التعاملات التي بات معظمها متبوعاً بكلمة الكتروني، ظهر التدوين الالكتروني بشكله الكلاسيكي أو التقليدي الذي ارتبط لفترات طويلة بالمدونات الالكترونية، والتي يغلب على محتواها النصوص والروابط التشعبية، ولكن بظهور مواقع الشبكات الاجتماعية (فيسبوك-تويتر-يوتيوب-انستغرام...) وتنامي عدد مستخدميها بشكل مطرد، وتطورها بذات خصائص ومزايا المدونات، جعل الأخيرة تنزوي وتتماهى كلياً في هذه المواقع، ما دفع الكثير من المدونين لهجرة مدوناتهم من جهة واضطرار العديد من المجتمعات التدوينية إلى إنهاء خدمات توفير المدونات بالمجان من جهة أخرى، على سبيل المثال لا الحصر "مدونات مكتوب".

وقد ذكر الصحفي "Paul Bautin" في مقال له عام 2009 في مجلة "Wired" الأمريكية أن إنشاء مدونات جديدة اليوم لا معنى له، فالتدوين المصغر "Micro blogging" في مواقع الشبكات أو التدوين السريع كما يطلق عليه البعض سيؤدي إلى إخفاء المدونات التقليدية شيئاً فشيئاً؛ وهو الأمر الذي أبانت عنه إحصائيات "موقع تكنوراتي" Technorati - "محرك البحث عن المدونات سابقاً - من نفس العام حين أشار إلى أن هناك من سبعة إلى عشرة ملايين مدونة نشطة على الانترنت من إجمالي 133 مليون مدونة، ما يعني أن الكثير من المدونات جمهورها فرد واحد هو المدون نفسه (عبد الفتاح، 2012، صفحة 29).

وبذلك لم تحتفظ المدونات إلا بفعل "التدوين" الذي تشكل فيما بعد حسب طبيعة الموقع أو الشبكة الاجتماعية التي تحتويه، فتحول الفعل إلى تغريد "Tweet" في موقع تويتر "Twitter"، وكذا الحال في موقع فيسبوك الذي اعتمد للتدوين مصطلح النشر "Post"، فهو على خلاف تويتر لا يشترط عددا محددًا للأحرف في رسائله؛ فقد وفرت مواقع الشبكات الاجتماعية نمط تدوين جديد وصفحات شخصية تشبه المدونات (السعودي، 2015) وبالتحديد موقع فيسبوك "Facebook" الشبكة الأكثر شعبية في العالم، إذ أصبح جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية لعدد كبير من الأفراد، والفضاء الذي يقضي فيه أغلب الناس أوقاتهم، بل أصبح هو الانترنت في نظر الكثيرين.

لقد جذب الموقع كل الأطياف البشرية بما فيهم الصحفيين وكتاب الرأي وحفزههم للانتقال إليه واتخاذهم منصة جديدة للتعبير الحر خلفًا للمدونات، باعتباره أكثر تفاعلية ومنبرًا للردود الفورية السريعة التي قد تتأجل في المدونة في حال عدم تواجد محررها على الخط، كما أمكن أن تصل التدوينات في دقائق معدودة وفي آن واحد إلى ملايين المستخدمين المنتشرين على امتداد الكرة الأرضية. لقد باتت التدوينات على فيسبوك بالنسبة للصحفي أشبه بالـ"عمود" المتعارف عليه في الصحافة التقليدية (السر علي، 2016).

مما لا شك فيه، ينشط الصحفيون والإعلاميون ككل الناس في موقع فيسبوك، فهم يُعبّرون عن آرائهم في الأحداث وقضايا الشأن العام الكبرى، يعارضون، يساندون والبعض منهم يروي وقائع حياته وعالمه الذاتي ويتبادل أطراف الحديث مع الأصدقاء الذين قد يكونون أيضًا زملاء المهنة؛ كما أنهم يستخدمون هذه المواقع لأغراض مهنية كجمع الأخبار ورصد الأحداث والتفاعل مع الجمهور، وكذلك السرعة والفورية في الوصول إلى المصادر وتتبع الصفحات التي يطل منها السياسيون والفنانون والرياضيون والمشاهير، وكبريات وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية والمنظمات الدولية ومراكز الأبحاث وغيرها.

وفي هذا السياق، ذكر الصحفي والمدون الأمريكي الشهير "دان جيلمور" ذات يوم قائلاً: "سوف يستخدم الصحفيون أدوات الصحافة الشعبية، وإلا سينتهي بهم في متحف التاريخ وستظل القيم الأساسية كالدقة والنزاهة مهمة" (جيلمور، 2010، صفحة 25). إلا أن الكثير من الصحفيين يعتقد أن الكتابة والتدوين على مواقع الشبكات الاجتماعية هي فرصة للتعبير الحر

بينما هي في الواقع تعبير على رؤوس الأشهاد، فلا يمكن للصحافي أن يكون حكماً خلال وجوده في العمل وخصماً أثناء حضوره في هذه المواقع، أي يتعين عليه مراعاة قواعد مهنته وأخلاقياته أثناء أداء عمله، ولا يجوز له التملص منها حتى في حساباته الشخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية (الخوري، طانيوس، حداد، و الشرقاوي، 2017)؛ الأمر الذي أدى إلى زيادة النقاش وتصاد وتيرة الجدل على مدى العقدين الأخيرين بشأن احترام أخلاقيات المهنة الصحفية وقواعد ممارستها وإمكانية تطبيق الأخلاقيات التقليدية على الفضاء الإلكتروني بشكل عام (البور، 2009، صفحة 227)؛ فقد بينت التجارب العالمية المتقدمة على غرار الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار أو المحررين (The American Society of News Editors)، وكالة الأنباء الفرنسية و"رويترز" و"بي بي سي" وغيرها، أن الصحفي ليس حراً على المطلق في الفضاء الافتراضي، بل يخضع لعدد من الضوابط وقواعد السلوك المهني التي تصوغها مؤسسات الإعلام بالتعاون مع صحفيها في إطار التنظيم الذاتي لمهنتهم، فحرية الصحفي على هذه المواقع ترتبط بمسؤوليته الأخلاقية والقانونية أمام الجمهور والمجتمع (الحمامي، 2013).

إن الإشكالية الأساسية التي تطرحها ظاهرة التدوين الإلكتروني 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 التي أتاحتها شبكة الأنترنت؛ حيث نلاحظ تأخر الدول العربية في ركب التطورات التكنولوجية الحاصلة خصوصاً في مجال تنظيم مواقع الشبكات الاجتماعية.

إن المنتبغ للحقل الإعلامي في الجزائر باعتبارها إحدى محوري دراستنا يلحظ تأخرها في مواكبة التطورات التكنولوجية السريعة في ميدان الإعلام والاتصال خاصة في الجانب التشريعي؛ وإذا ما قورنت بتونس التي اكتفت للإشارة إلى الإعلام الإلكتروني في فصول متباعدة من المرسوم رقم 115 المتعلق بحرية الصحافة والطباعة والنشر، فقد خصصت الجزائر الباب الخامس من القانون الجديد المنظم للإعلام الصادر في 2012 "لوسائل الإعلام الإلكترونية"؛ رغم أن تونس تعتبر من أكثر الدول العربية من حيث القوانين التي مست النشر الإلكتروني والأنترنت بصفة عامة، إلا أن الحديث عن الإعلام الإلكتروني في القانون التونسي لم يكن

بالشكل المثير للاهتمام، واكتفى بالإشارة بشكل غير واضح إلى تطبيق ما يَضْبُط الإعلام التقليدي الورقي على الإعلام الإلكتروني، كما لم يتم تقنين التطبيقات الجديدة للإعلام التي أتاحتها شبكة الانترنت من طرف المشرع التونسي ما عدا ما ورد في المرسوم الرئاسي عدد 115 لسنة 2011 .

يربط العديد من المختصين في مجال الإعلام والاتصال مدى الالتزام بأخلاقيات المهنة بمدى وجود تشريعات إعلامية ضابطة للممارسة الصحفية الإلكترونية، بما يحد من الخروج عن القيم والأخلاقيات والآداب العامة في المجتمع، وفي ظل غياب هذه التشريعات تبقى موانئ الشرف المهنية والتنظيم الذاتي من قبل الصحفيين هو الحل لضبط نشاط التدوين الإلكتروني، وفي هذا الشأن، قامت العديد من المؤسسات الإعلامية العالمية بتعديلات أو تغييرات جذرية على الميثاق الأخلاقي الخاص بها وذلك لكي يطبق من قبل موظفيها الذين يدنون بشكل رسمي أو غير رسمي.

وعربيا خصصت "شبكة الجزيرة الإعلامية" لائحة لصحفيها بشأن الاستخدام والمشاركة في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت مثل المدونات الشخصية والمنتديات و الفيسبوك وتويتر وغيرهم، كما تقدم تونس تقدما ملحوظ في هذا المجال، حيث خصصت بعض مؤسساتها الإعلامية جزء من موانئها الأخلاقية لكيفية تعامل صحافييها مع مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات، فضلا عن الدور الكبير الذي تقوم به نقابة الصحفيين التونسيين مقارنة بالجزائر التي لا أثر فيها لموانئ أخلاقية تنظم عمل الصحفيين في المؤسسات الإعلامية- ما عدا تجربتي جريدة الخبر والوطن سابقا - وقبل انتشار الإعلام الجديد وتطبيقاته المختلفة - فما بالك بمدونات أخلاقية تتعلق بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية، فبعد مشروع ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين في 13 أبريل 2000، لم يتبن رجال الإعلام أي وثيقة تضبط قواعد مهنتهم، وظل مرجعهم دائما قوانين الإعلام الجزائرية.

وفي هذا الإطار جاءت هذه الدراسة المقارنة بين الجزائر وتونس محاولة معرفة مدى التزام الصحفيين من البلدين بالأخلاقيات في التدوين الإلكتروني على حساباتهم الخاصة في موقع فيسبوك في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية ومدى فاعلية أدوات التنظيم الذاتي وتأثير نقابات

الصحافيين من جهة، والتشريعات القانونية من جهة أخرى في ضبط ممارسات الصحافيين الجزائريين والتونسيين على هذه المواقع من الناحية الأخلاقية، على اعتبار أن استخدام الصحفي المهني لمواقع الشبكات الاجتماعية هو جزء من حياته المهنية كما هو الحال في الصحافة المطبوعة وصحافة الانترنت. وعلى هذا الأساس نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى التزام الصحافيين الجزائريين والتونسيين بأخلاقيات التدوين الالكتروني عبر الفيسبوك؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية التساؤلات الفرعية التالية:

- ما عادات التدوين الالكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين؟
- ما مدى مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين؟
- ما مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الالكتروني لدى الصحافيين المهنيين الجزائريين والتونسيين؟
- وما تمثلات الصحافيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني؟
- هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحافيين الجزائريين والتونسيين من حيث تمثلاتهم وبعض ممارساتهم لنشاط التدوين الالكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، التخصص العلمي، طبيعة المؤسسة الإعلامية، لغة العمل، الخبرة المهنية)؟

2.1 أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار موضوع البحث نوجزها فيما يلي:

- يعتبر موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية على مواقع الشبكات الاجتماعية من أبرز الإشكالات البحثية الحديثة التي تُطرح في حقل علوم الإعلام والاتصال، فالحرية التي وفرتها هذه المواقع، وبالتحديد موقع فيسبوك باعتباره الشبكة الأكبر شعبية في العالم تتطلب مسؤولية أخلاقية وقانونية من طرف الصحفي، خصوصاً في ظل ندرة مدونات السلوك التحريرية وموثيق الشرف التي تنظم استخدامات الصحافيين وممارساتهم على تلك المواقع.

- الدور الذي يلعبه موقع فيسبوك بالذات في المشهد الإعلامي باعتباره أحد مصادر نشر الأفكار والمعلومات بسرعة عبر شبكة الأنترنت، ففي الوقت الذي تنتشر فيه هذه المواقع معلومات وأخبار قد لا تتناولها وسائل الإعلام المعروفة، فهي قد تكون في الوقت ذاته سببا في تزييف الحقائق من خلال ما تتضمنه من خلط واضح بين مواد الرأي والأخبار ما قد يؤثر على موضوعية الصحفي ومصادقته لدى الجمهور. وعلاوة على ذلك، فأثر الأخطاء المهنية والتجاوزات الأخلاقية على هذه المنصات كبير جدا، لأن ما يقرأه على سبيل المثال لا الحصر عشرة آلاف من قراء جريدة ما، قد يصل إلى ملايين المتابعين على الفيسبوك.
- معظم البحوث والدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع الأخلاقيات في التدوين الإلكتروني ركزت على المواطن الصحفي، دون إيلاء أهمية لاستخدامات وممارسات الصحفي المحترف على مواقع الشبكات الاجتماعية، والذي يفترض به أن يتحلى بالمسؤولية الاجتماعية ويلتزم بأخلاقيات المهنة الصحفية.
- تواصل البحث في مجال الأخلاقيات خصوصا في ظل التطورات التكنولوجية الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال، لكن البحوث فيه لم تتوصل إلى نتائج دقيقة وعامة، لكون موضوع "أخلاقيات التدوين" قضية شائكة تتشابك فيها العديد من العوامل التكنولوجية الخاصة بالبيئة الإلكترونية العالمية من جهة والعوامل الاجتماعية الخاصة بكل مجتمع من جهة أخرى (السياق الاجتماعي والثقافي المحلي) وهذا ما دفعنا إلى دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس.

3.1 الخلفية النظرية للدراسة: نظرية المسؤولية الاجتماعية

تعد نظرية المسؤولية الاجتماعية من النظريات المهمة في مجال الإعلام، والتي وُلدت من رحم نظرية الحرية ولكنها أضافت لها ضرورة وجود التزام ذاتي من جانب الإعلاميين بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف تحقيق التوازن بين حرية الفرد في التعبير عن آرائه والصالح العام وعلى المستوى الإعلامي (يوسف و الحداد، 2016، صفحة 29). وبذلك فنظرية المسؤولية الاجتماعية لا تشكل معلما نظريا بقدر ما تعتبر تعديلا أو تكييفا لمبادئ الحرية الإعلامية وتوجيهها لخدمة المجتمع في إطار أخلاقيات الممارسة الإعلامية (عبد الحميد، 2004، صفحة 423).

ابتدأت المراجعات النقدية لنظرية الليبرالية للصحافة ابتداء من العقد الثاني من القرن العشرين حتى نهاية الحرب العالمية الثانية أين تشكلت لجنة لحرية الصحافة الأمريكية مكونة من اثني عشر أستاذا أكاديميا يرأسهم رئيس جامعة شيكاغو "روبرت هوثشز"، وضمت بين أعضائها أبرز نقاد الصحافة مثل وليم ديفرز وتيودور بترسون، ولكنها لم تضم أي شخصية إعلامية؛ وأعدت اللجنة دراستها بعنوان (صحافة حرة مسئولة) عام 1947 بتمويل من مجلة تايم الأمريكية ودائرة المعارف البريطانية. كما وأصدر عضو اللجنة "وليم هوكنج" دراسة أخرى بعنوان (حرية الصحافة: إطار المبادئ)، وهي الكتابات التي صاغت فيما بعد نظرية المسؤولية الاجتماعية (عبد المجيد، 2005، صفحة 23).

ورغم أن تقرير اللجنة قد دافع عن حرية الصحافة إلا أنه حذر من الأخطاء التي ترتكبها الصحافة، معتبرا أن الحرية التي تتمتع بها لا تمنحها حق التخلي عن مسؤوليتها الاجتماعية باعتبارها خدمة عامة (صدقة، 2008، صفحة 34).

وقد قدم "كيرتس مونتجري" في كتابه (مسؤولية لرفع المعايير) رؤية جديدة للمسؤولية تقول أنه إذا قامت الصحافة بإعلام الناس والمحافظة على خصوصياتهم فهذه نصف المسؤولية، والنصف الآخر هو بيان مسؤولية الجمهور اتجاه المادة الإعلامية المذاعة من خلال مدى إدراكه للوقائع وتعليقه عليها أو نقدها. كما يساوي "روبرت راي" في كتابه (مسؤولية الجرائد) بين المسؤولية الاجتماعية وصدق الأخبار وحياديتها لأنها أساس حق القراء في المعرفة، ثم المناقشة الديمقراطية الحققة في المجتمع والتي تسهم في تطويره، (عبد المجيد، 2005، صفحة 25) وبالتالي فهذه النظرية لا تعتمد على إثارة الغرائز لدى القراء بقدر ما تنير وتشبع عقولهم، فهي تسد حاجات القراء كما أنها لا تهمل البحث عن الحقيقة وتحاول توصيلها إلى الجمهور وتحثهم إلى السعي وراءها (كامل الجميلي و إسماعيل العاني، 2016، صفحة 109).

ولخص دينس ماكويل المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في عدد من النقاط وهي كالآتي (عبد الحميد، 2004، صفحة 424):

- إن حرية وسائل الإعلام حق وواجب ومسؤولية في نفس الوقت، ومن هنا توجد التزامات معينة اتجاه المجتمع يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بها وفي مقدمتها حماية الصالح العام.

يكون تحقيق هذه الالتزامات من خلال الالتزام بالمعايير المهنية لنقل المعلومات (الدقة والموضوعية والمصادقية والتوازن).

يكون التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة ومن خلال إصدار ميثاق شرف مهنية.

تجنب نشر أو إذاعة ما يؤدي إلى الجريمة والعنف والتحريض على الفوضى الاجتماعية أو يثير الأقليات في المجتمع.

تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر.

إن للمجتمع حق على وسائل الإعلام من خلال التزامها بمعايير رفيعة في أدائها.

إن التدخل العام يمكن أن يكون مبرراً لتحقيق المصلحة العامة.

يجب أن يكون الإعلاميون مسئولين أمام المجتمع، بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية وعليهم الالتزام بمعايير وميثاق العمل الإعلامي وأخلاقياته.

وفي ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية التي تستهدف رفع مستوى التصادم إلى مستوى النقاش الموضوعي البعيد عن الانفعال، تنوعت واختلقت ميثاق الشرف الإعلامي من دولة إلى أخرى تبعاً للتقاليد والظروف الخاصة بكل منها، إلا أن غالبية هذه الميثاق ركزت بصفة عامة على أخلاقيات جمع المعلومات، واحترام خصوصية الأفراد، والبعد عن التحيز وتثنية الأهواء والمصالح الشخصية وعدم اللجوء إلى معالجة الموضوعات المثيرة كهدف في حد ذاتها، والالتزام بالمسؤولية اتجاه الصالح العام للمجتمع، والالتزام بالأداب الأخلاقية العامة (عبد المجيد، 2005، صفحة 12).

وما هذه الأسس والمعايير التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية إلا تقييد لمبدأ حرية الفرد المطلقة بما لا يجعلها تتعارض مع المصلحة العامة لذلك سنعتمد على نظرية المسؤولية الاجتماعية في بحثنا هذا، بغية الكشف عن درجة تحلي الصحفي (التونسي والجزائري) باعتباره فاعلاً اجتماعياً بالمعايير الأخلاقية والمسؤولية اتجاه المجتمع واتجاه مؤسسته الإعلامية من خلال ما ينشره على حسابه الخاص في موقع الفيسبوك ومدونته الشخصية -إن وجدت- خصوصاً في ظل اتساع هامش الحرية الذي وفرته مواقع الشبكات الاجتماعية.

4.1 الدراسات السابقة

تُعرف الدراسات السابقة بأنها "الجهود البشرية السابقة التي بحثت الموضوع الذي يدرسه الباحث بعينه أو موضوعاً مقارباً له، من زاوية من الزوايا، وفي ظرف من الظروف البيئية المتعددة، مما تم نشره بأي شكل من الأشكال، بشرط أن تكون مساهمة ذات قيمة علمية...". (ابراهيم خضر، 2013، صفحة 154). وبناءً على ذلك، تم الرجوع إلى عدة دراسات سابقة نوردها فيما يلي:

- دراسة الصادق الحمامي: الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام والعصر الإماراتية، عدد سبتمبر 2013.

انطلقت فكرة هذه الدراسة من الملاحظة العينية لسلوكات الصحفيين في مواقع الشبكات الاجتماعية، بغية وضع تصورات جديدة حول ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي ينظم استخدامات الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية، وقد حاول الباحث الإجابة عن السؤال التالي: هل يحقّ للصحفي أن يتصرّف كما يشاء في فضاء الميديا الجديدة باسم حرية التواصل والرأي؟ وهل تستوجب وظيفته الاجتماعية نمطاً من السلوك المسؤول؟

وقد توصل الباحث إلى أن حرية الصحفي في الفضاء الافتراضي ليست مطلقة بل تخضع إلى عدد من المبادئ مصدرها الأساسي مؤسسات الميديا والصحفيين التي يضعونها في إطار التنظيم الذاتي لمهنتهم، وذلك استناداً إلى أهم التجارب العالمية التي عرضها الباحث في مقاله، عن مؤسسات إعلامية كبرى أنشأت ميثاق شرف ومدونات أخلاقية لصحفيها توصيهم فيها بالمسموحات والممنوعات في استخداماتهم وممارساتهم على مواقع الشبكات الاجتماعية وهي: دليل الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار، دليل مشاركة صحافيي وكالة الأنباء الفرنسية "AFP" في الشبكات الاجتماعية، ميثاق وكالة أنباء رويترز "Reuters" البريطانية، دليل مؤسسة الـBBC أخبار، الميثاق الأخلاقي لصحفيي الكيبك في كندا. وأكدت جميع تلك الميثاق ومدونات السلوك على ضرورة الفصل بين الصفة المهنية والشخصية للصحفي في مواقع الشبكات.

وخلص الحمامي في دراسته إلى ضرورة إعادة التفكير في استراتيجيات الميديا العربية في هذا المجال التي تبدو غائبة، فضلا عن مدى إدراك الصحفيين في العالم العربي لتأثيرات استخداماتهم للميديا الاجتماعية على مكانتهم الرمزية في المجتمع.

تعتبر دراسة الباحث التونسي "الصادق الحمامي" من أولى الدراسات التي طرحت إشكالية التزام الصحفيين بالأخلاقيات المهنية في مواقع الشبكات الاجتماعية أو كما يطلق عليها الباحث "الميديا الاجتماعية"، وقد ساعدنا هذا البحث كثيرا في تحديد مشكلة الدراسة وفهم أبعادها البحثية، فضلا عن تحديد الإطار النظري (المسؤولية الاجتماعية) المناسب للبحث وصياغة أهدافه فيما بعد، حيث تستهدف دراستنا قياس مدى التزام الصحفيين الجزائريين والتونسيين بالأخلاقيات في منشوراتهم على الفيسبوك.

- دراسة إشراق بن حمودة: مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك، رسالة ماجستير غير منشورة، (جامعة منوبة: معهد الصحافة وعلوم الإخبار، 2017/2016).

قُدمت هذه الدراسة للحصول على شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال بمعهد الصحافة وعلوم الإخبار بتونس، والتي هدفت إلى التعرف على مدى التزام الصحفيين التونسيين بالأخلاقيات في منشوراتهم على الفيسبوك، من خلال رصد أبرز التجاوزات الأخلاقية للصحفيين على حساباتهم الشخصية في موقع الفيسبوك والأسباب الكامنة وراء ذلك، خاصة في ظل ما يطرحه هذا الموقع من تحديات على مستوى المهنة الصحفية بسبب الخدمات التي تم تصميمها خارج الأطر والممارسات المهنية.

ويندرج هذا البحث ضمن الدراسات الإثنوغرافية، حيث اعتمدت الباحثة على تحليل المضمون بأسلوبه الكمي والكيفي كأداة لجمع البيانات، من خلال رصد المضامين المشاركة للصحفيين على حساباتهم الشخصية في موقع الفيسبوك لمدة شهر (من 13 أوت إلى 13 سبتمبر) بغية التعرف على المضامين التي تعكس اهتمامات الصحفي دون غيرها. بالإضافة إلى تحليل نصوص الصحفيين المنشورة في شكل تدوينات أو تعليقات على المضامين المشاركة

من مقالات، صور، فيديوهات وغيرها. ولتعميق النتائج التي توصلت إليها الدراسة، وظفت الباحثة المقابلة المعمقة كأداة ثانية من أدوات البحث العلمي.

وقد ركزت الباحثة على مؤشر التنظيم الذاتي كعامل أساسي لاختيار عينة البحث، حيث طبقت الدراسة التحليلية على عينة قصدية قوامها خمسة صحافيين تونسيين ينتمون إلى المؤسسات الإعلامية التي قامت بالتنصيص على كيفية تعامل صحفيها مع مواقع الشبكات الاجتماعية في مدونات سلوكها وموثيقها التحريرية وهي: "إذاعة موزاييك أف أم، التلفزة التونسية، الإذاعة التونسية، إذاعة شمس أف أم، وكالة تونس إفريقيا للأنباء؛ إذاعة الديوان" وهي المؤسسات الإعلامية الوحيدة في تونس التي نصت على استخدام مواقع الشبكات من بينها فيسبوك. وقد تم اختيار المبحوثين عينة الدراسة على أساس ثلاث مقاييس هي: إدراج مكان عمل الصحفيين في حساباتهم على موقع الفيسبوك، الخبرة المهنية، عدد الأصدقاء المرتفع. وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

- استخدامات الصحافيين للفيسبوك لا تقتصر على الجانب المهني فقط، بل لأغراض شخصية أيضا من خلال مشاركة صور عالمه الشخصي ووقائع حياته .
- غالبية الصحافيين يعتبرون أن كل ما يكتبونه على حساباتهم الخاصة يعبر عن آرائهم الشخصية ولا يلزم مؤسساتهم الإعلامية.
- اعتراض الصحافيين عينة الدراسة على تنظيم الفيسبوك والتنصيص على كيفية استخدامه في موثيق مؤسساتهم الإعلامية باعتبار انه فضاء خاص للصحفي للتعبير عن مواقفه.
- يفضل الصحافيين التونسيين عينة الدراسة استخدام اللهجة الدارجة في تدويناتهم على الفيسبوك.
- الخلط بين الخبر والرأي في تدوينات الصحافيين وتعليقاتهم على حساباتهم الفيسبوكية.
- رصد عدة تجاوزات أخلاقية حيث يوظف الصحفيون عدة أساليب من بينها الاستهزاء والتهمك.

-نشر بعض الأخبار المغلوطة والإشاعات على حساباتهم الشخصية دون التحري من صحتها.

-عدم استخدام الحجج والبراهين لتبرير المواقف المطروحة في تدوينات الصحفيين عينة البحث على الفيسبوك.

-لم تساهم الموثيق التي أدرجت مواقع الشبكات الاجتماعية في ضبط استخدامات الصحفيين التونسيين عينة البحث على الفيسبوك فيما يتعلق بإنتاج المضامين ونشرها.

-غياب المتابعة من طرف المؤسسات الإعلامية لمدى احترام الصحفيين لموثيقهم الأخلاقية إلا عند وشاية أحد الزملاء.

تُعد دراسة الباحثة التونسية "إشراق بن حمودة" الأكثر تشابها ونقاطا مع دراستنا، والتي هدفت بالدرجة الأولى إلى التعرف عن مدى التزام الصحفيين التونسيين بالأخلاقيات المهنية على موقع الفيسبوك، من خلال التحليل الكمي والكيفي لتدويناتهم وتعليقاتهم على حساباتهم الشخصية في هذا الموقع. وقد ساهمت هذه الدراسة في فهم أبعاد مشكلتنا البحثية و تحديد هدفها الرئيسي، وهو ما جعلنا نعتمد عليها في الجانب النظري كمصدر أساسي للمعلومات خاصة فيما تعلق بالمؤسسات الإعلامية التونسية التي أدرجت كيفية تعامل صحفييها مع الشبكات الاجتماعية ضمن مدونات سلوكها وموثيقها الداخلية. وكذلك الجانب التطبيقي لاسيما في اختيار عينة بحثنا وضبط محاور أسئلة استمارة الاستبيان، إلا أنها تختلف مع دراستنا الحالية في سعي الباحثة للمقارنة بين الصحفيين في الجزائر وتونس من حيث التزامهم بأخلاقيات التدوين الالكتروني في حساباتهم الشخصية على موقع الفيسبوك والأسباب الكامنة وراء ذلك، وكذلك محاولة الكشف عن مدى إدراكهم لتأثير ممارساتهم وسلوكياتهم في هذه المنصات الرقمية على مكانتهم في المجتمع.

- نصر الدين مزارى: الضوابط القانونية والتنظيمية للإعلام الالكتروني في الوطن العربي: دراسة وصفية تحليلية مقارنة بين التشريعات الإعلامية في أربعة بلدان الجزائر، المغرب، تونس، مصر-رسالة دكتوراه غير منشورة (جامعة أم درمان الإسلامية: معهد بحوث ودراسات العالم الإسلامي ، 2016).

هدفت هذه الدراسة إلى إجراء مقارنة وصفية تحليلية لمختلف القوانين والنصوص المنظمة للإعلام الإلكتروني في كل من مصر والمغرب وتونس والجزائر، حيث ركزت على ثلاث عوامل هي البعد الزمني، الشكل والمضمون. وانطلق الباحث من الإشكالية التالية:

ما هي الضوابط القانونية والتنظيمية التي وضعتها التشريعات الإعلامية في كل من "الجزائر-تونس-المغرب-مصر" من أجل التحكم أكثر في مضامين الإعلام الإلكتروني؟ وهل هناك اختلاف أو تشابه في طبيعة قوانين الإعلام الإلكتروني؟

وتتفرع عن الإشكالية التساؤلات الآتية:

- هل هناك ضوابط قانونية تنظم الإعلام الإلكتروني في البلدان الأربعة "الجزائر-تونس-المغرب-مصر"؟
- إلى أي مدى يمكن للتشريعات الإعلامية في هذه البلدان أن تتحكم في مضامين الإعلام الإلكتروني؟
- هل يمكن أن تؤثر الضوابط القانونية والتنظيمية للإعلام الإلكتروني على الحرية الإعلامية؟
- ما هي أوجه الاختلاف والتشابه بين التشريعات الإعلامية الخاصة بالإعلام الإلكتروني في كل من "تونس-الجزائر-مصر والمغرب"؟
- هل تمكنت هذه البلدان الأربعة من وضع الحجر الأساس نحو تنظيم وضبط النشاط الإعلامي الإلكتروني؟
- ما هو مستقبل الإعلام الإلكتروني في هذه البلدان في ظل استحداث تشريعات إعلامية جديدة؟
- ما مدى صعوبة أو سهولة استحداث منظومة قانونية تتعلق بالإعلام الإلكتروني في هذه البلدان؟

وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

-من أجل فهم قواعد قانون الإعلام الالكتروني في عمقها يجب البحث عن حقيقة هذه القواعد وأهدافها ومعانيها ومقاصدها، ليس في متن النص القانوني بل في رحم المحيط السياسي والاقتصادي والاجتماعي الذي نشأت فيه هذه القواعد.

- صعوبة المواكبة التشريعية لتطور تكنولوجيا الإعلام التي تعرف تحولات سريعة، بسبب بطء مسار صياغة القانون والمراحل والقنوات التي يعبر حتى المصادقة عليه.

-ضرورة وضع مدونة إقليمية عربية خاصة بالإعلام الالكتروني تهتدي بها الدول عند وضعها لقوانين إعلامها الالكتروني الداخلي، ما يفرض فصل الإعلام الالكتروني عن الإعلام الورقي والسمعي البصري.

-غياب قوانين دقيقة ومستقلة خاصة بتنظيم الأنترنت والناشطين فيها يقابله افتقار القضاء ل ضمانات الاستقلالية والحياد وتأثره بدرجة أو بأخرى بضغوط السلطة التنفيذية، ومن ثم فإن ضمانات الإنصاف للمنتمين إلى قطاع الإعلام والرأي والتعبير، خصوصا النشاط الإعلامي على الأنترنت، تصبح محدودة الأثر.

-من خلال تحليل ومقارنة لمختلف مراحل التشريع الخاص بالإعلام الالكتروني من جهة، ومضامينه من جهة ثانية اتضح جليا أن هذه البلدان الأربعة -الجزائر، تونس، المغرب، مصر -رغم أنها عرفت النشاط على الأنترنت منذ أكثر من عقدين من الزمن، حيث وقفت عاجزة عن التفكير في توحيد القوانين المنظمة لها، إلى جانب التأخر الكبير في إدراج الإعلام الالكتروني كجزء من الممارسة الإعلامية ككل من الناحية القانونية.

- لم تعرف تونس طيلة الخمس سنوات الأخيرة تعديلات جديرة بالذكر فيما يخص الإعلام الالكتروني، بل سارت على نهج كثير من البلدان العربية التي تشدد الخناق على النشاط الإعلامي على الأنترنت، بينما في الجزائر سارع المشرع إلى إجراء جملة من التعديلات من خلال حملة الإصلاحات التي أطلقتها السلطة عام 2011، وكان الإعلام من بين أهم القطاعات التي تعززت بقانون جديد للإعلام ذكرت فيه ولأول مرة الصحافة الالكترونية شأنه شأن القانون المغربي.

- ما يمكن ملاحظته فيما يخض الضوابط القانونية والمهنية والتنظيمية والمتعلقة بالإعلام الإلكتروني في كل من (المغرب-تونس-مصر-الجزائر) هو المضامين التي جاءت بها مختلف النصوص القانونية من حيث اهتمامها بالإعلام الإلكتروني، حيث جاءت في معظمها تعريفية وسطحية.

تتقاطع دراسة "تصر الدين مزارى" مع دراستنا هذه في اهتمامها بالتشريعات الإعلامية في الوطن العربي التي تضبط الإعلام الإلكتروني بشكل عام في أربع دول عربية من بينها الجزائر وتونس، إلا أنها تختلف معها في تركيزها على تحليل القوانين الإعلامية في البلدان الأربعة والمقارنة بينها، بينما دراستنا تركز على المقارنة بين الجزائر وتونس من خلال إجراء دراسة ميدانية مع الصحافيين المهنيين من البلدين وسؤالهم عن أخلاقيات التدوين الإلكتروني الذي يعتبر جزء من الإعلام الإلكتروني؛ وقد استفادت الباحثة من الدراسة خصوصا في الجانب النظري.

- دراسة فايذة الصديق هارون: "فاعلية التشريعات الإعلامية في فرض الضوابط الأخلاقية على المضمون بمواقع التواصل الاجتماعي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة الجزائر، كلية علوم الإعلام والاتصال، 2017/2018).

قُدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات نيل درجة الدكتوراه في الإعلام-تخصص إذاعة وتلفزيون- بجامعة أم درمان الإسلامية، حيث هدفت الدراسة إلى إيجاد نصوص وتشريعات قانونية تحد من الاستخدامات السيئة للإعلام الجديد، وخلق قاعدة سلوك عريضة تضبط الجهات المعنية بالإعلام، تبين فيها المعايير الأخلاقية التي يجب مراعاتها لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي.

وطرح البحث التساؤلات التالية: ما مدى صلاحية أن يترك أمر الأخلاقيات وضبط السلوك للأفراد؟ إلى أي مدى يتم التنسيق بين الدول والمجموعات المعنية بأمر الإعلام في مجال مراجعة قوانينه وتشريعاته وملاحقة ما استجد منه؟ جرائم المعلوماتية وشبكات التواصل الاجتماعي تحتاج لردع قانوني قوي أم أن التدخل فيها يعتبر حد من حرية الصحافة؟ ما مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ما تقدمه هذه الوسائط من الناحية الأخلاقية؟ قوانين

الصحافة الموجودة مسبقا تستطيع أن تجابه ما يحدث من تطورات في مجال الإعلام الجديد أم يحتاج المشرع إلى إصدار قوانين جديدة؟

واستخدمت الباحثة منهج المسح الوصفي، واعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات- إلى جانب أداتي الملاحظة والمقابلة- التي وزعت على عينة قوامها 250 مبحوث من جنسيات مختلفة شملت بعض سكان بلدان قارتين " الأردن، اليمن ، المملكة العربية السعودية، دولة الإمارات، عمان، سوريا" من قارة آسيا ، و"السودان ومصر والصومال" من قارة إفريقيا . وتوصلت الدراسة إلى جملة من النتائج منها:

-إن أهم مواقع التواصل الاجتماعي هو فيسبوك بنسبة تقدر بحوالي 79,19 % مقارنة بكل من موقعي تويتر بنسبة 63,60 % وغوغل بلس+ بنسبة 53,59 % . وتؤثر هذه المواقع في فئة المبحوثين من الفئات ذات المستوى التعليمي الجامعي وما فوق الجامعي .

-أبدت الدراسة ثقتها في القائمين على الشأن الإعلامي في إيجاد قوانين تلائم التطورات الكبيرة التي حدثت في وسائطه وقدرتهم على التصدي ومواجهة الآثار السلبية واتفق حول هذه النتيجة أغلبية المبحوثين الذين أجمعوا على عدم فعالية التشريعات الحالية فيما تقدمه هذه الوسائط.

-أوضحت الدراسة أن ما نسبته %45,21 لا يوافقون على ترك تحديد أمر الأخلاقيات والضبط السلوكي للأفراد ويقولون أن أي مجتمع يحتاج إلى ضبط و قوانين لأن دائما هناك من يجنح عن الطريق المستقيم في كل زمان ومكان غير أن طبيعة البشر الخطأ وقد ثبت بالبراهين والدلائل الجرائم التي ارتكبت حتى الآن بسبب الأنترنت.

وتوصي الباحثة في نهاية الدراسة بضرورة أن يعمل المشرع على حماية الصحفيين من الخضوع للقوانين الأخرى من خلال صياغة القانون بطريقة شاملة تغني عن ذلك، وينبغي حماية الصحفيين والمؤسسات الصحفية من الضغوطات المختلفة لا سيما الاقتصادية منها بالإضافة إلى ضرورة سن القوانين والتشريعات التي تجرم الاستخدام السيئ للشبكات الاجتماعية.

يشارك بحث "فايزة هارون" مع بحثنا هذا في اهتمامها بالضوابط الأخلاقية في المضمون المقدم على كل الشبكات الاجتماعية، إلا أنها تختلف معها في تركيزها على قدرة التشريعات الإعلامية الحالية ودورها في ضبط المحتوى على تلك المواقع، وليس قياس مدى التزام منتجي هذا المضمون (الصحفيين المهنيين في دراستنا) بالأخلاقيات على موقع الفيسبوك. وهو ما وسع نظرنا للموضوع ولفنا انتباهنا إلى كل العوامل (الجانب التشريعي) التي من شأنها التأثير في التزام الصحفي بأخلاقيات التدوين على مواقع الشبكات، ومن ثم إدراجها في محاور استمارة الاستبيان الخاصة بهذه الدراسة.

- دراسة بالفرنسية لـ (Horea Mihai Bădău) بعنوان:

Les enjeux éthiques de la communication de l'actualité sur les blogs et réseaux sociaux , Revue Française des sciences de l'information et de la communication, n°12, janvier 2018.

في السياق الغربي، هدفت دراسة الباحث بودو (Bădău) إلى اقتراح أول ميثاق أخلاقي للنشر على الشبكات الاجتماعية في رومانيا، انطلاقاً من مختلف الإشكالات الأخلاقية الناتجة عن تطور هذه المنصات الرقمية والتي تستدعي التفكير في وضع قواعد ومبادئ تضبط ممارسات وسلوكيات منتجي الأخبار والمعلومات سواء من المحترفين أو الهواة عبر الأنترنت. وانطلق الباحث في هذه الدراسة بطرح الإشكاليات التالية:

- هل يبرر مبدأ "المشاركة بحجة الإعجاب" نشر الصور والمقالات التي نشرت لأول مرة على الشبكات دون طلب موافقة مالكيها؟
- هل التعليقات التي يكتبها القراء لها قيمة قانونية تساوي قيمة المقالات المنشورة؟
- هل مؤلفو هذه المقالات مسؤولون أيضاً عن هذه التعليقات؟
- هل تحول القراء إلى أصدقاء يجعل قيمة العلاقات الاجتماعية أكثر أهمية من المعلومات في حد ذاتها؟
- هل الواقع الافتراضي للشبكات الاجتماعية يؤدي بمنتجي المعلومات إلى التركيز على المعلومات التي تثير عواطف وأحاسيس الجمهور بدلاً من المعلومات القائمة على البحث عن الحقيقة؟
- هل أصبح الخيال على الشبكات الاجتماعية أكثر أهمية من المعلومات والأخبار في حد ذاتها؟

-ما هي إذن مسؤولية الصحفي عبر الإنترنت الذي ينشر المعلومات أولا على الشبكات؟

وقد اعتمد الباحث في دراسته هذه على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، من خلال تحليل 500 منشور على المدونات و 500 تدوينة على الفيسبوك و 500 تغريدة على التويتر لعينة قوامها 250 مفردة (125 أنثى، 125 ذكر) تتراوح أعمارهم بين 16 و 71 سنة، في الفترة الممتدة من 1 جانفي إلى 1 أفريل 2017.

ومن بين أبرز القضايا والانتهاكات الأخلاقية على الشبكات الاجتماعية التي اكتشفها الباحث هي: انتشار العناوين الزائفة القائمة على إثارة عواطف الجمهور في المقام الأول (الإعجاب، الغضب، التعجب، الحزن، المرح) كما تعكسها أيقونات التفاعل في هذه المواقع أكثر من الاهتمام بقيمة المعلومات والحقيقة في حد ذاتها، بهدف جذب أكبر عدد من الجمهور على الفيسبوك والتويتر والمدونات؛ العلاقات الاجتماعية باتت أكثر أهمية من المعلومات نفسها عندما يتعلق الأمر بالتحقق من المحتوى المنشور على الشبكة، بمعنى أن المعلومات تصبح مثيرة للاهتمام وذات مصداقية عالية إذا كان للقارئ علاقة جيدة مع الشخص الذي يكتب، وكان لدى هذا الأخير أيضا صورة وسمعة جيدة على الشبكة، التلاعب بسمعة الآخرين على جوجل باستخدام تقنيات غير قانونية، وغالبا ما يتم انتهاك حقوق النشر فيما يخص الصور والفيديوهات وحتى المقالات، تحول المدونات إلى وكالات للعلاقات العامة عبر الإنترنت من خلال المقالات الإشهارية غير المعلن عنها قصد التأثير في القارئ.

وبناءً على النتائج التي خلصت إليها الدراسة، تم اقتراح أول ميثاق لأخلاقيات النشر في مواقع الشبكات الاجتماعية يضم عشرة مبادئ مقتبسة من ميثاق الأخلاقيات الخاصة بوسائل الإعلام التقليدية، وتتماشى أيضا مع خصوصيات الوسيط الإلكتروني والمجال الرقمي:

-الابتعاد عن العناوين المضللة والأخبار المزيفة التي تهدف بالدرجة الأولى إلى جذب جمهور الشبكات الاجتماعية، إذ يجب أن يعكس العنوان المعلومات الواردة في المقال، مع ضرورة التحقق من دقة ومصداقية المحتوى المنشور.

-على الصحفيين والمدونين عبر الأنترنت أن يضعوا المصلحة العامة فوق كل اعتبار إذ ينبغي عليهم إعطاء أولوية للقيم الإخبارية وللمنطق عند اختيار الموضوعات والكتابة عنها على حساب القيم العاطفية وإثارة أحاسيس الجمهور.

-حذف التعليقات المخزية والمحرضة على العنف والكراهية، فوفقا لقرار "المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان" الصادر في 16 جوان 2015، يتحمل أصحاب المدونات والمواقع المسؤولية المشتركة أمام المحاكم مع كاتبي التعليقات على الموقع.

- يجب حظر التلاعب على موقع "جوجل" وضرورة الإبلاغ عن أي استخدام لأساليب الفهرسة المضللة ومن أشهرها Google Bomb.

-الحصول على تصريح من المصدر قبل نسخ المقالات ومشاركتها، مع تأمين ذكر المصدر وبناء الروابط معه.

-عدم انتهاك حقوق نشر الصور أو مقاطع الفيديوها دون إذن مالكيها حتى لو كانت متاحة على الشبكات الاجتماعية (الفيسبوك، تويتر،...الخ)، بما في ذلك صور البروفایل في الفيسبوك.

-من الواجب الإشارة وبوضوح بحرف (p) أمام عناوين المقالات ذات الطابع الإشهاري. -ضرورة التمييز بين المنتجات التي يستخدمها الصحفي أو المدون بحق، وبين تلك المنتجات المقدمة كهدايا والتي يتحدث عنها داخل المقال لأغراض دعائية.

-لا يمكن الاعتماد على الشبكات الاجتماعية كمصدر واحد للمقالات المنشورة، بل من الأفضل الاتصال بالمصادر الحية للتحقق من المعلومات بشكل دقيق.

استهدفت دراسة الباحث "بودو" اقتراح كود أخلاقي لمنتجي المعلومات والأخبار (الصحفيين والمدونين) على الشبكات الاجتماعية- الفيسبوك والتويتر بالتحديد- والمدونات من خلال الكشف عن أبرز القضايا والتجاوزات الأخلاقية التي وجدت في تلك المنصات بالاعتماد على تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكيفي، وهو ما تتفق معه دراستنا من خلال الكشف عن أبرز التجاوزات الأخلاقية في تدوينات الصحافيين المحترفين على موقع الفيسبوك ، فضلا عن الاعتماد على النتائج التي توصلت إليها الدراسة والميثاق المقترح من طرف الباحث حول أخلاقيات النشر على الشبكات الاجتماعية في بناء أداة الدراسة (استمارة الاستبيان الموجهة لأفراد عينتنا البحثية).

- دراسة بن عمار شهرزاد: أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة ، رسالة دكتوراه غير منشورة، (جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم: كلية العلوم الاجتماعية، 2018/2019).

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى التزام الصحفيين الجزائريين بأخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة، من خلال الكشف عن الاستخدامات الإعلامية لمواقع الشبكات الاجتماعية كالنشر، الوصول إلى المصادر والحصول على الأخبار، فضلا عن الكشف على أبرز التجاوزات التي يقوم بها الصحفي في الميديا الجديدة. وانطلقت الباحثة الجزائرية في دراستها من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هي عادات استخدام الصحفيين الجزائريين لوسائل الميديا الجديدة وأنماطها ؟
- ما مدى التزام الصحفيين الجزائريين بأخلاقيات المهنة الصحفية أثناء استخدامهم لوسائل الميديا الجديدة؟

- ما هي تمثلات الصحفيين الجزائريين لموضوع لأخلاقيات الإعلام في ظل الميديا الجديدة ؟

ويندرج هذا البحث ضمن الدراسات الوصفية، حيث اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي والاستبيان كأداة لجمع البيانات، والذي وزع الكترونيا على عينة من الصحفيين الجزائريين الذين يشتغلون بشكل رسمي في القطاع الإعلامي الصحفي والإذاعي والتلفزي وقد عددهم بـ150 مفردة. وقد توصلت الدراسة إلى جملة من النتائج أبرزها:

-معظم الصحفيين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية لأغراض إعلامية تتمثل في جمع الأخبار والمعلومات والاتصال بالمصادر والتأكد من صحة الأخبار من صفحات رسمية لمؤسسات إعلامية.

- جاء موقع الفيسبوك في المرتبة الأولى من حيث الاستخدام، يليه تويتر، ثم انستغرام وغوغل بلوس+.

-معظم الصحفيين لا يتقنون فيما ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية.
-غالبية أفراد العينة من الصحفيين الجزائريين يشيرون إلى مؤسساتهم الإعلامية عند استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية .

- أكثر من نصف المبحوثين من الصحفيين الجزائريين ذكروا أنهم قد شاركوا في دورات تدريبية حول استخدام وسائل الميديا الجديدة من تنظيم مؤسستهم الإعلامية.

- ذكر حوالي 46 % من الصحفيين المبحوثين أنهم قاموا بنشر أخبار وتبين أنها غير صحيحة عبر وسائل الميديا الجديدة .

- حوالي نصف أفراد العينة يقومون أحيانا بإعادة نشر المادة الإعلامية الخاصة بهم عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.

- صرح 93% من الصحفيين المبحوثين أنهم لم يتعرضوا لأي مساءلة أخلاقية بسبب مادة نشرت على مواقع الشبكات الاجتماعية.

- صرح عدد كبير من الصحفيين أنه لأخلفة الممارسة الإعلامية في ظل الميديا الجديدة يجب القيام بدورات تدريبية للصحفيين حول الاستخدام الأخلاقي بمواقع الشبكات الاجتماعية.

- أجاب أغلب الصحفيين المبحوثين أن أكثر التأثيرات التي أحدثتها الميديا الجديدة على أخلاقيات الصحافة جاءت على مستويات المحافظة على السر المهني، حفظ كرامة الإنسان وعلى مستوى دقة الأخبار ومصداقيتها، وفي الأخير المعالجة الموضوعية للأخبار .

يتقاطع بحثنا هذا مع دراسة الباحثة الجزائرية "بن عمار شهرزاد" التي سعت إلى التعرف على مدى التزام الصحفي الجزائري بالأخلاقيات المهنية في ظل الميديا الجديدة من خلال التحليل الكمي والكيفي لإجابات المبحوثين على الاستبيان الالكتروني. وقد ساهمت هذه الدراسة في فهم أبعاد مشكلتنا البحثية وتحديد أهدافها بدقة، وهو ما جعلنا نعتمد عليها في الجانب التطبيقي لاسيما في ضبط محاور أسئلة استمارة الاستبيان وبالضبط في المحور الخاص بتمثلات الصحفيين المبحوثين للأخلاقيات المهنية في التدوين الالكتروني، إلا أنها تختلف معها في إطارها النظري حيث ركزت الباحثة على عادات وأنماط استخدام الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية ومدى التزامهم بالأخلاقيات، في حين تهدف دراستنا للمقارنة بين الصحفيين في الجزائر وتونس من حيث التزامهم بالأخلاقيات المهنية في تدويناتهم على موقع فيسبوك.

5.1 التعريفات الاجرائية للدراسة

- التدوين الالكتروني

بدايةً، تجدر الإشارة إلى أن مصطلح "التدوين" قد ارتبط لفترات طويلة بـ"المدونات الالكترونية" التي يغلب على محتواها النصوص والروابط التشعبية، ولكن مع تطور المدونات وتعدد أنواعها من جهة، وانتشار التدوين واتساع دائرة استخدامه من جهة ثانية انعكس ذلك بطبيعة الحال على مفهوم التدوين الذي اتسع ليشمل النشر عبر مختلف تطبيقات واستخدامات شبكة الانترنت الاجتماعية (عبد الله علي، علي نور وعبد الله أحمد، 2018، صفحة 7).

أي أن التدوين لم يعد يُقصد به الكتابة بشكلها التقليدي القديم وحسب (المدونة الالكترونية)، وإنما يدخل تحت مسمى التدوين كل التطبيقات والمنصات الرقمية، التي تتيح للأفراد والشركات والمؤسسات التعبير عن آرائهم بطريقة مباشرة مثل مواقع الشبكات الاجتماعية الشهيرة وأبرزها موقع الفيسبوك، الشبكة الأكثر شعبية في العالم، إلى جانب موقعي تويتر ويوتيوب، وكذلك سناب شات، الذي أصبح واحداً من أكثر وسائل تدوين الفيديو سهولة ومتعة حول العالم (بدر الدين، 2015).

ونقصد بالتدوين الالكتروني في هذه الدراسة: كل ما ينشره الصحفي في حسابه الخاص على موقع الشبكة الاجتماعية "فيسبوك" من آراء وتعليقات، معلومات وأخبار أو مشاركة تدوينات غيره.

- أخلاقيات التدوين الالكتروني:

إن الأخلاقيات الصحفية هي امتداد لمبدأ الواجب الأخلاقي كما صاغه الفيلسوف الألماني "إيمانويل كانط" في تعريفه للأخلاقيات، لأنها تصدر عن الصحفيين أنفسهم ودون إكراه خارجي، باعتبارها شأنًا خاصاً بهم، وباعتبارهم ينتمون إلى مهنة مستقلة تعبر عن التزام ذاتي (الحمامي، 2019).

وتعرف "إيمان عليوان" أخلاقيات الصحفي في الإعلام الجديد بأنها "أخلاقيات الصحفي في تعامله مع مادته الإعلامية على الانترنت أكانت من أجل نشرها في موقع مؤسسته

الإعلامية من موقعه المهني، أو على صفحته الخاصة في الفيسبوك أو في حسابه على تويتر أو انستغرام أو أي من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي" (عليوان، 2015).

وبناءً على ما سبق من تعاريف تعني أخلاقيات التدوين الإلكتروني في هذه الدراسة: مجموعة القيم والضوابط الأخلاقية التي يلتزم بها الصحفي المهني في منشوراته على حسابه الخاص في موقع الفيسبوك والتي تصوغها مبادئ التنظيم الذاتي وموثيق شرف المهنة.

الفصل الثاني

أخلاقيات التدوين الإلكتروني

1.2 التدوين الإلكتروني: مفهومه وتطوره وتصنيفاته

2.2 واقع التدوين الإلكتروني في الوطن العربي

3.2 التدوين الإلكتروني ومواقع الشبكات الاجتماعية

4.2 التدوين الإلكتروني بين ضوابط التشريع وأخلاقيات الصحفي

5.2 تجارب عالمية وعربية لمدونات سلوك أخلاقية متصلة بالتدوين والشبكات الاجتماعية

ينشط الصحفيون في فضاء الأنترنت خصوصا على مواقع الشبكات الاجتماعية، التي وفرت لهم نمط تدوين جديد وصفحات شخصية تشبه المدونات، وبالتحديد موقع فيسبوك "Facebook" الشبكة الأكثر شعبية في العالم، وهم يعبرون عن آرائهم بكل حرية على اعتبار أن حرية الرأي والتعبير هي حق مقدس كفلته جميع الدساتير واللوائح والمواثيق والتشريعات في مختلف دول العالم. ولكن الحرية لا تعني الفوضى، فحرية الصحفي ترتبط بمسؤوليته الأخلاقية والقانونية أمام الجمهور والمجتمع. ويُجادل الباحثون في مجال أخلاقيات الإعلام أن مواثيق الشرف ومدونات السلوك الأخلاقية التي وضعت قبل ظهور هذه المواقع غير كافية وتحتاج إلى تحديث في مواجهة التكنولوجيا السريعة التغير، الأمر الذي يتطلب مدونات سلوك جديدة حول أخلاقيات التعامل مع هذه المواقع، وهو ما لجأت إليه بعض المؤسسات الإعلامية في الغرب؛ في المقابل نلاحظ تخلف الدول العربية على العموم في هذا المجال- باستثناء قطر وشبكة الجزيرة العربية- والجزائر خصوصا مقارنة بالجارّة تونس.

وسنحاول من خلال هذا الفصل الكشف عن أبرز القضايا الأخلاقية الناجمة عن استخدام الصحفيين للشبكات في التدوين الإلكتروني، والتعرف على مختلف التجارب العالمية والعربية في مجال تنظيم ممارسات الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية و مقارنتها مع التجربة الجزائرية والتونسية، محاولين الإجابة على التساؤلات التالية:

- هل يتعين على الصحفي مراعاة قواعد مهنته وأخلاقياته أثناء أداء عمله، بينما يجوز له التملص منها كليا في حساباته الشخصية على تلك المواقع ؟
- هل يمكن تنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين من الناحية التشريعية؟
- ما هي دوافع إقرار بعض الهيئات الإعلامية الغربية والعربية ضوابط لتوجيه سلوك العاملين أثناء استخدامهم لتلك الشبكات ؟

1.2 التدوين الإلكتروني: مفهومه وتطوره وتصنيفاته

1.1.2 مفهوم التدوين الإلكتروني

كلمة "تدوين" لغةً هي اسم الفعل من "دونّ" يدونّ "بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الانجليزية Blogging "ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الانترنت من خلال برامج خاصة (زعيم، 2012، صفحة 8). والتدوين ليس مهنة أو حرفة، بل هو نمط من الكتابة الحرة والشخصية تكتسب جاذبيتها في الأساس نتيجة تحررها من القوالب التقليدية للكتابة الصحفية أو الأدبية (وحدة البحث والتوثيق، 2013، صفحة 4).

وكما ذكرنا سابقاً فقد ارتبط مصطلح "التدوين الإلكتروني" لفترة طويلة بـ"المدونة الإلكترونية" التي تُعرف لغة في المعجم الوسيط من: دون الديوان، أنشأه أو جمعه، وهي من كلمة "دَوّن" والتي كانت تنسب في العصور القديمة إلى "الديوان" وهو الدفتر الذي تكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء. وتعتبر كلمة "دَوّن" في سياق جملة ما عن جمع وترتيب، ولهذا كانت منها كلمة مدونة أو "blog" (بوضيف، 2010، صفحة 14).

أما في اللغة الفرنسية فيطلق على المدونة عدة مسميات منها "Carnet Web" أي فكرة الويب أو "Journal Web" بمعنى صحيفة الويب، كما يطلق عليها أيضاً مصطلح Blogger (الزرن، 2007، صفحة 164).

وهناك العديد من الصيغ والتعريفات التي يتم التلّفظ بها في الوطن العربي وكتابتها كمقابل للكلمة الانجليزية "blog"، إلا أن "مدونة" هو التعريب الأكثر رواجاً واستخداماً لهذه الكلمة، باعتبارها نحت لمصطلح "weblog" الذي وضعه اجتهادا جورن بارجر (Jorn Barger 1997) ⁽¹⁾ ويعني سجل الشبكة Log of the web (Desavoye & al, 2005, p. 31).

والأصل في هذا الكلمة مفردة "Log" المعروفة بمعنى التسجيل الزمني ليوميات السفن أثناء الإبحار، وقد احتفظت المدونة بنفس التسمية من حيث كونها تسجيلاً زمنياً للتدوينات posts فضلاً عن

(1) أول من استخدم مصطلح "weblog" في ديسمبر 1997 م كجزء من عنوان موقعه الإلكتروني الجديد على الانترنت: "Robot Wisdom a weblog by Jorn Barger" (ولد جاب الله، 2015، صفحة 8).

الاشترك في معنى الابحار بين أصل المفردة واستخدامها الحالي للتعبير عن البحث والتنقل بين مختلف مواقع شبكة الويب (عبد الفتاح، 2012، صفحة 21).

وفي عام 1999 قام مصمم البرامج بيتر مرهولز (Peter Merholz) بشق المصطلح إلى شقين "we" و "blog"، وأصبح الشق المختصر "Blog" هو المصطلح الأساس حتى الآن. وقد أشتق من كلمة "blog" بعد ذلك اسم المدون "Blogger" و "blogging" بمعنى التدوين كما ظهر أيضا مصطلح الفضاء التدويني "Blogsphere"، الذي صاغه براد ل. جراهام (Brad L Graham) في 10 سبتمبر 1999 على سبيل المزاح في تدوينه قائلا: " Goodbye,cyberspace ! Hello, blogiverse ! Blogsphere ! ". (Desavoye & al, 2005, p. 51). "blogmos" ويبيستر "Merriam-Webster Online Dictionary" باعتبارها الكلمة الأكثر استخداما لعام 2004 (Cameron, 2011).

أما اصطلاحا فقد تعددت تعاريف المدونة الإلكترونية، فإذا ما عدنا إلى المعاجم نجد أن قاموس أكسفورد يعرفها بـ"موقع الكتروني يتم تحديثه باستمرار، ويشتمل على ملاحظات شخصية ومقتطفات من مصادر أخرى، وعادة ما تدار بواسطة شخص واحد، وتتضمن روابط لغيرها من المواقع، فهي بمثابة صحيفة أو مذكرة الكترونية "Online Journal Or Diary" (عبد الفتاح، 2012، صفحة 22).

ويبقى التعريف الذي صاغه الباحث المصري محمد عبد الحميد للمدونات من التعريفات الشاملة لها

وهو:

المدونات اتصاليا إنها وسيلة من وسائل الاتصال على شبكة الانترنت، وشكل من أشكال صحافة الشبكات ينشؤها أفراد أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار أو الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، التي يطرحها الناشر على صفحاتها بنظم الإتاحة الفورية، أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل، والروابط النصية الفائقة، دون قيود على حرية القارئ في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة، بالنصوص أو الوسائل المتعددة، وكذلك حريته في التجول بين الروابط، واستدعاء الرسائل والمدخلات السابقة (عبد الحميد، 2009، صفحة 59).

ورغم تعدد مفاهيم المدونات إلا أنها كلها تلتقي في تحديد الخصائص الشكلية للمدونات (المعايير الأساسية للمدونة) على اختلاف مضمونها. وهذا ما تؤكد المدونة "إليسا كاماهورت" (Elisa Camahort)

بقولها "إن ما هو مهم في تعريف المدونة ليس المحتوى... فما يميز البلوج "blog" هو شكلها ووظيفتها" (Kuhn, 2005).

وتجدر الإشارة أن مع التطورات التكنولوجية المتلاحقة في ميدان الإعلام والاتصال اتسع مفهوم "التدوين" ليشمل النشر عبر مختلف التطبيقات الجديدة لشبكة الانترنت، أي لم يعد التدوين يُقصد به الكتابة على مدونة إلكترونية وحسب، وإنما يدخل تحت مسمى التدوين كل التطبيقات والمنصات، التي تتيح للأفراد والشركات والمؤسسات التعبير عن آرائهم، بطريقة مباشرة مثل مواقع التواصل الاجتماعي وأبرزها موقع الفيسبوك الذي يعتبر الشبكة الأكثر شعبية في العالم.

2.1.2 قراءة تاريخية لنشأة التدوين الإلكتروني وتطوره

نشير بداية إلى أنه يصعب عموماً كتابة تاريخ كافة المواقع على شبكة الانترنت لأسباب متعددة - باستثناء مواقع المؤسسات الإعلامية التي تحتفظ بوثائق استئجار الموقع ونشره وتصميمه ومن ثم إمكانية الاستدعاء من خلال الأرشيف الضخم الذي تمتلكه-، ففي كثير من الأحيان يتم مسح هذه المواقع بعد مرور فترة من الزمن، خصوصاً لو كانت هذه المدة مشروطة من جانب المضيف، أو مرهونة بما تحققه من إيرادات الإعلان فيها، وفي الغالب العام تَسمح هذه المواقع بمساحات مجانية محدودة في بداية تقديم الخدمة، قد لا تتسع للاستخدام المتكرر لفترات طويلة مما يضطر الناشر إلى استبدال المعلومات الجديدة بالأقدم. وهو ما أدى إلى غياب الدليل التاريخي المضبوط على وجود المواقع ومحتواها ومحاولة وصفها في مراحل لاحقة (عبد الحميد، 2009، صفحة 64).

وفي هذه الحالة يتم الاعتماد على ما سجله ناشرو هذه المواقع من كتابات في مصادر مطبوعة أخرى أو ما رصده المهتمون والباحثون عن نوع معين من المواقع الإلكترونية.

وتجمع الكتابات التاريخية لنشأة المدونات⁽²⁾ أن أولى بوادر التدوين بدأت في منتصف التسعينيات من القرن العشرين كمجرد هواية، ثم تطورت وفق مراحل عديدة حتى باتت جزءاً لا يتجزأ من ثقافة

(2) يميز الباحث التونسي "جمال الزرن" ثلاثة مراحل أساسية تطورت عبرها ظاهرة المدونات. تبدأ المرحلة الأولى في منتصف تسعينيات القرن الماضي في أمريكا وخصوصاً مع موقع "Drudge Report"، وهو من كان وراء نشر فضيحة "مونيكا لفسكي" سكرتيرة الرئيس الأمريكي السابق "بيل كلينتون". وعرفت هذه الفترة ظهور بعض مواقع الاستضافة وبرمجيات التدوين مثل Live Journal و Blogger، بفضلها أصبح التدوين متاحاً للجميع. وتعتبر أحداث 11 سبتمبر 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات أين دخل الصحفيون إلى معترك التدوين وبدأت المدونات تكتسب

الانترنت وإنشاء المواقع، إلا أننا نعيش عصر السرعة الذي جعل التدوين من خلال المدونات "blog" غير مستساغاً مع توفر عوالم افتراضية أخرى أبرزها موقع الشبكة الاجتماعية "الفيسبوك".

✓ البدايات الأولى للتدوين

هناك إجماع على أن المدونات الأولى تنامت بواسطة مصممي ومطوري البرامج الذين كانوا أكثر خبرة بتكنولوجيا الاتصال والمعلومات حيث كان يتم تحديث المدونة يدوياً (Cameron, 2011). وحسب دافيد وينر (David Winner) مالك شركة "Radio Userland" لأنظمة إدارة المحتوى وبرامج التدوين فأول مدونة على الشبكة كانت لتيم بيرنرز-لي (Time Berners-Lee)، مخترع الشبكة العنكبوتية العالمية دون أن يعرف بأنه يقوم بفعل التدوين، وكان موقعه يضم مجموعة مقترحة من الروابط لمواقع جديدة على شبكة الويب اعتقد أنها مهمة (Desavoye & al, 2005, p. 31)، وثاني مدونة تعود لمارك أندريسن (Andreessen's Marc) والذي أنشأ صفحة مماثلة أيضاً أدت نفس الوظيفة بعنوان "What's news?" على المركز الوطني لتطبيقات الكمبيوتر الضخمة Applications the National Center for Supercomputing (Paquet, 2002). بينما يشير العديد من الباحثين إلى أن أول مدونة كانت بعنوان "Links Net" أنشأها الأمريكي جاستن هال (Justin Hall) عندما كان طالبا في كلية سوارثمور بفيلادلفيا "Swarthmore Collège" عام 1994، حيث قام بتكويد بعض الصفحات يدوياً بلغة HTML (جيلمور، 2010، صفحة 44)، وفي ذلك الوقت لم يطلق عليها بعد اسم مدونة وكان يشار إليها على أنها موقع شخصي على الانترنت. ظهرت بعد ذلك العديد من المدونات خاصة مع انفجار شبكة الإنترنت وشيوع استخدامها في الفترة بين 1996 و 1997، ومن بينها مدونة ديف وينر (Dave Winer) بعنوان Scripting News، ثم جورن بارجر (Jorn Barger) بعنوان "Robot Wisdom" و كاميرون باريت (Cameron Barrett) بعنوان "CamWorld"، ومن ثم أصبحت ظاهرة شائعة على الشبكة (Cameron, 2011).

شيئاً فشيئاً قدرتها على التأثير، ففي سنة 2002 استقال السيناتور الجمهوري ترانت لوت (Trent Lott) بعد هجوم شنه عليه المدونون إثر تصريحات أطلقها صنفت أنها عنصرية، كما ظهر في هذه الفترة ما عرف بمدونات الحرب خلال الغزو الأمريكي على العراق سنة 2003، وكانت سبباً آخر في انتشار المدونات. أما المرحلة الثالثة فتعتبر مرحلة نضج المدونات، ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من العام 2004م، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية عرفت انفجاراً كبيراً بعد ذلك (الزرن، 2007، صفحات 164، 165).

اتسمت مدونات تلك الفترة بأنها كانت أقرب لمدونات الفلتر media-filter التي تقوم على انتقاء المدون لموضوعات معينة من المواد المنشورة على شبكة الانترنت، ووضع روابط الكترونية توصل القراء للاطلاع عليها مع إمكانية وضع تعقيبات شخصية أو مقالات بسيطة بشأنها، ما جعلها تبدو كأدلة الكترونية للموضوعات ذات الاهتمام المشترك (عبد الفتاح، 2012، صفحة 21). أي أن مدونات الويب المبكرة كانت أشبه بحوار مع الذات، وهو ما يؤكد المدون روب مالدا (Rob Malda) صاحب مدونة Slashdot عندما وصفها قائلاً: "حصلت Slashdot على نجاح كبير لأنني كنت جمهوري المستهدف، ولم أكن أحاول إنشاء الموقع لشخص آخر، كنت أخلق الموقع الذي أردت أن أقرأ عليه ما أريد" (Paquet, 2002).

وفي عام 1998، لم يكن هناك سوى عدد قليل من المدونات قدر بـ 23 مدونة، حيث قام جيسي جيمس جاريت (Jesse James Garrett) محرر موقع Infosift بتجميع قائمة بأسماء المدونين وروابط مدوناتهم ومن بينها مدونته وإرسالها إلى كاميرون باريت (Cameron Barrett) والذي قام بدوره بنشرها على صفحة مدونته CamWorld، واستمر في إثراءها بإدراج مواقع مماثلة في تلك القائمة حتى أصبح من السهل بعد ذلك قراءة جميع المدونات عليها.

وبعد أن أصبحت قائمة كاميرون Cameron كبيرة ولم يعد بالاستطاعة قراءة كل المدونات والاطلاع على الجديد فيها، قامت بريجيت آيتون (Brigitte Eaton) في مطلع عام 1999 بإنشاء قائمة أخرى شاملة للمدونات المتاحة آنذاك عرفت باسمها Eaton Web Portal مع وضع تعريف بسيط للمدونة باعتبارها موقع يحتوي على إيدخلات مؤرخة (Paquet, "That the site consist of dated entries", 2002). وهي تعد أول بوابة الكترونية مخصصة للمدونات على الانترنت ضمت نحو خمسين مدونة (الفلاحي، 2017، صفحة 146).

✓ التكاثر السريع للمدونات

يقر العديد من الباحثين أن المدونات ظهرت في منتصف التسعينات من القرن العشرين إلا أنها لم تنتشر إلا بعد عام 1999، ففي البداية كان التدوين متاحاً على الشبكة فقط لدى الأشخاص المتمكنين من التعامل مع تطبيقات الواب والتحكم بلغات البرمجة، ولكن بظهور مواقع الاستضافة انتشرت المدونات وبدأت تتزايد بشكل مطرد على الشبكة العنكبوتية العالمية وبالتحديد عندما أعلنت مؤسسة "Pitas" في جويلية 1999 عن إطلاق أول برنامج مجاني أتاح أسلوباً سهلاً وسريعاً لإنشاء المدونات

الشخصية (Blood, 2000). تبعتها بعد ذلك في أغسطس من نفس العام شركة مختبرات Pyra Labs في سان فرانسيسكو بإطلاق موقع التدوين الأشهر والأكثر استخداما Blogger.com من قبل ايفان ويليامز (Evan Williams) وميغ هوريهان (Meg Hourihan) ، وهي الخدمة الأساسية التي سمحت بإنشاء مدونات مجانية في بضع دقائق، ومهدت فيما بعد للانطلاقة السريعة للعديد من المدونات وزيادة أعدادها (Paquet, 2002)، كما تم إنشاء موقع GrokSoup في نفس الشهر والذي أتاح الخدمة نفسها (عبد الفتاح، 2012، صفحة 21) .

وظهرت في أعقابها أيضا العديد من منصات التدوين التي مكنت الأفراد من إنشاء مدونات الويب الخاصة بهم حيث بات التدوين متاحا للجميع، وترى المدونة الشهيرة ربيكا بلود (R.Blood) أن أهم ما يميز نمو مجتمع المدونات هو أنها باتت أبرز وسيلة للنقاش بفضل تقنية الروابط التشعبية التي مكنت القراء من تتبع كل تلك النقاشات والتعليقات (Blood, 2000).

✓ انتشار المدونات مع أبرز الوقائع العالمية

بداية تعتبر هجمات الثلاثاء 11 سبتمبر 2001 على برج التجارة العالمي في نيويورك السبب الرئيسي في تحول الأفراد إلى ظاهرة التدوين على شبكة الانترنت، وفي هذا الشأن يقول فيرجينيا بوسترل (Virginia Postrel) رئيس التحرير السابق للمجلة الأمريكية "Reason": "الأمريكيين أصبح لهم رغبة في معرفة ما يفكر فيه وما يحس به كل أصحابهم و جيرانهم والعالم ككل، والمدونات باتت الوسيلة المثلى لنقل هذه الانطباعات، ففي يوم وقوع الهجمات على برج التجارة العالمي سجل موقع " Blogger " زيادة في معدل التدوينات المنشورة بنسبة 22% مقارنة بالمتوسط العام". وهو ما يؤكد كذلك كلين راينولدز (Glenn Reynolds) صاحب المدونة الشهيرة "InstaPundi"، أن أحداث 11 أيلول تعتبر منعرج هام في عالم التدوين الإلكتروني فمعها جاءت مدونات الحرب "Warblogs" (Desavoye & al, 2005, p. 32)، والتي رافقت الجيوش الأمريكية أثناء غزو العراق وكانت سبب آخر من أسباب ذبوع صيت المدونات.

ومع احتدام الحرب واشتعالها بدأ دور المدونون يظهر بشكل أكبر كفاعلين جدد في ميدان الإعلام والإخبار، لعبوا دورا أساسيا في الكشف عن حقيقة الغزو الأمريكي للعراق، إذ بث هؤلاء على مواقعهم أخبارا بشكل مستقل عن وسائل الإعلام الأمريكية الأخرى تتضمن تفاصيل يومية دقيقة وقصصا إنسانية وحقائق حول آثار القصف على بغداد وعلى ملايين العراقيين الذين قتلوا على أيدي قوات الغزو

الأمريكي. ففي حرب فيتنام كان التلفزيون وراء تغيير الطريقة التي كان يرى بها الناس الحرب، كما باتت المدونات وسيلة للعديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب، للتعبير عن مواقفهم السياسية ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال "هوارد دين" وغطتها مجلات شهيرة كمجلة فوربس في مقالات لها. وكان لاستخدام معهد "آدم سميث" البريطاني للمدونات دوره أيضا في رواجها (الراوي و الشافعي، 2011، صفحة 62).

إلى جانب أحداث عالمية أخرى كتسونامي 2004 في آسيا، أين حققت المدونات السبق في تغطيتها للحدث مقابل غياب الصحف والشبكات التلفزيونية باستخدام شهادات حية للناجين من الإعصار مع أولئك الذين شاهدوا الحدث عن قرب، كمدونة "tsunamihelp.blogspot.com" التي قام بتغذيتها حوالي 30 مدون، ووفقا لجيفري اينينج (Jeffrey Henning) المسؤول الثاني في شركة برامج الكمبيوتر "Perseus Development" فإن "تسونامي 2004 كان بمثابة الحادي عشر سبتمبر بالنسبة للمدونين الآسيويين" (Desavoye & al, 2005, p. 33).

وخلال إعصار كاترينا المدمر (2005)، ساعدت المدونات قراء صحيفة تايمز بيبكون الصادرة في مدينة نيو أورليانز الأمريكية في البقاء على اطلاع دائم بالحدث، حيث لم يعد بالإمكان إصدار النسخة المطبوعة من الصحيفة التي اضطرت لمغادرة مبناها مع غيرها من سكان المدينة (عبد الحميد، 2009، صفحة 11)، وهو ما كان بمثابة سبب آخر في نضج التدوين و ذيع صيته.

✓ تبني المؤسسات الصحفية لفكرة التدوين:

مع الانتشار الهائل للمدونات وزيادة أهميتها، تسابقت العديد من وسائل الإعلام العالمية للاستفادة من خدمة التدوين ودمجها في مواقعها الإلكترونية، خاصة بعد أن استخدمت التسجيلات الصوتية والفيديو في نشر مضامينها بجانب الصور والنصوص. وكانت صحيفة The Guardian البريطانية و New York Times من بين الصحف الأولى التي توفر هذه الخدمة (شريطي، 2015، صفحة 151). كما اقترحت كل من القناة التلفزيونية "M6" و جريدة "Le Monde" الفرنسية لمشتركها إنشاء مدوناتهم عبر موقعها الإلكتروني. وهو الأمر ذاته الذي فعلته إذاعة "Skyrock" الفرنسية بإطلاق خدمة التدوين "Skyblog" في جانفي 2003 (Desavoye & al, 2005, p. 17).

وأنشئت هيئة الإذاعة البريطانية (BBC) مدونات محرريها عام 2006 (الهالي، 2013، صفحة 134)، وحتى سنة 2008 كانت 70% من الصحف الأمريكية و85% من وسائل الإعلام البريطانية و44% من وسائل الإعلام الأوروبية تقترح على صحافييها إنشاء مدونات لهم على مواقعها الرسمية (العياضي، 2009، صفحة 26)، فضلا عن قيام العديد منهم بإنشاء مدوناتهم الخاصة.

ولا يقتصر اهتمام الصحافة العالمية بالمدونات على التوظيف فقط، بل يتجاوز ذلك ليشمل جوانب أخرى مثل تنظيم المسابقات الخاصة بالتدوين، وهذا ما بادرت به هيئة الإذاعة الألمانية (دوتش فيلا) عندما نظمت في 11 نوفمبر 2006 مسابقة لأفضل المدونات العالمية (طابة، 2007، صفحة 77).

على المستوى العربي وان تأخرت نوعا ما وسائل الإعلام بتبني ظاهرة التدوين مقارنة بنظيرتها الغربية، أطلقت صحيفة إيلاف الإلكترونية السعودية خدمة التدوين والمدونات احتفالا بالذكرى السابعة لتأسيسها سنة 2008 تحت شعار "دون في بيئة صحفية" (ولد جاب الله، 2015، صفحة 43).

✓ ظهور التدوين السريع

لقد استطاعت المدونات، خصوصا في بداية الألفية الثالثة، أن تفرض نفسها لتتكاثر بسرعة لافتة، حيث استنتج محرك البحث "Technorati" - الخاص بالمدونات سابقا - أن نسبة نمو هذه المواقع⁽³⁾ تفوق بكثير بقية أصناف مواقع الانترنت الأخرى نظرا للبساطة التقنية التي تتميز بها والتي كانت سببا رئيسا في انتشار ثقافة التدوين.

(3) أحصى موقع تكنوراتي "Technorati" ما يقارب 150 ألف مدونة بداية مارس 2003 وتضاعف عددها 13 مرة بعد عام واحد لتبلغ 2 مليون مدونة في مارس 2004. وفي مارس 2005، بلغ عددها 7.8 مليون مدونة، ليصل عددها في نوفمبر 2006 إلى 60 مليون مدونة، تتزايد بمعدل يفوق 175 ألف مدونة جديدة كل يوم، ما يعني ظهور 18 مدونة جديدة كل ثانية، كما تضاعف فضاء التدوين ستين مرة بين شهري مارس 2003 وجوان 2006. وفي عام 2008 بلغ عدد المدونات 70 مليونا على مستوى العالم، بمعدل نمو بلغ 120 ألف مدونة يوميا بعد ما كان 12 ألفا في 2004، بما يعادل 84 مدونة يتم إطلاقها في الدقيقة الواحدة، وهو ما يعني إنشاء 5040 مدونة جديدة كل ساعة بمعدل 1.4 مدونة كل ثانية، كما زاد عدد التدوينات عالميا من 400 ألف تدوينة يوميا في 2004 إلى 1.4 مليون في 2007. وفي 2009 بلغ عدد المدونات 133 مليونا وفق موقعي technorati.com و thefuturebuzz.com، وفي أوت 2010 سجل موقع http://blogpulse.com وجود 145339538 مدونة حول العالم، فيما بلغ عدد المدونات الجديدة التي تم إنشاؤها خلال الأربع والعشرين ساعة السابقة على هذا التاريخ 46309 مدونة جديدة، إلى جانب 1008151 تدوينة جديدة (عبد الفتاح، 2012، صفحات 34، 36).

إذ تسمح برمجيات التدوين blogging software المتاحة بإنشاء المدونات بسهولة ودون الحاجة إلى الإحاطة العميقة بلغات البرمجة "HTML" (تفرقت، 2012، صفحة 95). ومن أبرز هذه البرمجيات موقع بلوجر و "ورد بريس" الذي يتيح كل خدمات التدوين التي قد لا توجد عند موفرين آخرين. وعربياً كانت هناك مواقع كثيرة أبرزها موقع مكتوب "Maktooblog.com"، وجيران "Jeeran"، وتدوين البوابة وغيرهم، إلا أن هذه الخدمات فقدت بريقها، ومنها من توقف نهائياً تحت تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية. وبذلك ما عادت المدونات بالشكل الذي كانت عليه سابقاً، ولم يعد التدوين محصوراً فقط، على كتابة تدوينات شخصية على صفحات المدونة، إذ استطاعت مواقع الشبكات الاجتماعية أن تُغير مجرى الأمور، جالبة معها نوعاً آخر من التدوين، يُطلق عليه البعض مصطلح "التدوين السريع" ليتجاوب مع السرعة التي طبعت العصر، علماً أن هذه المواقع لا ترقى إلى مرتبة المدونة للفروق الواضحة بين الفئتين-سناحول أن نوضح هذه الفروق لاحقاً- ولكنها أتاحت ممارسة فعل التدوين عبر شبكة الانترنت.

وفي هذا السياق، يؤكد الباحث الجزائري "نصر الدين العياضي" أن الميل إلى استخدام الشبكات الاجتماعية الافتراضية أكثر من المدونات الإلكترونية يبقى توجهاً عالمياً وليس عربياً فقط فالتدوين-المدونات- تراجع في الدول الغربية خاصة لدى فئة الشباب إلى درجة أن الباحثين تساءلوا هل للتدوين مستقبل؟ (العياضي، 2012، صفحة 74).

3.1.2 تصنيف المدونات والتدوين

في ظل الانتشار الهائل للتدوين واتساع دائرة استخدامه، ظهر عديد من التصنيفات من طرف الباحثين والمهتمين لأنواع المدونات وعملية التدوين مع الإشارة إلى أنه ليست هناك حدود فاصلة بين نوع وآخر، فقد نجد أنواع تجمع بين أكثر من شكل وتندرج تحت أكثر من فئة ومن بين هذه التقسيمات ما يلي:

✓ التصنيف وفق الهدف من التدوين

وهو التصنيف الأساسي الذي استقر في كتابات وأبحاث العديد من الباحثين وكبار المدونين وبضم الأنواع التالية:

-المدونات الشخصية Personal: وهي المدونات التي تهتم بتسجيل السير الذاتية والوقائع الخاصة للأفراد، وتستهدف بإنشائها التسجيل التاريخي للفرد، أو مشاركة الأقران والأصدقاء والجماعات ذات

الاختصاص بالرأي والتعليق على موضوعات المدونة، وتقسّم حسب المصدر أو المشاركة إلى: مدونات فردية، والمدونات الفردية العائلية والأصدقاء، والمدونات الجماعية .

-مدونات غير الشخصية (العامة) Non-personal : يطلق عليها أيضا اسم مدونات المشاركة

التي يخرج من اهتمامها التسجيل التاريخي للسيرة الذاتية أو الاهتمام بالوقائع الخاصة، وتهتم بالعديد من الأهداف والوظائف الخاصة بالشأن العام والفنون والآداب والترفيه والتسلية، وتستهدف المشاركة بالرأي والتعليق من قبل الأفراد والجماعات ذات الاهتمامات المشتركة. وتقسّم أيضا إلى مدونات فردية، ومدونات جماعية (عبد الحميد، 2009، صفحات 78، 79) .

وإذا ما حولنا إسقاط هذا التصنيف على موقع الفيسبوك -باعتباره محور دراستنا- نجد أن الحساب الخاص للمستخدم يُمكن اعتباره بمثابة "المدونة الشخصية" الذي ينشر فيه كل ما هو خاص كصوره وأعياده وعلاقاته العائلية، أما الصفحة في الفيسبوك فنقترب من "المدونات العامة" التي يخرج فيها ناشرها من الطابع الحميمي والذاتي ويكسبها نوع من الرسمية وفقا لاتجاهات المستخدم واهتماماته.

✓ التصنيف حسب نوع الوسيط المستخدم:

إلى جانب الشكل التقليدي للمدونة من حيث كونها تدوينات نصية تتخللها صور ومقاطع فيديو وروابط فائقة، ظهرت أشكال عديدة من التدوين وفق الوسيط المستخدم وآليات العرض والتقديم فيها، وتصنف كالتالي:

- التدوين المرئي أو مدونات الفيديو Vlogging:

وهي أحد أنماط التدوين التي تعتمد على مقاطع الفيديو بدلا من النصوص، ويتم اعتبارها ضمن أنماط تليفزيون الانترنت "Internet television"، وفي هذا النوع تكون التدوينات إما تسجيلات فيديو، أو رابطا لفيديو مدعوما بنص توضيحي أو صورة، ويتم عرض هذه التسجيلات إما كملف كامل أو مقاطع مرقمة. وقد أنشأ الأمريكي آدم كونتراس "Adam Kontras" أول مدونة فيديو في العالم في 2 جانفي 2000 وحملت اسم "The Journey" (عبد الفتاح، 2012، صفحة 27). ويطلق على مدونات الفيديو اسم "Video Podcast" ويختصر إلى Vidcast، Voscast، الذي يشير إلى توصيل اللقطات على الانترنت مباشرة أو عند الطلب بواسطة نظام النشر المتزامن RSS أو Atom (عبد الحميد، 2009، صفحة 87).

- التدوين الصوتي أو المدونات الصوتية Audio blog

يعتمد هذا النوع من المدونات على استخدام الصوت في الوصول إلى المتلقين، فالجزء الرئيسي للرسالة يربط Linked في ملف سمعي يستدعيه المستمع ليعلم التسجيلات كاملة والتي قد توزع على المشاركين باستخدام تغذية النشر المتزامن RSS. ولقد ارتبط هذا النوع من التدوين بتقنية البودكاسيت Podcast وبث الصوت الرقمي، وهو مركب من كلمتين الأولى هي الإذاعة والنشر Broadcast وجهاز iPod ماركة المشغل الصوتي المحمول للملفات الإذاعية، ويطلق على هذا النوع من المدونات التي تبث ما يسجله المدون بصوته بمدونات الأقوال "Saying Blog" (عبد الحميد، 2009، صفحات 82، 83). وقد ظهرت أول مدونة من هذا النوع عام 2001 والتي أنشأها Buzzgrinder، إلا أن المدونات الصوتية باتت أكثر ذيوفا عام 2003 (عبد الفتاح، 2012، صفحة 28).

التدوين الصوري أو Photo blog: وهو نوع من أنواع التدوين التي تكون فيها جميع الإدراجات عبارة عن صور متنوعة، التقطها المدون أو تحصل عليها من مصادر أخرى يقوم بعنونتها وتصنيفها مع إضافة شرح بسيط عن الصورة، يساعد مستخدمي الانترنت في الحصول عليها بعد أن تقوم محركات البحث العالمية بأرشفتها. وتعتبر مدونات الصور من خلال المواقع المستضيفه مثل: photoblogdirectory.com، tumblr.com، pixelpost.org... فرصة لأرشفة وإنشاء ألبومات الكترونية، يمكن تقاسمها مع عدد هائل من المدونين عبر أنحاء العالم (شريطي، 2015، صفحة 140).

ولكن يمكن إضافة نوع آخر يطلق عليه "مدونات الوسائط المتعددة"، والتي يستخدم فيها المدون الوسائط المتعددة (النص والصوت والصورة) لعرض محتوى المدونة. ولا تعد هذه المدونات نوعا مستقلا بذاته، بقدر ما هي مزيج بين الأنواع الثلاثة السالفة الذكر.

وتجدر الإشارة إلى أن هذا التصنيف ينطبق أيضا على مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث يوفر مثلا موقعي الفيسبوك والتويتتر التدوين النصي والصوري والمرئي وذلك حسب رغبة المستخدم أما اليوتيوب فيُجسد التدوين المرئي (مدونات الفيديو) بامتياز.

✓ التصنيف وفق المضمون

تقسم المدونات وفق هذا التصنيف إلى ثلاثة أنواع رئيسية وفقا لدراسة قامت بها سوزان هيرنج و وآخرون (Herring & Others) عام 2005، والتي استهدفت تحليل الأسلوب في المدونات اعتمادا على

تصنيف كريشنا ميرثي (Krishnamurthy) الذي قام هو الآخر بتصنيفها إلى أربعة أنماط حسب بعدين الشخصي /الموضوعي، الفردي/الاجتماعي(انظر الشكل رقم 01)، حيث قامت هيرنج بانتقاد هذا التصنيف رغم تفوقه، نظرا لافتقاده نمط المدونات المعرفية الذي يمثل أهمية كبيرة في دعم المعرفة. وتقسم هيرنج المدونات إلى (السيد عبد المعطي، 2014، صفحة 55) :

-مدونات الترشيح والتعليق "Filters": وهي مدونات تتضمن في الغالب ملاحظات وتقييمات

للأحداث العامة الخارجية بصورة موسعة، ويكون مضمونها في الغالب مضمون سياسي.

-المدونات الشخصية "Personal Journals": وهي على عكس النوع السابق حيث تميل

إلى الطابع الشخصي ويعرض من خلالها المدون آرائه وأفكاره، واتجاهاته، ومشاعره الخاصة.

-المدونات المعرفية "K-logs": وهي نوع من المدونات تركز على إبداء ملاحظات وتعليقات

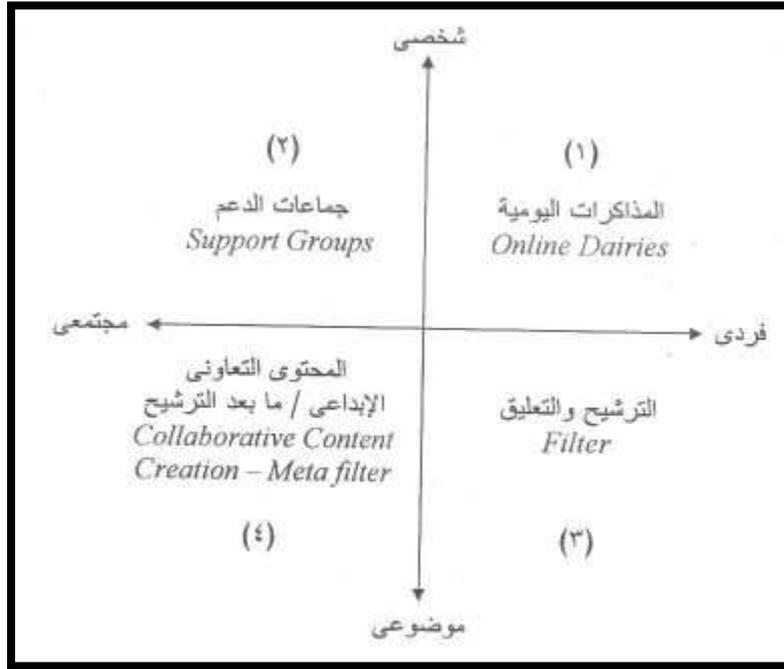
بخصوص إحدى الموضوعات العلمية أو أحد المشروعات أو المنتجات.

ودائما من حيث المضمون، نجد تقسيما آخر يصنف المدونات من حيث الموضوعات الذي يكتب

فيه المدون إلى الاقتصادية والإخبارية والرياضية والدينية والترفيهية والسياسية والمحلية والتقنية... (الراوي و

الشافعي، 2011، صفحة 76) .

الشكل رقم (01): تصنيف Krishnamurthy للمدونات



المرجع : عبد الحميد، 2009، صفحة 76.

✓ التصنيف وفق الممارسة الإعلامية

حتى وان سلمنا بأن العديد من المدونات لا تلتزم حَرَفياً بقواعد وآليات العمل الإعلامي التقليدي، فإنها تظهر ميلاً إلى أداء نفس الوظائف الاجتماعية لوسائل الإعلام الكلاسيكية من خلال جمع الأخبار وتحليلها والتعليق عليها وتوصيلها إلى عدد معتبر من الأفراد، وهو ما يُبرر وسمها "بالمدونات الإعلامية"، وتقسّم هذه الأخيرة إلى أربعة أنواع (الصادق، 2013، صفحات 271، 283) :

- **مدونات المواطنين Citizen Blogs**: التي ينشؤها مستخدمو الانترنت، وترتبط مدونات المواطنين بما أصبح يعرف بصحافة المواطن، ذلك ان المدون يمارس الفعل الإعلامي لمجرد قيامه بنقل، وصف أو التعليق على ما يحدث من حوله. وتقوم هذه المدونات التي يطلق عليها البعض العين الناقدة "watchblogs" بمتابعة ومراقبة مضامين وسائل الإعلام الورقية والإلكترونية للتنبيه إلى الموضوعات التي تم تهميشها أو تلك الأخطاء التي تتضمنها محتوياتها الإعلامية.

- **مدونات الجمهور Audience Blogs**: وهي المدونات الإعلامية الملحقة بالمواقع الإلكترونية الرسمية للوسائل الإعلامية، حيث نطقت الكثير من المؤسسات الإعلامية إلى أهمية إدماج مدونات

الجمهور في مواقعها كآلية لإشراك المستخدمين والزوار وبعث علاقة تفاعلية معهم ومن ثم زيادة الثقة في مضامينها.

- **مدونات الإعلاميين Journalist Blogs**: ويقصد بهذه المدونات تلك التي يحررها إعلاميون خارج إطار المؤسسات التي يعملون لحسابها، فقد أتاحت لهم هذه الوسائط الالكترونية الجديدة هامشاً تعبيراً لنشر أفكارهم ورؤاهم وتعليقاتهم حول قضايا وموضوعات من الصعب ربّما تمريرها عبر المؤسسات الإعلامية التقليدية التي ينتمون إليها.

- **مدونات الإعلاميين الملحقة بالمواقع الرسمية للمؤسسات الإعلامية**: تنبعت الكثير من المؤسسات الإعلامية الرسمية إلى أهمية إدماج المدونات في فضاءها الالكتروني، لتمنح صحفيها مساحة للتدوين. كما يمكن توظيف هذا النوع من المدونات غالباً في تغطية الأحداث البارزة وخاصة غير المتوقعة منها، وفي نشر أكبر عدد ممكن من مقالات الرأي والتعليق على الأخبار والتعمق أكثر في الموضوعات التي يكتبها لوسائلهم الإعلامية. ويمكن حتى الاستفادة ببعض المدونين المتميزين للكتابة للموقع الالكتروني حصرياً.

✓ التصنيف حسب حجم التدوينات:

يقسم هذا التصنيف طبيعة التدوين إلى:

- **التدوين القصير Microblogging**: على الرغم من ان الإيجاز هو إحدى السمات الرئيسية للتدوين، إلا أن نمطا جديدا ظهر مع انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية، ويشهد تطورا متسارعا يطلق عليه التدوين القصير (المصغر). ويساعد هذا النوع من التدوين على إعطاء تحديثات فورية صغيرة الحجم (عبد الفتاح، 2012، صفحات 28، 29). و يعد مصمم المواقع الأمريكي (Jason Kottke) أول من مهد لهذا النوع من التدوين من خلال مدونة صغيرة تحت اسم "Tumblelogs" في أكتوبر 2005، لتظهر فيما بعد مواقع تدوين مخصصة بأكملها لهذا النوع. ومع بداية العام 2006 كان هناك عشرات المنصات المخصصة للتدوين المصغر مثل Crumpler، Jaiku،... وكان أبرزها موقع تويتر الذي يسمح لمستخدميه بإرسال واستقبال رسائل قصيرة تسمى Tweets لا تتعدى 140 حرفا.

ولقد ساهم هذا النمط التدويني الجديد في دفع عجلة التدوين بصفة عامة نحو تحقيق المزيد من النجاحات، فضلا عن كونه أحد أهم التطبيقات التي اعتمدت عليها مواقع الشبكات الاجتماعية فيما بعد على غرار Facebook و Myspace وغيرها (شريطي، 2015، صفحة 155)، رغم أنها لا تُلزم حجم

التدوينات في مثل هذه المواقع-على خلاف التويتر- ما جعل البعض يطلق عليه مصطلح "التدوين السريع".

- التدوين المكبر blogging

هو الشكل التقليدي للتدوين والذي جسده مواقع المدونات، وقد يمتد ليصبح مقالة متكاملة غير ملزمة بحد أقصى من الكلمات للتعبير عن الآراء والأفكار والمعلومات، وذلك بعكس التدوين المصغر والمحدد بـ "140" حرفا كحد أقصى، وقد يمتد في بعض التطبيقات إلى "200" حرفا على أقصى تقدير، وهو ما يجعل التدوين المكبر يتجه إلى المعالجة العميقة للموضوعات التي يتم تناولها ومناقشتها من خلال المدونة، على عكس التدوين القصير الذي يركز على الأفكار والعناصر الأساسية للموضوع ويكون غالبا في شكل جملة موجزة و مختصرة (وائل رمضان، 2013، صفحة 30) .

وبذلك ظهرت العديد من المعايير لتصنيف المدونات والتدوين، لكن لا بد من الإشارة إلى أن ما يهمنا في بحثنا هذا ليس المدونة بحد ذاتها بل فعل التدوين عبر شبكة الانترنت الذي تطور مع انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية، باعتبارنا نبحث في أخلاقيات التدوين الإلكتروني الذي يمارسه الصحفيون المهنيون في الجزائر وتونس لنشر الآراء والمواقف والأخبار والوقائع والأحداث المحلية والعالمية من خلال موقع شبكة الفيسبوك " Facebook".

2.2 التدوين الإلكتروني في الوطن العربي

1.2.2 التدوين في الوطن العربي عموما

قبل التطرق إلى الوضع الراهن للتدوين في العالم العربي، سنعرج على بدايات ظهور فكرة التدوين، رغم أنه يصعب تحديد بداياته بدقة، نظرا لغياب فهارس وأدلة الكترونية ومحركات بحث تؤرشف بدقة روابط المدونات العربية، بالإضافة إلى سهولة إنشاء مدونة وإمكانية تغيير منصة التدوين والانتقال إلى أخرى في أي لحظة.

يُجزم مراقبين أن التدوين الإلكتروني بدأ في الظهور بشكل تدريجي منذ عام 2003 من خلال بعض مستخدمي الانترنت المطلعين على المواقع الأجنبية الذين استهوتهم التجربة، فقرروا محاكاتها، وهكذا ظهرت أولى المدونات باللغة الإنجليزية في المشرق العربي وبالفرنسية في المغرب العربي (عبد

اللطيف الجليبي، 2013، صفحة 30). رغم أنه كانت هناك بعض المحاولات الجادة ظهرت قبل ذلك، كمدونة "حواديت" لصاحبها رحاب بسام التي بدأت التدوين في جانفي 2000 من الولايات المتحدة الأمريكية وباللغة الانجليزية، والمدونة الشهيرة "بغداد"⁽⁴⁾ لصاحبها سلام باكس الذي بدأ الكتابة فيها سنة 2002 (شريطي، 2015، صفحة 159).

وخلال السنوات الأولى لظهور التدوين عبر الشبكة، كانت خدمة "Blogger" المملوكة لشركة "Google" أفضل وأشهر خدمة تدوين مجانية، لكن بحكم أنها كانت بالانجليزية، بقيت حكرًا على عدد قليل من المستخدمين العرب القادرين على التعامل مع الصعوبات التقنية لهذه المنصة. وفي وقت لاحق، ظهرت خدمات تدوين مجانية باللغة العربية ساهمت في انتشار المدونات، وقد كانت الحرب على العراق أهم الأحداث التي سرعت في تعريف المواطن العربي بالتدوين والمدونات، إذ ظهرت العديد منها بعد أشهر قليلة من بداية الحرب. ويمكن نسب فضل التدوين العربي إلى المدون الإماراتي "عبد الله المهيري" صاحب مدونة "سردال" الذي قام بترجمة النسخة الانجليزية من البرنامج الأشهر وورد بريس "wordpress" وجعله متاحًا للمستخدم العربي، ثم قام بعد ذلك بإنشاء سلاسل تعليمية من أجل نشر ثقافة التدوين، باعتباره تقنية جديدة في ذلك الوقت (عبد اللطيف الجليبي، 2013، صفحة 31).

في حين يُؤرخ تقرير "الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان" -وعنوانه: "شبكة اجتماعية واحدة ذات رسالة متمردة"- بداية التدوين في العالم العربي عام 2004، والذي ازدهر فعلياً في العام 2005 خاصة في مصر وسوريا وتونس، فبحلول عام 2006 سُجّل ما يقارب من 40.000 مدونة عربية (شري، 2016). وكانت معظم المدونات العربية تُركز على السياسة والأدب والشعر، إلى جانب مدونات عامة ومدونات متخصصة وأخرى تتحدث عن التجارب الحياتية والشخصية.

ومن خلال الاطلاع على العديد من كتابات الباحثين والمهتمين بظاهرة التدوين الإلكتروني بشكله الكلاسيكي أي من خلال المدونات، نخلص إلى أنه هناك العديد من العوامل التي ساهمت في رواجه عربياً - رغم اختلاف حدته وانتشاره حسب خصوصيات كل دولة عربية - ومن بينها: الصدى الإعلامي

(4) مدونة بغداد، أنشأها شخص مجهول عرف نفسه بأنه مهندس معماري وفي نهاية العقد الثاني من عمره ويقوم في بغداد، وبدأ في الكتابة على مدونته dearraed.blogspot.com منذ 4 سبتمبر 2002، ولقد لاقت انتشاراً واسعاً ولاسيما عقب بدء الحرب حيث بلغ عدد زائريها في مارس 2003 نحو 91 ألف شخص (عبد الفتاح، 2012، صفحة 30).

الواسع الذي حظيت به مدونة "بغداد" كأحد أهم مصادر المعلومات والأخبار لدى وسائل الإعلام العالمية في تغطيتها لأحداث الحرب على العراق ومجانية استضافة المدونات عبر قوالب جاهزة تقدمها بعض المواقع المهمة لمتصفحها، وكذلك إمكانية فتحها بأسماء مستعارة وحرية الكتابة بأي لغة وبأي لهجة يريد صاحب المدونة. إلى جانب تحفيز المدونين بجوائز من خلال تنظيم مسابقات لأحسن المدونات العربية مثل جائزة "BABA" التي أشرف عليها موقع "أراب بلوغر" وجائزة أفضل مدونة عربية التي نظمتها هيئة الإذاعة الألمانية (دوتش فيلا) في 11 نوفمبر 2006 (طابة، 2007، صفحة 77).

علاوة على ذلك، فقد مكنت المدونات العديد من الأفراد والجماعات التعبير عن رأيها في وقت كانت محرومة من ذلك الحق عبر وسائل الإعلام التقليدية المختلفة في أغلب البلدان العربية ومن ثم اعتقال بعض المدونين ومحاولة منع وحجب مدوناتهم⁽⁵⁾ ساهم أيضا في زيادة الإقبال عليها، كما أن تأسيس هيئات افتراضية، وشبكات ومجتمعات تدوين عربية يطغى عليها التقسيم القطري والتي ساعدت في لمّ شمل المدونين العرب مثل المدونات السعودية أو المدونات المصرية أو المدونات السورية أو التونسية أو المغربية أو الليبية وغيرها.

إضافة إلى ما سبق، يُحسب لقناة الجزيرة أنها أول قناة عربية عرّفت بالتدوين والمدونات إعلاميا، وكانت سببا آخر في رواجها والاهتمام بها، إذ أجرت القناة تحقيق حول المدونين المصريين-وعنوانه "المدونون، المعارضة بصوت جديد"، فضلا عن انعقاد ندوة صحفية حول الموضوع، نظمتها قناة الجزيرة في آخر يوم من عام 2006 ندوة صحفية بعنوان "المدونات على الأنترنت... الثورة الجديدة" في إطار برنامج إخباري يلخص أحداث العام، وقد شارك فيها شخصيات ومفكرين من العالم العربي إلى جانب بعض المدونين من مصر والمغرب وقطر والأردن والبحرين وغيرهمالشيء الذي لفت نظر الشباب العربي إلى المدونات وشجعهم على خوض تجربة التدوين (طابة، صفحة 78).

(5) كالمدون التونسي زهير اليحياوي الذي سجن في 2002 بتهمة نشر أخبار كاذبة عن انتهاكات حقوق الإنسان وتوفي عام 2005 إثر نوبة قلبية بعد أسابيع من إطلاق سراحه. والمدون المصري كريم عامر الذي حكم عليه بأربع سنوات سجن نافذ عام 2007 بتهمة انتقاد الرئيس حسني مبارك والدين الإسلامي، والمدونة السورية ظل الملوحي التي اعتقلت في 2009 من طرف المخابرات السورية بتهمة التجسس وتهريب معلومات لدولة أجنبية، والمدون السعودي فؤاد الفرحان بسبب كتاباته عن الفساد بالمملكة العربية، والمدون الكويتي ناصر ابل، والمدون البحريني علي عبد الإمام، والمدونة العراقية هبة الشمري و كثيرون غيرهم (الرنامي، 2008).

وقد كانت القناة كذلك أول وسيلة إعلامية وفرت خدمة التدوين لجمهورها عبر موقع الجزيرة توك "aljazeeraatalk.net"⁽⁶⁾؛ ثم تلتها وسائل الإعلام المختلفة لتتحدث عن التدوين والمدونات كظاهرة غير مسبوقة في تاريخ الاتصال في المنطقة العربية ككل، وشرع الكثير من الصحفيين في الاعتراف بأنهم يعتبرونها مصدرا إخباريا مهماً خصوصاً ما تنتشره المدونات المشهورة والمؤثرة (العياضي، 2009، صفحات 32، 33).

لقد أسهمت المدونات في تقديم الأخبار وإظهار الواقع المعاش للمواطن العربي بدرجة أعلى من الحرية مقارنة بوسائل الإعلام الرسمية، ولعبت دوراً مهماً في الكشف عن معلومات عدة ثبتت مصداقيتها بعد ذلك (الراوي و الشافعي، 2011، صفحة 62)، وعلى الرغم من فعاليتها فإن عددها كان ضئيلاً جداً بالمقارنة مع المدونات في العالم، ويُرجع البعض نقص المدونات في تلك الفترة إلى قلة نسبة مستخدمي الانترنت في الوطن العربي، حيث قدر التقرير العربي الأول للتنمية الثقافية لسنة 2007 عدد المدونات العربية بحوالي 490 ألف مدونة، وهي نسبة لا تتعدى 0.7 بالمائة من مجموع المدونات عالمياً. ويوجد في مصر وحدها 162 ألف مدونة أي ما يعادل ثلث المدونات العربية وتليها السعودية والكويت والمغرب (تفرقت، 2012، صفحة 115).

وفي عام 2011 بالتحديد، زادت وتيرة التدوين بشكل ملحوظ مع اندلاع الاحتجاجات والانتفاضات والتي يُطلق عليها البعض مسمى "الثورات العربية"، حيث استطاع المدونون لعب دور فعال في نشر المعلومات وتعبئة المواطنين وتعميم المواد السمعية والبصرية حول تجاوزات الحكومة وقوات الأمن وعمليات القمع وانتهاكات حقوق الإنسان خصوصاً في مصر وتونس وانتشرت بذلك منصات التدوين بصورة كبيرة على شبكة الانترنت في العالم العربي ووفق دراسة نشرها مركز "بركمان" للانترنت والمجتمع "Berkman Center for Internet and Society" في جامعة هارفارد الأمريكية أجرت تحليلاً لعالم المدونات العربي، أظهرت أن المدونين العرب هم في المقام الأول من الشباب الذكور، وأعلى نسبة مدونات إناث موجودة في التكتل السوري بنسبة 13 % من المدونين والذي يشمل سوريا ولبنان والأردن وفلسطين، وأن

(6) قامت قناة الجزيرة بإنشاء موقع مستقل تحت اسم (الجزيرة توك) "aljazeeraatalk.net" يقدم خدمة التدوين تحت شعار "إعلام ينبض شباباً"، وكان الموقع يعامل المدونين كصحافيين ويقدمهم على كونهم مراسلي الموقع من بلدان إقامتهم، كما كان يحدد الموقع شروط للكتابة لهؤلاء المدونين والتي كانت اقرب إلى شروط الكتابة الصحفية منها لكتابة المدونات، إلا أن الموقع وصل إلى محطته الأخيرة خلال العام 2015 (ولد جاب الله، 2015، صفحة 14).

معظم المدونات العربية تأتي على شكل مذكرات، لكن حين يتعلق الأمر بالسياسة، يميل المدونون العرب إلى طرح نقدهم تجاه الزعماء السياسيين المحليين (شري، 2016).

قبل أكثر من 12 عاما بدأ نشاط التدوين في العالم العربي، بشكله الكلاسيكي المعتمد على وجود مدونة في نطاق معين و تنامت أعداد ممارسيه بشكل كثيف، إلا أنه شهد تراجعاً كبيراً؛ وفي هذا الاتجاه، يرى المدون المغربي الشهير ومنظم جائزة المدونين العرب، محمد الساطي أنه منذ ظهور خدمات تدوين باللغة العربية "بدأت المدونات تتناسخ كالفيروسات ناقلة معها فوضى المنتديات بكل سلبياتها، حتى أنها ساهمت أحياناً في إحباط مدونين آخرين مميزين، وبدأت أحلام المراقبين تنهار بتناقص جودة المدونات العربية ودخولها مرحلة من الركود ما زالت مستمرة إلى يومنا هذا (الساطي، 2009). بينما يُفسر الصحفي بموقع سي إن إن " إسماعيل عزام " ذلك بالعامل المادي أيضاً الذي يعتبره سبباً آخر في اختفاء العديد من المدونات في العالم العربي، نظراً لعدم توفرها على نموذج اقتصادي يضمن لصاحبها عائداً مادياً- رغم أن هناك من يجني آلاف الدولارات من مدونته كالمدون المغربي أمين رغيب-، وضعف الإيرادات فحتى إعلانات "جوجل أدسنس" لم تتح لأصحاب المدونات عائداً كافياً، بينما يمكن للجريدة الإلكترونية أن تضمن ذلك من خلال الأشهارات المحلية (السعودي، 2016).

إلا أن انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية " social media " خاصة الفيسبوك والتويتر يعد سبباً رئيسياً في ذلك، إذ وفرت تلك المواقع نمط جديد من التدوين يُطلق عليه البعض التدوين السريع، ما جعل كثيرون يتحدثون عن أزمة يواجهها التدوين قد تؤدي إلى احتضاره- مع ضرورة الإشارة إلى أن هناك من ينظر إلى ظهور وانتشار تلك المواقع من زاوية أخرى على اعتبار أنها زادت من اتساع نشاط التدوين وساحات الترويج له- ومع الأحداث السياسية التي اندلعت في العالم العربي لم يعد هناك مجال للتدوين التقليدي الذي أتاحتها المدونات. ففي مصر على سبيل المثال لم يعد حال المدونات كما كان، رغم أنها كانت تحتل المرتبة الأولى عربياً في سجلات التدوين، فمدونة " الوعي المصري " الشهيرة لصاحبها وائل عباس اختفت اليوم، بعد أن كان يبلغ عدد زائريها شهرياً أكثر من مليون ونصف المليون زائر ، وآخر تدوينة فيها تعود لسنة 2013، بعد أن انتقل صاحبها للكتابة على صفحته في الفيسبوك ومواقع الشبكات الاجتماعية؛ ويُفسر المدون المصري ذلك قائلاً أن:

التدوين-المدونة- لم يعد هو الشيء المبهر كما كان في الماضي والأضواء مسلطة بشكل أكبر على وسائل التواصل الاجتماعي. معظم المدونين المصريين لا يهتمون بالتدوين في الوقت الحالي،

وبعضهم توقف عنه فعلياً، وغيرهم نجحوا للانتقال للكتابة التلفزيونية مثل غادة عبد العال صاحبة مدونة "عايزة أتجوز" والبعض أيضاً تحول للعمل في مواقع صحافي، وبالتالي تغير حال التدوين في مصر بتغير الحالة العامة والمزاج العام، فالتدوين أصبح شبه ميت (شبكة المدونون العرب، 2016).

وتختلف التوجهات بخصوص ذلك بين صفوف المدونين أنفسهم، فهناك من هجر مدونته نهائياً منبهاً بالخدمات التي توفرها مواقع الشبكات الاجتماعية من تفاعل سريع ومتبادل وصفحات شخصية تشبه المدونات، والبعض الآخر - وهم قلة - وجد في تلك الشبكات عاملاً إيجابياً لنشر ما يكتبه على صفحة مدونته، وهو ما يكشف عن ظهور علاقة تواصل بين التدوين التقليدي والتدوين بشكله الجديد.

ولعل قرار توقف محرك البحث تكنوراتي "Technorati" عن فهرسة المدونات عام 2014 ليتحول إلى موقع للنشر والإعلان على الانترنت أكبر دليل على تراجع التدوين التقليدي ليس في الوطن العربي فحسب بل حتى على مستوى العالم.

إن إغلاق مدونات مكتوب في نهاية مارس من العام 2013، من طرف شركة "ياهو" الأمريكية المالكة للموقع مؤشر آخر على تراجع التدوين بشكله التقليدي، وقد بررت الشركة ذلك بتقييم مجموعة منتجاتها وخدماتها للتركيز على الخدمات الأساسية والابتكارات الجديدة (موقع الجزيرة نت، 2013). وقد كانت مدونات مكتوب من أوائل مواقع التدوين في العالم العربي، والتي مكنت المستخدمين العرب من مساحات مجانية للتعبير عن آرائهم ونشر أخبار نافسوا بها عدد من الجرائد المعروفة، وإن كان كثير من المدونين احتجوا على إغلاقها من طرف الشركة المالكة، فإن البعض الآخر قد تقبل الأمر ما دام لا يزال يمارس صفته كمدون من خلال ما ينشره على الفيسبوك وتويتر و يوتيوب (عزام، 2013).

ومع فتور عالم التدوين التقليدي والمدونات، ظهرت فضاءات الكترونية جديدة وشبكات تدوين تحاول بعث روح التدوين التقليدي كموقع "مدونات الجزيرة"، الذي أنشأته قناة الجزيرة في أوت 2016، ويستثمر طاقات شبابية من المدونين العرب والصحافيين في كل أنحاء العالم. وقد شهد اليوم الأول من إطلاق الموقع تسجيل ألفي مدون، إلا أن مشروع "مدونات الجزيرة" ليس تقليدياً بل قريب جداً من تطبيقات مواقع الشبكات الاجتماعية، ويستطيع أي فرد فيه أن ينشر رأياً مطولاً أو تدوينة قصيرة أو من خلال الفيديو (شبكة المدونون العرب، 2016).

2.2.2 التدوين في المغرب العربي

بدايةً لا بد من الإشارة إلى أن مصطلح "المغرب العربي" يُستخدم في الغالب للدلالة عن دول شمال إفريقيا وهي الجزائر وتونس والمغرب، نظراً للتقارب التاريخي والجغرافي بين هذه البلدان أما عن تجربة التدوين فتكاد تتشابه الحثيات بين الدول الثلاث، رغم أن تونس والمغرب تعتبران سباقتان في هذا المجال والأكثر حيوية مقارنة بالجزائر التي عرفت الظاهرة متأخراً نوعاً ما. ومع ذلك لم يرق التدوين في المغرب العربي إلى مستوى تكون فيه المدونات منافسة لوسائل الإعلام التقليدية ولم تكن ذات تأثير بالغ كما حدث ببعض الدول في العالم.

لقد تميز فضاء التدوين في المغرب العربي عموماً بازدواجية اللغة ما كان سبباً رئيساً في انقسامه بين مجتمعين واحد يكتب باللغة العربية وآخر باللغة الفرنسية مع حضور طفيف للغة الانجليزية. واتسم التدوين في المنطقة المغاربية عموماً بطابعه السياسي والاجتماعي والثقافي والأدبي، مع تسجيل تفاوت وطغيان جانب على آخر من دولة إلى أخرى؛ إلا أننا نلاحظ تحول العديد من المدونين في السنوات الأخيرة إلى مواقع الشبكات الاجتماعية-خصوصاً الفضاء الأزرق "الفيسبوك"- ليدخل التدوين بشكله التقليدي مرحلة من الركود وينزوي تحت مظلة تدوين آخر سريع جسده تلك المواقع.

وقد حاولنا في ما هو آتي التطرق إلى تجربة التدوين الإلكتروني في كل تونس والجزائر بنوع من التفصيل، على اعتبار أنهما محوري دراستنا هذه:

✓ التدوين في تونس

تعتبر التجربة التونسية من التجارب الزائدة والأكثر نضجاً وتأثيراً في مجال إنشاء المدونات وانتشارها مقارنة بالجزائر، بعد أن كانت الانطلاقة بعدد قليل ثم تطور الوضع تصاعدياً. وانطلقت شرارة التدوين في تونس منذ عام 2002 بفضل تجارب بعض المدونين المقيمين بالخارج من أمثال المدون التونسي حسين بن عامر الذي اكتشف عالم المدونات بالصدفة عام 2001 بعد هجومات 11 سبتمبر، حيث كانت مدونته الأولى في البداية عبارة عن بعض التعليقات حول الويب وبرامج التصميم، وبعدها متأثراً بعالم التدوين الفرنسي أنشأ مدونته الشخصية "Hou-hou blog" في يونيو 2002، أولاً على منصة Blogger، ثم في Nucleus CMS؛ إلا أن الانطلاقة الفعلية للمدونات التونسية كانت عام 2004، وبالضبط عندما قام هذا المدون بتأسيس أول مجتمع تدوين خاص بالمدونات التونسية أطلق عليه اسم "tn-blog". ومنذ

تلك اللحظة أخذت المدونات تتزايد بشكل مطرد ليلعب عدد المدونين التونسيين المنتمين للمنصة حوالي 851 مشارك في فيفري 2010 بعد موافقة مؤسس الموقع على طلبات الانضمام المقدمة إليه (chebbi, 2012, p. 64).

كما تُعد مسابقة أحسن مدونة تونسية "Tunisian Blog Awards" التي كان ينظمها المدون بن عامر سنويا على أساس تصويت من مستخدمي الانترنت، أحد أهم أسباب انتشار وتضاعف أعداد المدونات التونسية، التي جذبت إليها كل الأطياف من المستخدمين والنشطاء والمعارضين السياسيين "cyber activistes" ورجال الأعمال والمتخصصين في التسويق والمولعين بالتكنولوجيا وغيرهم (Lamloum, 2009).

وحسب إحصائيات لا يمكن التحقق من صحتها، فإن فضاء التدوين في تونس كان يضم نحو ألف مدونة فقط، لكن مع الأخذ بعين الاعتبار عدد السكان الذي يناهز 10 ملايين فقط فهي نسبة لا بأس بها مقارنة بالجزائر التي وصل عدد المدونات فيها إلى أقل من ستة آلاف مدونة مقابل 2 مليون مستخدم للانترنت في تلك الفترة (السي إن إن، 2008).

وقد عرف مجتمع التدوين التونسي عدة تحولات وتوجهات، حيث اقتصر في بداياته على عدد قليل جدا من المدونين يمثلون نخبة المجتمع، ثم انفتح بعد ذلك ليضم موجة جديدة من المدونين أغلبهم مقيمون بتونس، وينشرون باللهجة الدارجة التونسية (Chebbi, 2012, p35). وفي ذات السياق يؤكد المدون والصحافي التونسي زياد الهاني المعروف بتدويناته اللاذعة للسلطات التونسية والمنتمي لجريدة "الصحافة" الحكومية بأن حركة التدوين واستخدام الانترنت أصبحت تشمل فئات اجتماعية واسعة بعد ان كانت مسألة حرية الرأي والتعبير شأنا نخبويا (سويبي، 2010).

ولا تختلف اتجاهات الرأي والمواضيع لدى المدونين التونسيين عن المدونات العربية بصفة عامة، فهم يكتبون في كل المجالات تقريبا، إلا أنه يسيطر عنها الجانب الأدبي من شعر وخواطر وقصة قصيرة فيها، كما للمواضيع السياسة حضورها البارز في كتابات المدونين من خلال التطرق إلى مواضيع وطنية وإبداء آرائهم في الواقع السياسي التونسي، منادين بضرورة الإصلاح و مزيد من توسيع مساحات حرية الرأي والتعبير داخل المجتمع ومطالبين بصحافة حرة ومستقلة؛ فضلا عن المتابعة لما تنتشره وسائل الإعلام التونسية بالتحليل والنقد وكشف المغالطات في كثير من الأحيان (طابة، 2007، صفحات 57، 58).

وفي دراسة أكاديمية حول المدونات الالكترونية في تونس، تذكر الباحثة التونسية سنية عبد اللطيف الجليبي (2013) أنه بالرغم من الطفرة التي عرفتتها عملية بعث المدونات في تونس خصوصا بعد ثورة الرابع عشر من جانفي لسنة 2011، فإنه يسجل غياب إحصائيات دقيقة حول عدد المدونات التونسية وأهم مجالات اهتمامها، ومردّه للوضعية السياسية والاجتماعية التي كانت تعيشها تونس قبل الثورة وتعرض بعض المدونين والمدونات للحجب والإقصاء والخوف من تهمة التآمر على الدولة وتلب النظام الذي ارتبط بالمدونات. ومن جهة أخرى، تؤكد الدراسة أن 90% من مجمل المدونات التونسية لم يسجل بها أي نشاط أو محتوى ولم يقع تحيينها خلال 90 يوم⁽⁷⁾ بمعنى أنها غير نشطة أو وُلدت ميتة.

وبالرجوع إلى الاستبيان الذي أجرته الباحثة فإن النسبة الأكبر من المدونين التونسيين يستخدمون اللغة الفرنسية تليها الانجليزية فالعربية كما أن غالبيتهم يكتبون تحت أسماء مستعارة. وأوضحت النتائج أن 34% من المدونين موظفين حكوميين، و 28% موظفو القطاع الخاص، و 21% طلبة و 16% فقط صحافيين. وتوصلت الباحثة في الأخير إلى أن المدونة التونسية المطبوعة باللغة العربية مازالت متعثرة بينما فضاء التدوين باللغات الأجنبية الأخرى متطور وينافس أكبر المدونات العالمية.

لقد لعب المدونون التونسيون -خصوصا المقيمين بالخارج- دورا أساسيا في بداية عام 2011 مع انطلاق موجة الاحتجاجات السياسية والاجتماعية أو ما يُعرف بالثورة التونسية، في إيصال نبض الشارع التونسي بكل تحولاته الآنية ومستجدياته أول بأول في تلك الفترة، إذ اعتبرت مدونة التونسي "سليم عامامو" -إلى جانب حساباته في موقعي الفيسبوك وتويتر- والمدونة "لينا بن مهني"⁽⁸⁾ إلى جانب موقع المدونة

(7) تم احتساب معيار نشاط المدونات التونسية وفقا للمعيار الذي جاء في أحد تقارير محرك البحث Technorati لشهر جويلية 2005، عن أن 55% فقط من المدونات المفتوحة يمكن اعتبارها نشطة، ويقصد بذلك تحيينها أو تغذيتها باستمرار مرة على الأقل كل ثلاثة أشهر. كما أنه يوجد 13% فقط من المدونات يقع تحيينها على الأقل مرة كل أسبوع (الجليبي، 2013، صفحة 102).

(8) لينا بن مهني، ناشطة حقوق إنسان ومدونة وصحفية وأستاذة جامعية تونسية في اللغة الانجليزية وعضو سابق في الهيئة الوطنية المستقلة لإصلاح الإعلام والاتصال التونسية، عرفت بمعارضتها لسياسة حجب المواقع على شبكة الانترنت في عهد الرئيس التونسي السابق زين العابدين، بدأت التدوين عام 2007 في مدونتها تحت عنوان "أفكار مهولة" ثم غيرت اسمها سنة 2009 إلى "بنية تونسية" والتي حجبت عدة مرات قبل الثورة التونسية تكتب باللغات العربية والانجليزية والفرنسية على صفحة مدونتها، وفي موقع الأصوات العالمية. يمكن الاطلاع على مدونتها "بنية تونسية/ A Tunisian Girl" من خلال الرابط التالي: <http://atunisiangirl.blogspot.com/?m=1> (2019/02/06).

الجماعية "نواة" وغيرهم مصدرًا أساسيًا للمعلومات للكثير من المدونين والصحفيين في العالم ككل. حيث أظهرت إحدى الدراسات الأجنبية (Marta & Timothée, 2013) من خلال تحليل قائمة الروابط الفائقة لشبكة المدونين التونسيين النشطين (15 صفحة الكترونية تونسية من بينها المدونات) التي تُحيل إلى حوالي 156 موقع أجنبي (في: فرنسا، ألمانيا، إيطاليا، إسبانيا، الولايات المتحدة، كندا وغيرها) تم التشبيك معها من قبل المدونين التونسيين، إذ بيّنت الدراسة أن أكثر من نصف أصحاب تلك المدونات الأجنبية أصولهم مغاربية ومقيمين بالخارج ويدونون باللغة العربية، علاوة على بعض الروابط مع المغرب والجزائر ومصر وليبيا فقط نظرا لحجب العديد من مواقع المدونين التونسيين النشطين - تلك الفترة- في باقي الدول العربية.

ولكن فضاء التدوين في تونس عرف تحولا كبيرا خلال السنوات الأخيرة، حاله في ذلك حال التدوين في كل بلدان الوطن العربي، خصوصا مع انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية وظهور جيل جديد من المدونين يطلق عليهم اسم المؤثرين "les influenceurs" ذوو الشهرة الواسعة، وهو اتجاه يهتم بتكوين شبكات أو مجموعات والحصول على أكبر عدد من المتابعين، إلا أنه يختلف عن التدوين بمعناه الحقيقي، ويقبل فيه التفاعل والنقاشات التي كانت موجودة في المدونات. وهناك حتى من اتخذ من "التأثير" أو الشهرة التي اكتسبها المدون على مواقع التواصل كمهنة له، من خلال الحصول على مبلغ معين مقابل التحدث عن منتج أو علامة تجارية محددة، أو حتى وجهة نظر أو أفكار سياسية معينة (بن حسين، 2018، صفحة 50).

ان السبب الرئيسي في الموت البطيء للفضاء المدوناتي في تونس، هو احتراف بعض المدونين سواء بالانضمام إلى مؤسسات إعلامية أو تأسيس موقعهم الإعلامي الخاص من جهة، وتحول معظم المدونين إلى الفضاء الأزرق "Facebook" من جهة أخرى، الأمر الذي تسبب في تراجع عدد مدونات الرأي والمعلومة مقابل تنامي مدونات عالم الموضة "MODE" والجمال ونمط الحياة والسفر والسياحة "nouveaux blogs de mode"، وقد ساهمت في ذلك التكنولوجيات الجديدة خصوصا الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية التي جعلت مستخدمي الانترنت أكثر تعلقا وإعجابا بثقافة الصورة والمنشور "statut" أكثر من التركيز على الأفكار والتحليل ووجهات النظر (بن حسين، 2018، صفحة 51).

وفي ذات السياق، يؤكد الباحث التونسي الصادق الحمامي على تراجع أدوار المدونين ومكانة المدونات لصالح صفحات الفيسبوك التي يديرها بعض المدونين السابقين، الذين تركوا المدونات لصالح

الكتابة على الفيسبوك (على سبيل المثال المدون بيغ تراب بوي) ولصالح الميديا التقليدية والأحزاب السياسية (الحمامي، 2015، صفحة 49) .

✓ التدوين في الجزائر

لعل مشهد التدوين الإلكتروني في الجزائر ليس حالة خاصة مختلفة عما يدور في المغرب العربي، بل هو صورة مصغرة عنه، إلا أنه الأقل انتشارا وشيوعا مقارنة بالجارتين تونس والمغرب، حيث شهدت الجزائر انطلاقة متأخرة نوعا ما في حركة التدوين، ويرجع العديد من الخبراء ذلك إلى ضعف انتشار الهاتف الثابت وأجهزة الكمبيوتر ونقص سرعة تدفق شبكة الانترنت في الجزائر وعدم انتشارها على نطاق واسع مع الاعتماد بكثرة على مقاهي الانترنت في ذلك الوقت.

وبدأت ممارسة التدوين في الجزائر في منتصف الألفية الثالثة من خلال حملة "مدونة للجميع" التي أطلقها مجموعة من الشباب المتحمسين لنشر ثقافة التدوين بمساعدة وزارة البريد وتكنولوجيا المعلومات، وترجع السيدة "اليندة سحنين"، المشرفة العامة على أول منصة للتدوين في الجزائر تحت اسم "dzblog.com"، نشوء المدونات الجزائرية إلى عام 2006 تاريخ إنشاء الموقع (تقرنيت، 2012، صفحة 157). ومع ذلك فهناك قلة قليلة من المدونين الجزائريين الذين عرفوا التدوين قبل ذلك وبالضبط في منتصف عام 2005- من أمثال عصام حمود في مدونته "حمود أستوديو" وكمال قرور صاحب مدونة "أفكار ضد الرصاص" وغيرهم.

وكان الموعد مع أول أسبوع للتدوين الجزائري يوم 23 جانفي 2006 تحديدا، حيث أقيمت تظاهرة "مدونة للجميع" في رياض الفتح بالعاصمة الجزائرية تحت رعاية وزير البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال السيد بوجمعة هيشور آنذاك، الذي شجع المدونين وخصص يوما وطنيا لهم سمي بيوم المدونين. وكانت هذه التظاهرة تهدف إلى الاستفادة من مشروع أسرتك الذي أطلقته الحكومة الجزائرية عام 2005 من أجل تعميم امتلاك الكمبيوتر والربط بالانترنت في كل الأسر الجزائرية وكذا نشر ثقافة التدوين الإلكتروني لدى مستخدمي الانترنت الجزائريين (زعيم، 2012، صفحة 120). وما يعاب على المدونين الجزائريين في تلك الفترة عدم الانتظام في الكتابة والمتابعة، فعدد المدونات النشطة محدود جدا، ويُرجع البعض ذلك لأسباب تقنية واجتماعية (قويزي، 2012، صفحة 80).

وعن أسباب التأخر في انطلاق حركة التدوين في الجزائر، يرى البعض أن تجاهل الإعلام الرسمي الجزائري لعملية التدوين الإلكتروني وعدم اعترافه بها كان سببا في تأخر انتشار المدونات في الجزائر وتعريف الرأي العام بها كظاهرة اتصالية جديدة، وهو ما يؤكد المدون "عصام حمود قائلا: "أنا أدون منذ 2005 ولم أجد صحيفة⁽⁹⁾ جزائرية تحدثت عن المدونات أو حاولت إيجاد مكان لها" (بن عمارة، 2015، صفحات 82، 83)، باستثناء بعض المقالات التي نشرها-بعد مرور سنوات- مدونون يشتغلون بعالم الصحافة، مثل المدون والصحفي علاوة حاجي-الذي أسس دار نشر "الجزائر تقرأ" ولها صفحة على الفيسبوك باسمها تقدم أخبارا ثقافية عموما، وهو صاحب مدونة "أنلان" التي اختارها محرك البحث غوغل كأحسن مدونة في المغرب العربي عام 2009- الذي يرى من جهة أخرى، أن التضيق على الحريات كان سبب في انتشار المدونات في الوطن العربي، كهامش للتعبير عن الرأي، خصوصا في ظل غياب البدائل الأخرى، أما في الجزائر فإن التضيق على حرية الرأي والتعبير وعلى الإعلام لم يكن بالشكل الذي عرفته البلدان العربية الأخرى، فضلا عن أن العديد من المدونين العرب، على سبيل المثال في مصر حقوقيون وناشطون في المجال السياسي ما يسمح بحراك اجتماعي يساعد على ازدهار التدوين وهو ما لا يتوفر في الكثير من المدونين الجزائريين (تفرقت، 2012، صفحة 158)، خاصة الذين يكتبون باللغة العربية.

وفي هذا الإطار، يتحاشى العديد من المدونين الجزائريين غالبا الخوض في مجال السياسة والكتابة عنها لأسباب مختلفة أهمها الرقابة الذاتية والخوف من العقاب والمساءلة القانونية، ذلك ان المدون يفتقر إلى قانون يوفر له الحماية في حال تعرضه للاعتقال أو لمضايقات مثل ما حدث مع بعض المدونين في عدد من الدول العربية. ويستشهد صاحب مدونة "حماد أستوديو" بتجربته الشخصية، فكتاباته اتسمت في بداياته مع التدوين بالجرأة والتطرق إلى مختلف القضايا السياسية دون خوف، ولكن هذه الجرأة أخذت تنقص مع مرور السنوات إلى أن ابتعد عن الكتابة في هذا الميدان واتجه إلى مجال التصاميم والشعارات (قويزي، 2012، صفحة 68).

(9) تعتبر أسبوعية المحقق أول جريدة جزائرية تتعرض للتدوين الإلكتروني بمقال بعنوان "الشباب العربي يعارض حكاه بالتدوين" وبعد مدة قصيرة توقفت عن الصدور (أفريل 2009) بسبب العجز المالي نتيجة غياب الإشهار على صفحاتها (قويزي، 2012، صفحة 77).

وقام موقع "dzblog.com"⁽¹⁰⁾ أيضا بتنظيم "سبوع التدوين الإلكتروني في الجزائر" في طبعته الثانية ابتداءً من 23 إلى 30 جانفي 2007 ، وكان الهدف منه تجميع المدونين الجزائريين من داخل الوطن وخارجه لتبادل الأفكار والآراء وبناء العلاقات فيما بينهم. وحتى عام 2008 يذكر المدون الجزائري "إسماعيل قاسمي" صاحب مدونة "جزائري بقرار جمهوري" أن المدونات الجزائرية كانت شبه مجهولة كليا، ويعود السبب حسب المدون إلى أمرين: الأول هو أن الأنترنت في تلك الفترة لم تصل إلى متناول جميع طبقات المجتمع، إذ كانت محصورة في فئة معينة لا تهتم بالظاهرة. والأمر الثاني هو النظرة النمطية إلى الأنترنت على أنها وسيلة ترفيه لا أكثر ولا يمكن أن تحدث أي تأثير سياسي أو اجتماعي (تفرقنيت، 2012، صفحة 159).

ومع بداية عام 2009، عرّف التدوين الجزائري مرحلة انتقالية، إذ تغيرت طبيعة ومضمون المدونات الجزائرية من الطابع الشخصي والمذكرات لصالح الكتابات ذات الأبعاد الثقافية والاجتماعية بدخول كتاب وصحفيين ومثقفين مجال التدوين -وهناك تضارب في الأرقام في عدد المدونات بين الباحثين إذ لا توجد إحصائيات⁽¹¹⁾ دقيقة - ويرجع ذلك إلى بعض الأحداث التي عرفتها المنطقة، كتعديل الدستور ودخول المدونات في الانتخابات الرئاسية التي جرت في أبريل 2009، لتسجيل النقاش الدائر بين المؤيدين لعهد رياسة ثالثة للرئيس الجزائري السابق عبد العزيز بوتفليقة والمعارضين لها. إضافة إلى المشاحنات التي جرت في أعقاب مقابلة كرة القدم الفاصلة والمؤهلة لمونديال 2010 في "أم درمان" بالسودان بين المنتخبين الجزائري والمصري حيث اشتد السجال بين الشعبين خاصة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات، في ظل غياب قنوات تلفزيونية جزائرية خاصة -لم يُفتح بعد قطاع

(10) إلى غاية عام 2007 نشر المدونون الجزائريون على هذا الموقع حوالي 18000 تدوينة في مختلف المجالات وبلغات ثلاث هي العربية والفرنسية والأمازيغية، وأنشئت عليه حوالي 4000 مدونة، كما زار الموقع حوالي مليونين ومائتي ألف زائر (2.200.000) وفق ما أوردته الحركة التكنولوجية في تقاريرها (زعيم، 2012، صفحة 121).

(11) حسب تقديرات المدون والصحفي "الخير شوار" وصل عدد المدونات الجزائرية حوالي 5000 مدونة عام 2009 في مختلف المواقع منها: "مكتوب كوم"، "بلوغ دي زاد"، "بلوغ سبوت" وغيرها من المواقع العربية والأجنبية. أما "ليندة سحنين" المشرفة على موقع "دي زاد بلوغ" فتسجل أن عدد المدونين في هذا الموقع بلغ عام 2009 10 آلاف مدون. وحسب الجريدة الإلكترونية "إيلاف" فإن فضاء التدوين الجزائري عرف ظهور حوالي 9000 مدون، زار مدوناتهم نحو 5 ملايين شخص وفق إحصائيات شهر أوت من العام 2009 (تفرقنيت، 2012، صفحات 165، 166).

السمعي البصري في الجزائر في ذلك الوقت - يُمكن للمواطنين التعبير من خلالها والرد على ما يُقال في وسائل الإعلام المصرية حول الموضوع (تفرقتيت، 2012، صفحات 161، 160).

وفي دراسة للباحثة الجزائرية "ميادة قويزي" حول اتجاهات المدونين الجزائريين خلصت الباحثة إلى أن الفضاء التدويني الجزائري ذكوري بامتياز مع حضور محتشم للمرأة فيه والعربية الفصحى هي اللغة السائدة في مضمون المدونات الجزائرية المكتوبة بالعربية، كما أن المصدر الرئيسي لمحتوى المدونة هو صاحبها أي المدون الذي يتسم بمستوى تعليمي معتبر ورغم قلة عددها إلا أنها تشكل ما يسمى باتجاه الجماعة (الرأي العام). أما عن اتجاهات المدونين فتتوعدت بين الاتجاه السياسي وهو الاتجاه الغالب، الاتجاه الثقافي، فالإتجاه الديني،الاتجاه الاجتماعي،الاتجاه الإعلامي،الاتجاه النقابي،الاتجاه الاقتصادي، وآخرها الإتجاه الرياضي والشخصي. وعليه يتخذ المدونون الجزائريون من المدونات فضاء للتعبير عن اهتماماتهم المتنوعة واتجاههم نحو مختلف القضايا المطروحة الوطنية أو الدولية والتي يتعذر التطرق إليها نظرا لغياب فضاءات تعبيرية أخرى في الجزائر (قويزي، 2012، صفحات 229، 230). ويشير العديد من المدونين أن المدونات الجزائرية الصادرة باللغة الفرنسية هم الأكثر اهتماما بالمواضيع السياسية والتعليق عليها على اعتبار ان معظمهم ناشطين في أحزاب سياسية (تفرقتيت، 2012، صفحة 197).

ومع انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية -خصوصا موقعي الفيسبوك وتويتر- والتي أسست لنوع آخر من التدوين، عرفت المدونات الجزائرية نوعا من الانتعاش، نظرا لاستفادة المدونين من تلك المواقع في التعريف بمدوناتهم ونشر تدويناتهم الجديدة على صفحاتهم الفيسبوكية.

ولقد لعبت اللقاءات الكثيرة بين المدونين الجزائريين الذين ينشرون باللغة العربية-متخذين التجربة التونسية والمغربية نموذجا لهم- دورا أساسيا في التعريف بالمدونات، كاللقاء الذي جمعهم في مقر جريدة وقت الجزائر يوم 27 ديسمبر 2010 بمجموعة من الصحفيين الذين غطوا المناسبة، وسبقه مجموعة من اللقاءات الأخرى بين المدونين الجزائريين في المعرض الدولي للكتاب بالجزائر العاصمة. كما يعتبر الصدى الإعلامي الواسع للمدونين العرب تزامنا مع اندلاع الحراك السياسي والاجتماعي في بعض الدول العربية كمصر وتونس وليبيا والمغرب وغيرهم، عرف التدوين الإلكتروني في الجزائر اهتماما ملحوظا من طرف وسائل الإعلام التقليدية وبعض المتقنين الجزائريين الذين اعتبروه في البداية مجرد خواطر لا أكثر (قويزي، 2012، صفحات 78، 79).

ويُجزم مراقبين أن المشهد الثقافي الجزائري قد انعكس بشكل سلبي على عالم التدوين ككل فمن جهة هناك المدونون بالفرنسية والمتأثرون بالثقافة الفرونكفونية، ومن جهة أخرى المعربون الذين يعيشون في عالم مختلف تماما بدون أي حوار ولا حتى مجرد لقاء، لذلك بقي التدوين الجزائري يراوح مكانه ودون فعالية إن على المستوى المغاربي أو العربي. ونستدل على هذا الرأي بما قاله المدون المغربي المعروف "سعيد بن جبلي" وهو يصف فضاء التدوين في الجزائر قائلاً بأنه: "منقسم على نفسه بين مجتمعين افتراضيين متباينين مثل حالة المغرب نتيجة ازدواجية المشهد الثقافي مما يتيح مدونات عربية وأخرى فرانكفونية وبينهما جدار برلين" (بن عمارة، 2015، صفحة 84)، وهو ما نرى أنه انعكس سلباً على فضاء التدوين الجزائري ككل وعلى عدد المتابعين والمواضيع المطروحة، بدل التكامل والانسجام وتكاثف الجهود التدوينية بمختلف اللغات لتوصيل أفكار المدونين ورؤاهم ونقاشاتهم على الساحة المحلية والعربية وحتى الدولية ومن ثم القدرة على التغيير والتأثير الفعال في الساحة الإعلامية والسياسية الجزائرية.

عانى التدوين في الجزائر من نقائص كثيرة من حيث الجدية والطرح رغم مرور سنوات عديدة على ظهوره ووصوله إلى الاحتراف في عدة دول، فعلى خلاف الجاريتين تونس والمغرب، لا يُركز المدونين الجزائريين عموماً على قضايا تهم الشارع والمواطن الجزائري واهتمامهم في الغالب على التدوين الجوّاري الذي يُعنى بنقل أخبار وأحداث المنطقة التي يسكنون فيها، إذ لم يستطع المدونون لفت الانتباه إليهم، فهم يكرّرون عادة ما تم تناقله في وسائل الإعلام دون التطرق إلى المواضيع الحساسة. ولعل نقص الإشهار والإعلانات على صفحات المدونات الجزائرية يؤكد ذلك أيضاً، حيث لم تصل إلى درجة جلب المعلنين لترويج منتجاتهم من خلالها ومردّه لعدد زوارها المحدود جداً (تفرّقت، 2012، صفحة 175).

ولم يُشكل المدونون في الجزائر صداع رأس للنظام الحاكم، ولم تطرح قضايا مثل اعتقال المدونين وحجب مدوناتهم، ما عدا حالة المدون والصحفي توفيق التلمساني⁽¹²⁾ التي لا تصنف مدونته (بلاد تلمسان)

(12) نشر التلمساني تدوينة يوم 20 فيفري 2007 بعنوان "السيستاني يظهر في تلمسان"، تناول فيها منع مدير الشؤون الدينية الأئمة في تلمسان من حضور لقاء الإذاعة المحلية لأنها رفضت استضافته في برنامج ديني بحجة عدم كفاءته للإفتاء في المسائل الدينية، فرجع المدير دعوى قضائية ضد المدون متهما إياه بالفنذ، واعتبر صاحب مدونة أن المقال مجرد مقال رأي قصد التنبيه. كما تعرضت مدونته للحجب من طرف موقع مكتوب آنذاك في مارس 2011 بسبب أن كثيراً من متصفح الانترنت قد اشتكوا من مضمون المدونة والمتعلقة بصور جرائم الرئيس الليبي معمر القذافي، وبعد أسبوع من الحجب عادت المدونة للنشر وكان ذلك بعد تدخل شخصي من المدون إلى مسؤول فرع المدونات في موقع مكتوب السيد "محمد الركابات" الذي أكد أن المسؤول عن الحجب جهة أخرى (قويزي، 2012، صفحة 85).

في إطار المضايقة الأمنية لأن القضية رُفعت أمام العدالة والدولة ليست طرفا مباشرا فيها. ورغم كل هذا فهناك أسماء تدوينية جزائرية جادة⁽¹³⁾ أثبتت القدرة على التأثير والانتشار الايجابي (سعدي، 2013).

إن حال الواقع الراهن للتدوين في الجزائر لا يختلف عما آلت إليه ظاهرة المدونات الالكترونية في الوطن العربي عموما والمغرب العربي بشكل خاص، ففي دراسة استطلاعية⁽¹⁴⁾ على محتوى ونشاط المدونات الجزائرية، على اعتبار أن المدونة هي قبل كل شيء محتوى يجب تحديثه باستمرار، لاحظنا أن المدونات النشطة قليلة جدا وغير تفاعلية، والسبب الرئيسي يعود إلى انقطاع العديد من المدونين - حتى الذين كانوا من الناشطين على الشبكة - عن الكتابة في مدوناتهم في السنوات الأخيرة، علاوة على تغيير عناوين مدوناتهم أكثر من مرة أو إنشاء مدونات جديدة باسم مُغاير والتخلي عن النسخة القديمة. إضافة إلى انخفاض نسبة الردود في المدونات القليلة النشطة، فهناك تدوينات شبه ميتة بـ"0" تعليق، وهذا ما يؤكد مرة أخرى مجهولية المدونات لدى العديد من مستخدمي شبكة الأنترنت في الجزائر. ولعل الانتشار الهائل لموقع الفيسبوك دفع بالكثير من المدونين الجزائريين النشطين بعيدا عن صفحاتهم، لما يتميز به هذا المواقع من سهولة في إدراج النصوص والصور وحتى الفيديوهات، إلى جانب سهولة وسرعة الوصول للجمهور والتفاعل بشكل أكبر، ما لا يتوفر في المدونات.

فحتى موقع النادي الجزائري للتدوين⁽¹⁵⁾ الذي أسس من أجل أن يحقق التميز للمدونات الجزائرية اصطدم هو الآخر بتقنيات الفيسبوك ومواقع الشبكات الاجتماعية، إضافة إلى بعض القناعات لدى الكثير

⁽¹³⁾ كالمدون علاوة حاجي وقادة زاوي عبر مدونته "خريشة" و"قرأت لك"، التي تهتم بالكتب ونالت جائزة أفضل مدونة جزائرية، والصحفي يوسف بلوج ومدونته "الفراغة" وحمود عصام وقويدر أوهاب المعروف بتوفيق التلمساني، ودعوة العياشي صاحب مدونة "سفير الزيبان" والمدون الطاهر زودة وجابر حمدون وعمار بن طوبال ومحمد ياسين وإسماعيل قاسمي ومنير سعدي ومعمّر بودالي والمدون يحي أوهيبية والمدونة عمروش أمينة المعروفة باسم شجون... (سعدي، 2013).

⁽¹⁴⁾ قامت الباحثة بالاطلاع على 69 موقع مدونة جزائرية متاح على موقع "مدونة" لعصام حمود" يوم 20/12/2017، فلم تجد سوى أربع مدونات نشطة، فهناك مدونات لم يتم تحديثها منذ ثلاث أو أربع سنوات مثل مدونة أفكار ضد الرصاص (آخر تدوينه في 2012)، مدونة جزائري بقرار جمهور (آخر تحديث كان في 2013)، ومدونة حرية لقادة زاوي (آخر إدراج في 2014)...

⁽¹⁵⁾ تأسس في فاتح نوفمبر 2007 على يد مجموعة من المدونين وهم يحي أوهيبية، بوشناق لحسن، عبد العزيز بن يحي، يونس الشيخ، مريامة قيراد، المدونة ب. فائزة والمدون بن الطاهر. وقد قام النادي بإنشاء موقع الكتروني له، يحتوي على دليل للمدونات الجزائرية المسجلة كعضو في الموقع، ويحتوي أيضا على معلقة المدونات الجزائرية التي تهتم بنشر كل جديد يكتبه المدونون على مدوناتهم مع توفير فضاء للنقاش والحوار حول التدوين ومواضيع أخرى من خلال خدمة

من المدونين الجزائريين التي ترفض العمل من خلال الاتحادات والنوادي (أوهيبيّة). ونفس المصير واجهه "اتحاد المدونين الجزائريين" الذي تأسس في شهر فيفري 2009 من قبل أساتذة وجامعيين وصحفيين وكتاب وفنانين داخل الوطن وخارجه، حيث بقي يراوح مكانه ولم يُقْم بأي دور في عالم التدوين (تفرقيت، 2012، صفحة 202).

وفي الأخير نخلص إلى القول أن كل تلك التأمّلات والنظرات الاستشرافية التي وضعها بعض الكتاب والباحثين والمدوّنين على مدار سنوات مضت، حول ازدهار المدونات في الجزائر في المستقبل وتأثيراتها القادمة في الساحة الوطنية -أو العربية-، بقيت مجرد افتراضات لم تُثبت صحتها إلى يومنا هذا، إذ تبقى المدونات من المواضيع التي ظهرت بسرعة واختفت بسرعة، خصوصا أنها اصطدمت أولا بثقافة التدوين التي بقيت مجهولة لدى شرائح عديدة من الشعب الجزائري باستثناء فئة قليلة، وثانيا بالانتشار الواسع الذي حظيت به مواقع الشبكات الاجتماعية خاصة موقع الفيسبوك، الذي جعلها تبدو كآثار والفضل يعود لخاصية الأرشيف بالمدونة، هذا إن لم يُمح أثرها نهائيا بفعل التطورات التكنولوجية المتلاحقة ومتطلبات السوق في المستقبل، وهو الأمر الذي حدث مع مدونات مكتوب عام 2013، التي ذهبت مهبط الريح عندما قررت الشركة المالكة "ياهو" حذفها على الموقع الخاص بها، واندثرت معها كل تلك السجلات التدوينية العربية عموما والجزائرية بشكل خاص.

3.2.2 التدوين لدى الصحفيين المحترفين

تري الباحثة الأمريكية الرائدة في عالم التدوين والمدونين ريكا بلود (Rebecca Blood) أنه لا يمكن أن تحل المدونات محل عمل الصحفيين المحترفين ولكن ينظر إليها كوسائط إعلامية مكملة والتي يمكن -أو يجب- أن تستخدم كأدوات من قبل الصحفيين مثل باقي المصادر التقليدية الأخرى كالبرقيات ووكالات الأنباء والمقابلات وغيرها (Blood, 2003, p. 61)؛ إذ رفضت صاحبة كتاب "The Weblog Handbook" منذ البداية، اعتبار التدوين صحافة، وحثتها في ذلك أن العديد من المدونات تفتقد إلى التقارير الصحفية الأصيلة والمعايير المهنية التي تعتبر بمثابة القلب النابض للصحافة.

المنتدى. ولعل أهم انجاز حققه النادي هو تنظيمه لمسابقة مالك بن نبي لأفضل مدونة جزائرية تم تخصيصها في طبعتها الأولى عام 2011 للمدونات المجانية وفاز بها الصحفي والمدون "خالد بشير وليد" (زعيم، 2012، صفحات 121، 122).

وفي ذات الاتجاه، جاء الصحفي السابق والمشهور في جريدة San Jose Mercury News، دان جيلمور (Dan Gillmor) بمفهوم صحافة المواطن "journalisme citoyen" كحلا وسطا بين التدوين والصحافة، عندما أطلق عام 2005 موقعه على الانترنت "www.bayosphere.com"، متعاوناً مع مواطني خليج سان فرانسيسكو San Francisco في الولايات المتحدة الأمريكية باعتبارهم صحفيين في موقعه، إذ كان بإمكان كل مواطن منهم إضافة الخبر الذي يشاء وفي الموضوع والركن الذي يحبذ، لأن دان جيلمور كان مقتنعاً أن الجمهور يعرف أكثر منه، مع احتفاظه - كرئيس تحرير للموقع - بحق مراجعة كل الإدراجات التي يضيفها الجمهور على الموقع ومن ثم تدقيقها، مؤكداً على ضرورة الانتباه إلى المعايير الأساسية للصحافة والممثلة في الدقة والموضوعية وعدم انتهاك حقوق الغير، إذ كان على دراية تامة أن ليس كل شخص لديه شيء يقوله يُمكن اعتباره صحفي (Gillmor, 2005).

ويصرح العيد زغلامي أحد أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3 قائلاً "أن الصراع الموجود بين المدون والصحفي هو صراع وهمي، فالمدون لا يمكن أن يكون صحفياً، في حين بإمكان الصحفي أن يصبح مدوناً (تفرقنييت، 2012، صفحة 187)، ويؤكد أحد الباحثين أن البعض من الصحافيين يقومون بالتدوين، لاستعادة سلطة الصحافة على الانترنت وتجريب أشكال جديدة من الكتابة لذلك سارعوا إلى إنشاء مدونات خاصة، في حين لم يُولوا آخرون أي اهتمام بنشاط التدوين والمدونات، بل ورفضوه برمته (ماي، 2017، صفحة 199).

وتمثل المدونات للصحافيين فضاء رحب للتفاعل مع القراء، والذي كان عادة غائباً في وسائل الإعلام التقليدية، ويمثل الصحفيون المحترفون 35% فقط من المدونين حول العالم (عبد الفتاح، 2012، صفحة 35)، سواء تحت مظلة مؤسساتهم الإعلامية عبر مواقعها الإلكترونية، أو من خلال إنشاء مدوناتهم الخاصة المستقلة عن وصاية المؤسسات التي ينتمون إليها، الأمر الذي كلف البعض منهم الاختيار بين العمل في المؤسسة أو التخلي عن مدونته الشخصية، أو التمسك بها والانفصال عن مؤسسته الإعلامية نظراً لعدم خضوعه لسياستها التحريرية (سنعرج على هذه النقطة في جزء لاحق).

وإلى جانب ذلك يوجد من الصحافيين من اتجه منهاجاً آخر لا يتعارض بالضرورة مع ما تطرحه مؤسسته الإعلامية من آراء ومواقف، مثل الصحفي الفرنسي جون ميشال أباتي Jean-Michel Apathie الذي خصص مدونته الإلكترونية للتعليق على المقابلات التي يجريها مع ضيوف برنامجه في إذاعة وتلفزيون ليكسنبورغ RTL نظراً لطبيعة الحوار الإذاعي الذي لا يتحمل ذلك. وهناك من كرس مدونته

لنشر أفكاره وآرائه الخاصة كالصحافي الجزائري سعيد شكري رئيس تحرير جريدة "Libération" التي تصدر باللغة الفرنسية، والصحافي ياسر أبو هلاله رئيس مكتب قناة الجزيرة بالأردن في مدونته "ما وراء الشاشة... والصفحات" التي ينشر فيها مقالاته متضمنة الفقرات والجمل التي حذفها الصحيفة التي نشرتها. في حين أن هناك من أنشأ مدونته لي طرح فيها مشاكله وخلافاته المهنية مع مؤسسته الإعلامية كمجموعات أو أفراد في العديد من الدول (العياضي، 2012، صفحات 26، 27).

عربياً ومغاريباً، لا يشذ الصحافيون عن ذلك الاتجاه الذي سلكه معظم الصحافيين في العالم، حيث تميل مدوناتهم بالدرجة الأولى للتحليل والشرح والتفسير وحتى نقل الأخبار أحياناً وتتركز كتاباتهم بالخصوص على مقالات الرأي الاجتماعية والثقافية والاقتصادية وخاصة السياسية (طابة، 2007، صفحة 80). ويعتبر الصحافيون الجزائريون المدونون بمثابة جرائدهم الإلكترونية للتعبير عن آرائهم ومواقفهم المختلفة بكل حرية، على اعتبار أنهم رؤساء تحرير تلك المدونات والمسؤولين الوحيدين عما ينشر فيها، دون قص أو شطب أي رأي أو موقف -أو جزء منه- قد لا يتوافق مع مزاج رئيس التحرير، أو سلطة عليا تملي عليهم إرادتها في المؤسسة الإعلامية التي يعملون لصالحه (ماي، 2016، صفحة 200).

وفي دراسة للباحثة الجزائرية "لمياء بن عمارة" (بن عمارة، 2015) عن مدى استخدام الصحفي للمدونة الإلكترونية، تشير النتائج إلى أن غالبية أفراد العينة لا يستخدمون مدونات الكترونية وذلك بنسبة 68.88% من إجمالي الصحافيين الجزائريين المستجوبين، والمقدر عددهم بـ90 صحفي، ويتوجهون في غالبيتهم لمواقع الشبكات الاجتماعية خصوصاً الفيسبوك وتويتر، حيث عبر معظمهم بنسبة 85.17% أنهم يريدون أن يزيدوا من التدوين ولا أحد يريد أن يكف عنه.

أما عن دوافع استخدام الصحفي الجزائري للمدونة، فجاءت كل من دوافع صناعة الرأي العام (تغطية الأخبار، تحليل قضايا إعلامية، التعبير عن آرائهم ومواقفهم السياسية) والدوافع الإقناعية (تغيير المواقف اتجاه أحداث مختلفة، التأثير في المواقف) في المرتبة الأولى، تليها الدوافع الاجتماعية (خلق صداقات جديدة، نقد ظواهر اجتماعية) في المرتبة الثانية، وفي المرتبة الأخيرة الدوافع الدعائية و الاشهارية لأسمائهم ومقالاتهم وبرامجهم التلفزيونية. كما بينت النتائج أن معظم الصحفيين أفراد العينة بنسبة 67.85% تختلف كتاباتهم عن المؤسسة العاملين بها، وأكثر من نصف العينة أيضاً تختلف تدويناتهم عن الإيديولوجية السياسية للمؤسسة الإعلامية التي يعملون بها، ما يسمح لهم بنشر أفكارهم وآرائهم بكل حرية. وبالرغم من أن المدونات لم تتجح إلى حد كبير في استقطاب الصحفيين الجزائريين

المهتمين بها، إلا أنها ساهمت في تكوين مساحات للتواصل والنقاش بين الصحفيين والجمهور، وإبداء الرأي والرأي الآخر من خلال المشاركات والردود على التعليقات.

الأمر الذي لا ينطبق على كل الصحفيين في تونس، فوفق تحقيق سوسيولوجي عن علاقة الصحفي التونسي بالمدونة، ذكر 24% فقط من الصحفيين التونسيين أنه يمتلكون مدونات وجميعهم ذكور، كما أن حوالي 60% من الصحفيين-الذي يمتلكون صفحات- تكون كتاباتهم على المدونة عادة إعادة لما ينشر في الصحف وهو ما جعلها متممة فقط لوسائل الإعلام الكلاسيكية، وهو ما يفسر عدم اهتمام الصحفي التونسي بامتلاك مدونة إلكترونية خاصة به شأنه في ذلك شأن الصحفي الجزائري الذي يبقى ظهوره في المدونات محتشما، علاوة على أن غالبية الصحفيين التونسيين يدونون تحت أسماء مستعارة، وربما مرد ذلك إلى الحذر وتجنب الوقوع في المشاكل والمتابعات القضائية، إذ تعرضت حوالي 15% من مدونات الصحفيين للحجب بسبب آرائهم الحرة و الناقدة لبعض من الأحداث والقضايا الوطنية (منصور، 2009).

لجأ بعض الصحفيين في البداية للكتابة على مدونات خاصة بعيدا عن المنابر الإعلامية التي يشغلون فيها، كهامش إضافي للحرية لا تتيح لهم مؤسساتهم الإعلامية، إلا أن دور المدونات تقلص كثيرا بظهور مواقع الشبكات الاجتماعية، خصوصا موقع الفيسبوك باعتباره الشبكة الأكثر استخدام في العالم عموما وفي المغرب العربي خصوصا، الأمر الذي أدى إلى اختلال وتيرة النشر في المدونات وحتى إهمالها من طرف الكثيرين في السنوات الأخيرة؛ فقد وجد الصحفيون في تلك المواقع بديل أكثر تفاعلية من المدونة، مع إمكانية تكوين شبكة من الصداقات على الانترنت. وما يميز صفحات الفيسبوك الراجعة ملكيتها للصحفيين عموما هو عدم اقترابها كثيرا من طبيعة العمل الصحفي ولا طريقة تحريره وهو أمر طبيعي فرضته طبيعة موقع الفيسبوك ونمط التدوين السريع عليه.

وبما أن فعل التدوين مستمر باختلاف المنصة، ولأن المدون هو نفسه ودوافعه هي ذاتها استمر المدونون ومنهم الصحفيون على نفس المنهج الذي اتبعوه في المدونات، وانتقلوا بأفكارهم وأعمالهم المهنية لنشرها على صفحات الفيسبوك، والتي تحمل غالبا أسماءهم الحقيقية أو عناوين كتاباتهم مثل " نقطة نظام" للصحفي سعد بوعقبة التي جاءت بعنوان مقاله العمودي الثابت بيومية الخبر الجزائرية كما أنهم يستعملون تلك الصفحات الفيسبوكية للتعليق على الأحداث السياسية والوقائع التي كانوا شهودا على حدوثها، وبذلك تتحول في بعض الأحيان إلى منصة لتبادل الآراء وإثارة النقاش حول مختلف الأحداث

المحلية والوطنية والدولية، ولكن ما يلحظ على كتابات الصحافيين الجزائريين مثلا في موقع الفيسبوك أن فيها نوع من الرمزية لتمرير بعض الرسائل خصوصا عند التحدث في الأمور السياسية، ربما مرده لسلسلة الإيقافات والاعتقالات المتكررة لبعض الناشطين والصحافيين، حيث يعتمدون على النقد الساخر عبر الكاريكاتير والصور المؤثرة للنشر على صفحاتهم الفيسبوكية (ماي، 2016، صفحة 202).

ويعتبر بعض الصحافيين التونسيين موقع الفيسبوك فضاء لنشر أعمال الصحفي والترويج لمؤسسته الإعلامية من خلال الحصول على أكبر عدد من الأصدقاء والمتابعين فضلا عن تكوين شبكة علاقات مع صحفيين من العالم والاطلاع عن أعمالهم وتبادل المعلومات. ولكن تجدر الإشارة أن كتابات أو تدوينات الصحافي على الفيسبوك لا تقتصر على الجانب المهني فقط، حيث يستخدم الموقع لأغراض شخصية أيضا من خلال مشاركة صورهم ومناسباتهم ومقاطع موسيقية تثير اهتماماتهم بالإضافة إلى مشاركة تدوينات تعكس حالاتهم أو مراكز اهتماماتهم (بن حمودة، 2017، صفحات 83-84).

3.2 التدوين الإلكتروني في مواقع الشبكات الاجتماعية

1.3.2 مواقع الشبكات الاجتماعية من منظور عام

✓ مواقع الشبكات الاجتماعية: دلالة المصطلح

بدايةً تجدر الإشارة إلى عدم اتفاق الباحثين والخبراء على مصطلح موحد وجامع يُطلق على هذا النوع من المواقع، فهي تسمى الشبكات الاجتماعية ومواقع التشبيك الاجتماعي ويقصد بها المواقع التي تقوم على إنشاء شبكات اجتماعية من المترددين عليها من أنحاء العالم، وتعمل هذه المواقع بالدرجة الأولى على الاستفادة من تفاعلية شبكة الانترنت كوسيلة اتصال، حيث تسمح لأعضائها أن يقدموا أنفسهم ويعبروا عن أفكارهم ورؤاهم للآخرين؛ وسُميت اجتماعية لأنها جاءت من مفهوم "بناء المجتمعات"، إذ يستطيع المستخدم التعرف على أشخاص لديهم اهتمامات مشتركة ومشاركة صورهم ومذكراته وملفاته مع العائلة والأصدقاء وزملاء العمل (السيد عبد المعطي، 2014، صفحات 77، 78).

وفي هذا الصدد، تُفضل الباحثتان دانا بويد (Danah M. Boyd) ونيكول ب. إليسون (Nicole B. Ellison) مصطلح مواقع الشبكات الاجتماعية "social networks sites" بديل عن تسمية مواقع التشبيك الاجتماعي "Social Networking Sites"، لأن هذه المواقع الإلكترونية لا تتيح للأفراد بناء علاقات اجتماعية جديدة مع الغرباء، بقدر ما تسمح لهم بإدارة علاقاتهم الاجتماعية القديمة وإبرازها مع معارفهم

أكثر (Boyd & Ellison, 2007, p. 211). كما أن تسمية "مواقع الشبكات الاجتماعية" يُمَيِّز الشبكات الاجتماعية الإلكترونية أو الرقمية عن مصطلح "الشبكات الاجتماعية" الذي استخدمه الباحث الاسترالي جون برنس (John .A Barnes) في دراسات علم الاجتماع (sociologie) (الحمامي، 2016، صفحة 59).

كما يُطلق على هذه المواقع أيضا تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي"، والتي يُعرفها قاموس "Larousse" الفرنسي على أنها "نظامًا يُمكن من نشر وتوزيع وتوصيل المؤلفات والوثائق والرسائل السمعية أو السمعية البصرية (صحافة، سينما، معلّقات)"، وحسب الدكتور "جمال الزرن" هي "موقع إلكتروني يوفر لرواد شبكة الإنترنت فتح صفحة شخصية من أجل تبادل معلومات وصور وفيديوهات مع مجموعة أصدقائهم وشبكة علاقاتهم" (الزرن، 2017، صفحة 9).

و يذهب البعض إلى وصفها "بمواقع التواصل الاجتماعي"، والتي تعرف على أنها "تقنيات موجودة على شبكة الانترنت يستخدمها الناس، للتواصل، والتفاعل مع بعضهم البعض وقد تطور مصطلح "مواقع التواصل الاجتماعي" ليحدث ضجة كبيرة ويشمل كل أدوات التواصل الإلكتروني الموجودة خلال القرن الحادي والعشرين" (جنيدي، 2018، صفحة 05).

ولكن الباحثون والمهنيون والمختصون عموما اتفقوا على استخدام مصطلح "الميديا الاجتماعية" المرادف لكلمة "Social Media" بالانجليزية و"Réseaux sociaux" بالفرنسية، بديلا عن تسمية "شبكات التواصل الاجتماعي"، للحديث عن فئة مخصوصة من المواقع والتطبيقات، دون أن يصبح نوعا مخصوصا من الاستخدامات (التواصل فحسب) كصفة لكل هذه التطبيقات (الحمامي، 2016، صفحة 59)، والتي يمثل الفيسبوك مظهرها الأكثر شعبية وانتشاراً في العالم.

وبهذا يشمل مصطلح "الميديا الاجتماعية" أو "الإعلام الاجتماعي" على كل المنصات التكنولوجية داخل شبكة الانترنت التي تسمح للمستخدمين بإنتاج وتنظيم وتعديل المحتوى وتبادل المضامين والتعليق عليها، ويحتوي هذا المصطلح على كل ما له صلة بالمدونات ومواقع الويكي والدرشة والتدوين المصغر كموقع تويتر ومواقع تبادل الفيديو مثل يوتيوب ومواقع الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك وموقع فلنكر للصورة وشبكة المؤسسات لنكدان (الزرن، 2017، صفحة 10)

وتصنّف مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل عام ضمن مواقع الجيل الثاني لشبكة الويب أو ما يعرف باسم "الويب 2.0" لأنها تعتمد بالأساس على مستخدميها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، وتتنوع

أشكال وأهداف تلك المواقع، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين (بن حمودة، 2017، صفحة 29).

وفي ذات السياق، يفضل الباحثان ستانجر (Stenger) وكوتان (Coutant) مصطلح الشبكات السوسيورقمية "réseaux socio-numériques" للدلالة عن هذه المواقع، والذي يمزج في آن واحد البعدين الاجتماعي والرقمي اللذين يكونان معاً تطبيقات الميديا الاجتماعية التي تتشكل من تفاعل التكنولوجيا والمستخدم (الحمامي، 2015، صفحة 49).

ويبقى التعريف الذي قدمته الباحثتان بويد (Boyd) وآليسون (Ellison) لمواقع الشبكات الاجتماعية هو الأكثر شيوعاً واستخداماً بين الباحثين، وحسبهما "فإن مواقع الشبكات الاجتماعية هي نوع من المواقع تُقدم خدمات على شبكة الانترنت، وتسمح للأفراد بإنشاء ملامح متاح للعموم "public profile" أو شبه متاح للعموم "semi-public profile" في إطار نظام محدد، كما تتيح لهم فرصة بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين (قائمة المسجلين أو الأصدقاء) من مُستخدمي النظام، و تختلف طبيعة التواصل من موقع إلى آخر" (Boyd & Ellison, 2007, p. 211).

ونظراً لأن هذا النوع من المواقع في تغير وتطور مستمر، فقد أقرت الباحثتان أن تعريفهما يحتاج إلى تعديل، وقد قدمت تعريفاً جديداً لمواقع الشبكات الاجتماعية بوصفها "منصات تواصل شبكي يقوم المشاركون فيه بـ:

- استغلال بروفایل خاص يتكون من المضامين التي يوفرها المستخدم ومن مضامين أخرى يوفرها الأصدقاء وأخرى يُفرزها نظام الموقع.
- الاستعراض العام لعلاقاتهم التي يمكن للآخرين مشاهداتها والاطلاع عليها.
- الوصول إلى سيول من المضامين يوفرها المستخدم تتكون من صور ونصوص وفيديوهات أو من مزيج منها. كما تتيح هذه المنصة وصلات يضعها أصدقاء المستخدم" (الحمامي، 2015، صفحة 49).

✓ نشأة مواقع الشبكات الاجتماعية

ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية في العام 1954 من قبل الباحث في العلوم الإنسانية في جامعة لندن "جون بارنز"، وفي منتصف التسعينات من القرن العشرين بدأت مواقع الشبكات بشكلها

الحديث بالظهور مدفوعة بالطبيعة الاجتماعية للبشر وحاجتهم للتواصل (السيد عبد المعطي، 2014، صفحة 78)، حيث قام راندي كونراد بإحداث موقع "classmates.com" بهدف الربط بين زملاء الدراسة (بن حمودة، 2017، صفحة 30)، وهذا الموقع قسّم المجتمع الأمريكي إلى ولايات، وقسم كل ولاية إلى مناطق، وقسم كل منطقة لعدة مدارس، ويمكن للأفراد البحث في هذا التقسيم حول المدرسة التي ينتمي إليها والبحث عن زملاءه و إقامة صداقات جديدة والتفاعل معهم عبر هذه الشبكة.

ثم تلاه موقع "SixDegrees.com" عام 1997 الذي ركز على الروابط المباشرة بين الأشخاص بغض النظر عن انتماءاتهم العلمية أو العرقية أو الدينية، فقد أتاح الموقع للمستخدمين مجموعة من الخدمات من أهمها إنشاء الملفات الشخصية وإرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، لكن تم إغلاق الموقع لعدم قدرته على تمويل الخدمات المقدمة من خلالها (انظر الشكل 2).

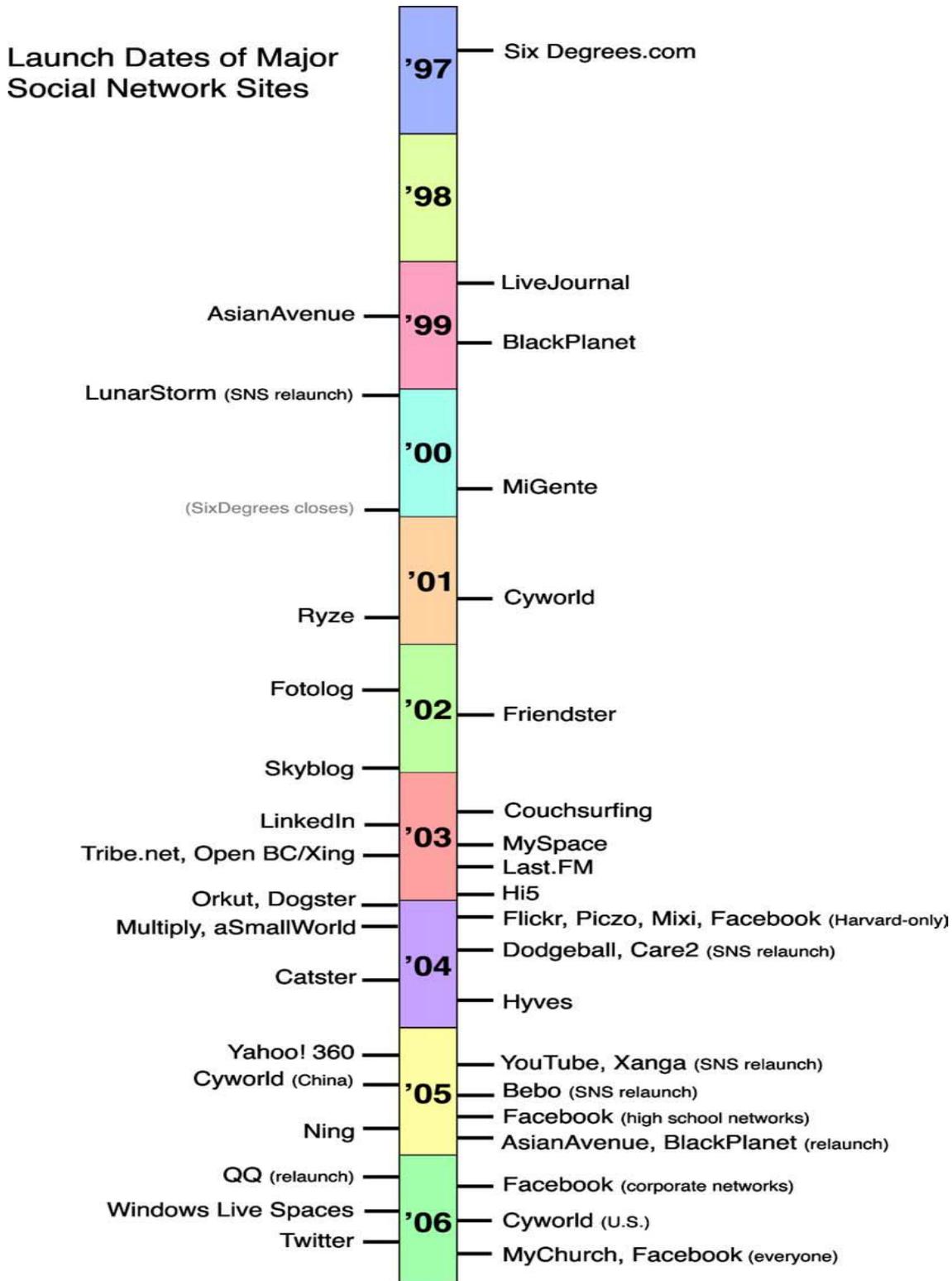
وفي الفترة الممتدة من 1997 إلى 1999، ظهرت مجموعة من المواقع كان محور اهتمامها هو تدعيم المجتمع بشبكات تواصل مرتبطة بمجموعات معينة مثل موقع الأمريكيين الآسيويين "Asianavenue.com" وموقع البشر ذوي البشرة السمراء "Blackplanet.com".

وشهد عام 2002 الميلاد الفعلي للشبكات الاجتماعية عندما ظهر موقع "Frindster.com" في كاليفورنيا، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "Skyrock.com" كمنصة للتدوين، لكنه تحوّل فيما بعد إلى شبكة تواصل اجتماعي مع ظهور تقنيات الجيل الثاني للويب. وفي بداية عام 2003 أنشئ موقع "My Space" الأمريكي، بالتوازي مع شبكة LinkedIn.com في الخامس من ماي من نفس العام (قرناني و بكار، 2018، صفحات 70، 71)، قبل إطلاق منافسهم الشهير فيسبوك "Facebook" في 4 فيفري 2004، الذي بدأ في الانتشار ووصل عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم في ديسمبر من نفس العام (Aussitôt, 2016).

ثم توالى مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى في الظهور مثل يوتيوب "Youtube" عام 2005 وهو الشبكة الأكثر رواجاً ضمن مواقع مشاركة الفيديو، وموقع تويتر "Twitter" عام 2006 وغيرها من الشبكات الأخرى المتخصصة في مجال أو موضوع محدّد، إلا أن موقع شبكة الفيسبوك "Facebook" يبقى هو الشبكة الأكثر شعبية في العالم. وأكبر دليل على انتشار مواقع الشبكات الاجتماعية على الساحة، هو ظهور مصطلحات جديدة مرتبطة بها، كمصطلح "Ami/Friend" عام 2013 والذي بالإضافة إلى معناه

القديم، أصبح يُعرّف بـ"عضو شبكة اجتماعية، يسمح له عضو آخر بالاطّلاع على بياناته الشخصية كأن يكون له أصدقاء كُثر على فيسبوك"، أما الحائط فلم يعد مرتبطاً فقط بالحجر والاسمنت بل بات في قاموس لاروس الفرنسي يُشير إلى "صفحة شخصية لعضو بشبكة تواصل اجتماعي" (الزرن، 2017، صفحة 9).

الشكل رقم (02):سلم زمني لتواريخ إطلاق العديد من مواقع الشبكات الاجتماعية



المرجع: Boyd & Nicole, 2007, p. 212

✓ خصائص مواقع الشبكات الاجتماعية

إن أهم ما يُميز مواقع الشبكات الاجتماعية عن غيرها، هو العالمية عبر قدرتها الهائلة أولاً في تجاوز الحدود الزمانية والمكانية في آن واحد، ومن خلال مجانية الاشتراك والتسجيل فيها ثانياً فهي تمكن المشتركين من الوصول إلى متصفح ومرئادي الانترنت في كل مكان وأي وقت بسرعة وسهولة تقنية لا مثيل لها، كما لا تُكلف الشخص أي صعوبات تقنية أو مبالغ مالية-بغض النظر عن اشتراكات الانترنت- لإنشاء حساب أو صفحة خاصة به، ويُخلص " Mayfield " خصائصها فيما يلي:

• **المشاركة:** فهي تشجع على المساهمات وردود الفعل (التعليقات) وتلغي الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والمتلقين.

• **الانفتاح:** فمعظم مواقع الشبكات الاجتماعية عبارة عن خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة وتبادل المعلومات والتعليقات والتعديل على الصفحات، ونادراً ما يوجد حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى بسبب عوامل الحماية.

• **المحادثة-التفاعل-:** تتميز عن باقي مواقع الإعلام التقليدي الأخرى، التي تعتمد مبدأ بث المعلومات ونشرها باتجاه واحد لجميع المتلقين، من خلال إتاحتها المحادثة في اتجاهين بالتفاعل مع المضامين المطروحة.

• **التجمع:** تتيح مواقع الشبكات إمكانية التجمع والتواصل بشكل فعال، ويربط تلك التجمعات الاهتمامات والمصالح المشتركة (السيد عبد المعطي، 2014، صفحات 80، 81)، من خلال تأسيس مجموعة أو صفحة خاصة.

إلى جانب ما سبق، تتميز مواقع الشبكات الاجتماعية بخاصية "التربيط"، فهي عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع التي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضاً، مما يُساهم ويُسرّع في عملية انتقال المعلومات (قرناني و بكار، 2018، صفحات 74، 75). كما تُمنح ملف شخصي أو **ملح profile** لمستخدم الشبكات الاجتماعية، وهو عبارة عن ملف تعريف يعكس صورة المستخدم-المعطيات الخاصة بالشخص- وكيف يريد أن يظهر في الشبكة، والذي يمكن أن يغيره (جندي، 2018، صفحة 16).

2.3.2 موقع الفيسبوك

✓ موقع الفيسبوك: المفهوم والانتشار

يعتبر موقع الفيسبوك واحد من أشهر مواقع الشبكات الاجتماعية، ورائد التواصل الاجتماعي-، تأسس على يد مارك زوكربيرج (Mark Zuckerberg) بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز (Dustin Moskovitz) وكريس هيويز (Chris Hughes) وادوارد سافرين (Eduardo Saverin) -الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب-، وكانا رَفِيقِي مارك في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد الأمريكية، وقد قاموا بإطلاق الموقع في البداية على نطاق Thefacebook.com بالتحديد في 4 فيفري 2004. وقد اختار مارك للموقع اسم « Face book » في إشارة إلى الكتب المطبوعة التي كانت توزع على الطلبة لمساعدتهم في التعرف على أسماء زملائهم في الصف وأعضاء هيئة التدريس، والتي كانت تعرف باسم كتب الوجوه (بالانجليزية face books) (حسام الدين قتلوني، 2014، صفحة 103). وكانت فكرة الموقع بالضبط في 28 أكتوبر من العام 2003 عندما أنشأ "زوكربيرج" موقع "Facemash"، وضع فيه صورتين إلى جانب بعضهما لطالبيين من الجامعة وطلب التصويت واختيار أجمل تسريحة، وبدأ الموقع يتسع سريعاً بعد سويغات فقط من إطلاقه، بإضافة صور أخرى للحصول على دليل الصور للطلبة عبر الانترنت، ولكن بعد مرور أيام أغلقت إدارة جامعة هارفارد الموقع (Aussitôt, 2016).

الشكل رقم(03): يبين نطاق تأسيس موقع الفيسبوك الأول عام 2004



المراجع: Aussitôt, 2016

يعرف قاموس الإعلام والاتصال " Dictionary of media and communication " الفيسبوك على أنه "موقع خاص بالتواصل الاجتماعي أسس سنة 2004 و يتيح نشر الصفحات الخاصة Profiles وقد وضع في البداية لخدمة طلاب الجامعة وهيئة التدريس والموظفين لكنه اتسع ليشمل كل الأشخاص" (Danesi, 2009, p. 117) .

"يقصد بكلمة "فيسبوك" أو "خدمات فيسبوك" الميزات والخدمات التي يوفرها، وهي تشمل موقع الواب الخاص بها على النطاق التالي www.facebook.com أو أية مواقع تحمل العلامة التجارية لفيسبوك "Facebook" أو مواقع واب تحمل علامة تجارية مشتركة" (بن حمودة، 2017، صفحة 34).

وتُورد شركة الفيسبوك في "شروط الخدمة" على الموقع وصفا دقيقا لمنتجاتها والتي من بينها موقع "Facebook": "تتمثل مهمتنا الأساسية في تعزيز قدرة الأشخاص على بناء المجتمعات والتعاون من أجل تقريب المسافات"، وتضيف: "نساعدك في العثور على الأشخاص والمجموعات والأنشطة التجارية والمؤسسات وغيرها مما يقع في دائرة اهتماماتك والتواصل معها عبر منتجات فيسبوك التي تستخدمها" (موقع شبكة الفيسبوك، 2018). ومن خلال ما تم ذكره، يتضح أن الفيسبوك - إلى جانب باقي منتجات الشركة-الماسنجر وانستغرام- هو بالدرجة الأولى موقع شبكة اجتماعية يُقدم العديد من الاستخدامات لمشتركيه أساسها بناء المجتمعات.

وقد كان موقع الفيسبوك في البداية عبارة عن فكرة بسيطة تقوم على إنشاء موقع الكتروني تفاعلي يسمح لمارك وزملائه في جامعة هارفارد بالتواصل فيها بينهم خلال دراستهم والإبقاء على علاقاتهم بعد التخرج؛ وبعد ان حقق شعبية كبيرة في الجامعة انتقلت العضوية إلى سائر الجامعات الأخرى(جامعة ستانفورد وكولومبيا وأيفيليج والعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة الأمريكية). وفي جوان 2004 تم نقل مقر الفيسبوك إلى مدينة بالو ألتو "Palo Alto" في ولاية كاليفورنيا، وقد قامت الشركة في أوت 2005، بشراء اسم النطاق facebook.com بـ 200.000 دولار أمريكي بعد إسقاط كلمة "the" من اسمها. وأتيح بعد ذلك الاشتراك بالموقع إلى المدارس الثانوية ثم إلى موظفي العديد من الشركات ومن بينها شركتي آبل "Apple" و ميكروسفت " Microsoft " (Aussitôt, 2016).

لكن اكبر نقطة تحوّل كانت في سبتمبر 2006 بعد ان تخلى الفيسبوك عن إلزامية امتلاك العضو حساب بريد الكتروني صادر عن مدرسة أو شركة وفتح أبوابه أمام أي شخص في العالم لديه بريد الكتروني يعمل وكانت النتيجة طفرة الهائلة في عدد المشتركين في الفيسبوك (حسام الدين قتلوني، 2014،

صفحة 104)، إذ بلغ عدد المشتركين حوالي 12 مليون مستخدم في ديسمبر 2006، وارتفع إلى 51 مليون مشترك في نهاية عام 2007. وبعد سلسلة من التحسينات التقنية في الموقع كدعمه بخدمة الدردشة والإعجاب "LIKE"، وصل عدد مستخدمي الفيسبوك إلى حوالي 845 مليون مستخدم في نهاية عام 2011 (Aussitôt, 2016).

فقد تحول موقع الفيسبوك من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية مع الأصدقاء والعائلة إلى أكبر قناة تواصل متعددة الأغراض والاستخدامات بين العديد من المجتمعات الإلكترونية، كأداة تسويقية تعتمد على الكثير من الشركات والمؤسسات المختلفة (قرناني و بكار، 2018، صفحة 99)، ومنصة يرتادها كل المواطنين العاديين والشخصيات في العالم من حكام ومسؤولين وسياسيين وباحثين وكُتاب و صحفيين وغيرهم.

وفي هذا الصدد ينظر الباحث التونسي الصادق الحمامي لموقع الفيسبوك على أنه شركة تجارية رأسمالية هدفها الأول الربح المادي وليس تحفيز التواصل الاجتماعي، فالموقع لا يهتم بما يتفاعل حوله الناس وما ينشرونه في فضائهم، بل بما يُنتجه المستخدم من تفاعلات تساهم في تغذية نشاط الفيسبوك الكوني الذي بفضلها يستقطب الإشهار، ويعتبر الحمامي موقع الفيسبوك: " جزء مما يسمّى "GAFA" أي مجموعة عمالقة صناعة الإنترنت التي تتكون كلها من غوغل وأبل وفيسبوك وأمازون ويمكن كذلك أن نضيف إليها ميكروسفت وتويتر، وكلها شركات أمريكية، تسيطر على العالم الرقمي وتتحكم في النفاذ إليه بما أنها تتيح الأجهزة والمنصات والتطبيقات" (الحمامي، 2017).

ولعل دفتر "شروط الخدمة" المتاح على موقع الفيسبوك يؤكد كلام الباحث التونسي بشكل كبير، فالموقع يركز بالدرجة الأولى على بيع بيانات المستخدمين للمعلنين -رغم عدم الإفصاح عن هويتهم الحقيقية- إذ ينص في أحد بنوده على: " نعرض عليك الإعلانات والعروض وغيرها من أنواع المحتوى المُمول لمساعدتك في التعرف على عناصر المحتوى والمنتجات والخدمات التي تقدمها العديد من الأنشطة التجارية والمؤسسات التي تستخدم فيسبوك ومنتجات فيسبوك الأخرى. يدفع لنا شركاؤنا لعرض عناصر المحتوى الخاصة بهم عليك، ونحرص نحن على تصميم خدماتنا بطريقة تجعل المحتوى المُمول الذي تشاهده ملائمًا ومفيدًا لك مثله مثل بقية العناصر الأخرى التي تشاهدها على منتجاتنا" (موقع شبكة الفيسبوك، 2018).

رغم المقاصد التجارية لشركة الفيسبوك والمُعلن عنها بطريقة غير مباشرة في شروط وسياسات الموقع، إلا أن لا أحد ينكر النقلة التكنولوجية الهائلة التي أحدثتها على مستوى العالم في ميدان الاتصال والتواصل الإنساني، فقد بات له دور أساسي في كل الجوانب الحياتية والعملية والعلمية لكل الأشخاص والمؤسسات بدون استثناء، وأصبح بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطته ما يُريد؛ رغم أن الحرية المتاحة على الموقع حرة مزيفة يُسيطر عليها عبر سياسته الخاصة.

وقد شهد موقع الفيسبوك "Facebook" نمواً سريعاً (انظر الجدول 01) وفي وقت قياسي، فبين عامي 2008 و 2009 جذبَ الموقع أكثر من 200 مليون مستخدم فعّال وبمعدل نمو قُدّر بـ157%، ما دفع الموقع لإنتاج مقطع فيديو حول السباق للوصول إلى هذا الرقم العالي، وقدم المقارنة التالية (جاسم السعدي، 2016، صفحات 166،167):

- استغرق سكان الأرض 20.000 عام للوصول بعدد السكان إلى 200 مليون نسمة.
- وتتطلب ولادة 200 مليون طفل في الولايات المتحدة الأمريكية أكثر من 46 عاماً.
- لو اعتبر الفيسبوك بلداً، لكان خامس دولة في العالم من حيث مجموع السكان أي أكبر من البرازيل وروسيا واليابان.

جدول رقم(01): نمو موقع شبكة الفيسبوك

الشهر	السنة	عدد المستخدمين للموقع
فيفري	2004	انطلاق الموقع
ديسمبر	2004	1,000,000 مليون مستخدم فعّال
ديسمبر	2005	5,500,000 مليون مستخدم فعّال
ديسمبر	2006	12,000,000 مليون مستخدم فعّال
أفريل	2007	20,000,000 مليون مستخدم فعّال
أكتوبر	2007	50,000,000 مليون مستخدم فعّال
أوت	2008	100,000,000 مليون مستخدم فعّال

جانفي	2009	150,000,000 مليون مستخدم فعّال
فيفري	2009	175,000,000 مليون مستخدم فعّال
أفريل	2009	200,000,000 مليون مستخدم فعّال
جويلية	2009	250,000,000 مليون مستخدم فعّال
سبتمبر	2009	300,000,000 مليون مستخدم فعّال
جانفي	2010	400,000,000 مليون مستخدم فعّال
جويلية	2011	800,000,000 مليون مستخدم فعّال

المرجع: جاسم السعدي، 2016، صفحة 166

وفي كل مرة يتجاوز فيها موقع الفيسبوك عتبة نمو معينة، فحاليا يعتبر الشبكة الأكثر شعبية في العالم، إذ تشير آخر الإحصائيات إلى أن الموقع يضم حوالي 1,79 مليار مستخدم "فعال ومتفاعل" شهرياً في نهاية الربع الثالث من عام 2016، وذلك بارتفاع نسبته 16% عن العام 2015 (Salem, 2017, p. 32). وكشف تقرير جديد عن موقعي وي آر سوشيال وهوت سويت أن موقع فيسبوك قد حقق تقدماً ملحوظاً في عام 2017 ليصل إلى 2.17 مليار مستخدم في بداية عام 2018 (حبيب السماوي، 2018).

✓ مكونات موقع الفيسبوك

بداية، نُشير إلى أن موقع شبكة الفيسبوك هو موقع ديناميكي يتغير باستمرار، فكل مرة ومن فترة إلى أخرى تطرأ عليه تحسينات وإضافات من طرف مالكيه، كما تختلف طريقة عرضه على شاشة الكمبيوتر والهاتف المحمول، وعموماً ينفرد الموقع بالعديد من المكونات نذكر منها:

1 . اللوح:

هناك ثلاثة عناصر تظهر في كل صفحة لأي مستخدم في الفيسبوك، وهي: الشريط الأزرق التذييل، وشريط التطبيقات وتسمى هذه العناصر مجتمعة اللوح (Frame) (جاسم السعدي، 2016، صفحة 173).

أ/ الشريط الأزرق: يوجد في أعلى كل صفحة في الفيسبوك شريط أزرق ساطع (04)، وهو يمثل الشريط الأساس والثابت عند فتح واجهة المستخدم ويساعد على التنقل في الموقع، ويتكون من:

✓ صندوق البحث: وهو حقل يمكن المستخدم من البحث عن كل ما يريد الحصول عليه في الموقع، مثل أصدقاء، شخصيات، مجموعات، صفحات، أحداث، فضلا عن استعماله للبحث عن نتائج على الويب (روابط).

- الصفحة الشخصية: ويمثل حساب المستخدم الخاص الذي يضم سيرته ومشاركاته الخاصة، كما تأخذ هذه الصفحة صاحبها إلى بدايته على الفيسبوك.

✓ الصفحة الرئيسية "Page d'accueil": وهي صفحة تتكون من أربع أعمدة، يخصص الأكبر حجماً لكل مشاركات أصدقاء المستخدم والصفحات المعجب بها والمجموعات المنضم إليها وغيرها.

✓ البحث عن أصدقاء "Retrouver des amis": وهي الصفحة التي يمكن فيها رؤية قائمة بكل طلبات الصداقة المبعوثة للمستخدم في الفيسبوك والتي يمكن قبولها أو رفضها كما تتبثق منها خانة البحث عن أصدقاء جدد ودعوتهم للانضمام إلى شبكة علاقات المستخدم.

✓ خانة "créer": وهي الخانة التي تمكن المستخدم من إنشاء صفحة أو إعلان أو مجموعة على الفيسبوك، أو تجميع المشتركين حول حدث معين أو تسويق منتج على الموقع.

✓ طلبات الصداقة "invitations": وهي خانة تشعر المستخدم بطلبات الصداقة الواردة له، كما تحوي اختصار لصفحة "retrouver des amis" سابقة الذكر، فضلا عن إعدادات التحكم في من يستطيع أن يبعث له طلب الصداقة (من كل مستخدم فيسبوك أو أصدقاء الأصدقاء فقط).

✓ الرسائل (Message): وهو البريد الوارد للمستخدم في الفيسبوك، ويبلغ الرقم الذي على خانة البريد عن عدد الرسائل الجديد المرسل للمستخدم في حال وجودها طبعاً.

✓ الإشعارات "Notifications": وهي أيقونة دائرية تضم مجموعة من الإشعارات، ويبلغ الرقم الظاهر على الخانة بعدها، وتساعد في تنبيه المستخدم بكل ما حصل على حسابه الخاص أو أي حساب من الأصدقاء والآخرين، فمثلاً الذكريات السنوية لمنشوراته السابقة على حسابه، أو أي مشاركات للأصدقاء بأي محتوى، أو تعليقاتهم أو عمل "j'aime" على تفاعلاته في الفيسبوك، ونشاطات أعضاء المجموعات أو متابعي الصفحات المعجب بها...).

✓ مساعدة سريعة "Aide rapide": عند النقر على الخانة تظهر قائمة بها حقل بحث عن أي استفسار يريده المستخدم (موقع الفاييبوك، 2019).

✓ قائمة بشكل درج : عند النقر على الرمز تظهر قائمة تضم عدة عناصر، تتيح للمستخدم إنشاء صفحة أو مجموعة وإدارتها على الفاييبوك، إطلاق إعلان على الموقع و مراجعة الجدول الزمني لتلقيماته على ملفه أو سجل النشاطات، وتفضيلات آخر الأخبار وإعدادات الحساب . كما تضم مفتاح تسجيل خروج المستخدم من الموقع وإغلاق حسابه.

ب/ التذييل (footer)

هي لائحة لمجموعة من الارتباطات الأفقية أغلبها موجود في عناصر الشريط الأزرق، توجد في أسفل كل صفحة في الفاييبوك، لذلك يمكن التغاضي عنها إلا أنها تقدم بعض المعلومات مثل: تعليمات حول الفاييبوك وغيرها من المعلومات المتعلقة بالشركة، أدوات حول كيفية إنشاء إعلان على الموقع، إنشاء صفحة، المطورون ويرتبط بمواد لإنشاء تطبيقات الفاييبوك، الوظائف والمهن الموجودة في شركة الفاييبوك، الخصوصية، ملفات تعريف الارتباط ، الشروط والتعليمات التي وضعتها شركة الفاييبوك لقبول عضوية المستخدم في الموقع، أمان الحساب، ومساعدة بشأن تسجيل الدخول (موقع الفاييبوك ، 2019).

ج/ شريط التطبيقات

هو شريط يضم التطبيقات العامة التي يمكن للمستخدم استعمالها، ويكون مرئيا دائما، وهو يحتوي على قائمة تعطيك وصولا سريعا إلى تطبيقاتك في الفاييبوك ومساحة في الوسط لإنشاء أزرار ارتباط سريع أو اختصارات إلى التطبيقات المفضلة، كما يحتوي على برنامج دردشة الفاييبوك "Messenger" (انظر الشكل رقم 04).

الشكل رقم (04): لقطة شاشة تبين مكونات الشريط الأزرق والصفحة الرئيسية في موقع الفيسبوك



1. الشريط الأزرق	2. صندوق البحث	3. الحساب الشخصية	4. الصفحة الرئيسية
5. البحث عن الأصدقاء	6. خانة إنشاء " créer "	7. طلبات الصداقة	8. بريد الرسائل
9. الإشعارات الواردة	10. مساعدة سريعة	11. قائمة الإعدادات	12. شريط التطبيقات
13. مشاركات الأصدقاء			

المرجع: موقع الفيسبوك، 2019

2. صفحة النبذة " journal "

هي الصفحة الشخصية للمستخدم التي تقدم نبذة عنه في موقع الفيسبوك، والمكان الذي يظهر للمستخدمين الآخرين من الأصدقاء أو غيرهم عند زيارة صفحته، للاطلاع على ملف المستخدم الشخصي وآخر أخباره ومشاركاته وقصصه المتاحة وفقا لاعدادات الخصوصية التي وضعها، وهي إحدى الصفحتين (إلى جانب الصفحة الرئيسية) التي يقضي فيها المستخدم معظم وقته في الموقع. وتتضمن صفحة النبذة

الآتي: (جاسم السعدي، 2016، صفحات 176، 177):

أ/ **تحديث حالة المستخدم:** في أعلى منشورات المستخدم-فوق آخر منشور- يوجد تحديث الحالة وهو جواب لجملة واحدة "بم تفكر؟"، ويمكن للمستخدم استعماله لإنشاء منشور أو بث صورة أو فيديو مباشر أو الإعلان عن مناسبة شخصية أو نشاط (عمل) يقوم به أو شعور أو أي شيء يخطر على بال المستخدم؛ وأي تحديث سيظهر في الصفحات الرئيسية لأصدقاء المستخدم في الفيسبوك وربما حتى في أماكن أخرى على الموقع أيضاً. كما يستطيع المستخدم الإشارة لبعض الأصدقاء في شبكته ان أراد ذلك.

ب/ **علامات التبويب:** توجد أعلى صفحة نبذة المستخدم في موقع الفيسبوك على علامات تبويب مختلفة يستطيع المشتركون اختيارها لرؤية أنواع مختلفة من المعلومات . وتوجد خمسة علامات تبويب في صفحة نبذة المستخدم، ويمكن أن يضيف هذا الأخير علامات تبويب متخصصة للتطبيقات المفضلة أيضاً باستعمال قائمة علامات التبويب (عن طريق قائمة "المزيد Plus" وتضم عدة عناصر مثل مقاطع الفيديو، والأفلام، وأماكن تمت زيارتها، والتطبيقات، والمناسبات، وموقع أنستجرام "instagram" وغيرها)، وتصنف حسب الفيسبوك (موقع الفيسبوك ، 2019) إلى:

✓ **لوحة الحائط أو اليوميات:** وتمثل المعاينة الافتراضية لمنشورات المستخدم في الفيسبوك والقصص التي يشاركها على حائطه، فمن خلالها يستطيع المشتركون معاينة كل ما قام بنشره وسمح بالدخول له، وكذلك عرض كتابات الآخرين على حائطه والمنشورات التي تمت الإشارة إليه فيها.

✓ **حول المستخدم:** تمثل بوابة للمشاركين على الموقع للاطلاع على المعلومات الخاصة بالمستخدم التي قام بتثبيتها عندما أنشئ ملفه الشخصي ويسمح بها، مثل مكان العمل والتعليم و التحصيل الدراسي، أماكن قام بزيارتها، معلومات أساسية للاتصال به كبريده الإلكتروني ورقم هاتفه، تاريخ الميلاد والمدينة التي يسكن فيها، العائلة والعلاقات ، مناسبات شخصية وتاريخ انضمامه إلى الموقع.

✓ **الأصدقاء:** وهي قائمة بعدد أصدقاء المستخدم مع موجز للأخبار لنشاطاتهم مؤخراً مثل عدد الأصدقاء الجدد، وعدد المنشورات الجديدة لهم وأعياد ميلادهم وأصدقاء العمل وغيرها.

✓ **الصور:** عندما يقوم المستخدم بنشر أو مشاركة صور معينة يمكن ترتيبها في ألبومات ودعوة الأصدقاء للاطلاع عليها أو إبداء الإعجاب والتعليق عليها. وتساعد علامة التبويب هذه في الوصول السريع إلى أي صورة نُشرت على حائط المستخدم سواء من طرفه أو أصدقائه. فضلا عن لوائح الموسيقى والكتب والأفلام وبرامج التلفزيون المفضلة للمستخدم.

✓ الأرشيف: وهو أرشيف بالقصص اليومية التي شاركها المستخدم على حسابه ومن خلال موقع الدردشة المرتبط بموقع الفيسبوك (تظهر هذه الخانة للمستخدم فقط).

الشكل رقم(05): لقطة شاشة تبين مكونات صفحة النبذة للمستخدم في موقع الفيسبوك



1. نبذة مختصرة عن المستخدم
2. صورة الحساب الشخصي
3. صورة الحائط
4. صورة الحائط
5. صورة الحائط
6. المعلومات الخاصة بالمستخدم
7. أصدقاء المستخدم
8. الصور
9. أرشيف قصص المستخدم
10. قائمة المزيد Plus
11. شريط
12. شريط الحالة (الخاص بالنشر)
13. مشاركات و تدوينات المستخدم

المرجع: موقع الفيسبوك، 2019

3. صفحات خاصة على الفيسبوك

يتم تمثيل أعضاء الفيسبوك الفرديين بنذات، ويتم تمثيل الشخصيات العامة كالصحافيين والفنانين والكيانات كدور المسارح ودور النشر وبرامج التلفزيون والصحف والكتب وغيرها بصفحات، وتبدو صفحة الفيسبوك كصفحة نبذة، لكن بدلا من أن يصبح المستخدم صديقا مع الكيان الذي تمثله الصفحة سينقر ارتباطا ليصبح من معجبي الصفحة أو متابعيها (جاسم السعدي، 2016، صفحة 180). ويمكن لأي مستخدم أن ينشئ -إلى جانب حسابه الخاص أو صفحة النبذة- صفحة أو أكثر على الفيسبوك خاصة بموضوع معين أو فكرة أو منتج أو حزب أو جريدة أو مشروع وغيره، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، فضلا عن أدوات عمليات لترويج الصفحة مع Facebook Adds التي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك (قرناني و بكار، 2018، صفحات 103، 104) (انظر الشكل 06).

الشكل رقم (06): لقطة شاشة تبين صفحة المستخدم على موقع الفيسبوك



المرجع: موقع الفيسبوك ، 2019

✓ شروط وسياسات فيسبوك

يُلزم موقع شبكة الفيسبوك على مُشتركيه الموافقة على مجموعة من شروط الخدمة وسياسات الموقع مقابل الانضمام إليه، حيث وضعت الشركة المالكة دليل إرشادي للتواصل على الفيسبوك، ووضع أسس لبيئة سليمة تحت عنوان "معايير المجتمع" (انظر الشكل 07).

الشكل رقم(07): لقطة شاشة توضح شروط وسياسات الفيسبوك



المرجع: موقع الفيسبوك، 2018

ويحدد الدليل الممارسات غير المسموح بها والمحتوى الذي يمكن الإبلاغ عنه Report وتتم إزالته فيما بعد، وقد ورد في مقدمته المبادئ التالية (موقع الفيسبوك، 2018):

- ✓ الأمان: لإرساء الشعور بالأمان لدى المستخدمين، الشركة مُلزَمة بإزالة أي محتوى يشجّع على إحداث ضرر فعلي أياً كانت طبيعته (الضرر البدني والمالي والعاطفي...).
- ✓ الرأي: يتيح الموقع للمستخدمين نشر ومشاركة أي محتوى للتعبير عن أنفسهم مع تقبل وجهات النظر المختلفة ولكن دون أن يكون ذلك على حساب أمانة وسلامة الآخرين أو على حساب نزاهة مجتمع

الفيسبوك، رغم أنه في بعض الأحيان قد يُسمح بالمنشورات التي تحقق أهمية للمصلحة العامة (إخبارية أو غيرها) حتى ولو على حساب معايير وسياسة الموقع.

✓ **المساواة:** تطبق سياسة فيسبوك ومعاييرها على كل المشتركين باختلاف المناطق والثقافات واللغات، فهم مجتمع عالمي ومتنوع.

✓ **المشاركة المسؤولة:** يشارك الجميع على الفيسبوك في الحفاظ على الأمان والاحترام داخل المنصة، فالكل يتمتع بمسؤولية مشتركة، عبر الإبلاغ عن أي محتوى ينتهك هذه المعايير والمبادئ، بما في ذلك الصفحات والمجموعات والملفات الشخصية والمحتوى الفردي و/أو التعليقات حتى يقوم الساهرين على الموقع بمراجعتها.

وإلى جانب المقدمة يضم دليل "معايير المجتمع" ستة فصول هي: العنف والسلوك الإجرامي السلامة، المحتوى محل الاعتراض، النزاهة والمصادقية، احترام الملكية الفكرية، والطلبات ذات الصلة بالمحتوى. وبما أننا نهتم بأخلاقيات التدوين الإلكتروني سنركز على العناصر التي لها علاقة مباشرة بإشكالية دراستنا.

يحدد الدليل المحتوى محل الاعتراض في عدة أشكال ويتمثل في: الخطاب الذي يحرض على الكراهية والازدراء ويتضمن أي منشور يهاجم الأشخاص بشكل مباشر على أساس العرق السلالة، الأصل القومي، الانتماء الديني، التوجه الجنسي والطبقة الاجتماعية والجنس أو النوع أو الهوية الجنسية والأمراض أو الإعاقات الخطيرة.

كما يقوم الفيسبوك بإزالة أي مواد تتضمن مشاهد عُري أو أنشطة جنسية أو إغواء جنسي باستثناء المحتوى الذي يتم نشره لأغراض تعليمية أو ساخرة، وكذلك المحتوى العنيف والصادم الذي يحتفي بمعاونة الآخرين وتعرضهم للمذلة ويؤدي مشاعرهم، ويضيف الموقع علامة تحذير على هذا النوع من المحتوى بشكل خاص لكي لا يتم عرضه للأفراد الذين تقل أعمارهم عن ثمانية عشر عاماً. ويُطالب الفيسبوك المستخدمين بتجنب التزييف وكل الممارسات التي تؤثر في قدرة الأشخاص على التواصل عبر استخدام الاسم الذي يُعرفون به في حياتهم اليومية على الموقع، ما يضيف نوع من الثقة والمسؤولية اتجاه بعضهم البعض. ويأخذ الفيسبوك أيضاً على عاتقه مسألة الحد من الأخبار الزائفة، رغم أنه لا يحذفها بل يضعها في ترتيب أدنى بآخر الأخبار (موقع الفيسبوك، 2018).

ووفقاً لمعايير الدليل، يحاول الموقع توفير الحماية للأفراد والشخصيات العامة، فهو يعمل على إزالة المحتوى وتعطيل الحسابات التي تشكل تهديدات مباشرة لها. كما يمنع الفيسبوك تواجد أي منظمات أو أشخاص يشاركون في أنشطة إرهابية أو الاتجار بالبشر أو في العنف المنظم والسلوك الإجرامي، ويقوم بإزالة كل المنشورات والمشاركات التي تدعم الجهات الضالعة في هذه الأنشطة. وفي ذات السياق، يحظر على المستخدمين الترويج و الدعاية لجرائم العنف والسرقة والاحتيال.

علاوة على ما سبق، تعتمد شركة الفيسبوك على فرق عمل مخصصة في جميع أنحاء العالم بالإضافة إلى تطوير أنظمة تقنية متقدمة لاكتشاف إساءة استخدام منتجاتها والسلوكيات الضارة تجاه الآخرين، إذ تختلف عواقب انتهاك هذه المعايير باختلاف حدة الانتهاك وسجل ذلك الشخص على منصة الفيسبوك، بداية بالتحذير أو عرض تقديم مساعدة وصولاً إلى إزالة المحتوى أو منع النشر على الموقع أو تعطيل ملفه الشخصي خاصة في حال انتهاك حقوق الملكية الفكرية لأشخاص آخرين على نحو متكرر، وقد يصل الأمر إلى رفع دعوة قضائية ضد المستخدم بموجب القانون في حال وجود خطر فعلي ينطوي على إيذاء جسدي أو يهدد السلامة العامة. وتُخلى الشركة مسؤوليتها من أي ضمانات تجاه بقائها آمنة إلى الحد الذي يسمح به القانون، فهي توفر دليل لسلوك المستخدم ولكنها لا توجه الأشخاص إلى ما يجب أن يقولوه أو يفعلوه، ولا تتحمل أي مسؤولية تجاه أفعالهم أو سلوكياتهم (سواء عبر الانترنت أو في الواقع) أو أي محتوى أو معلومات عدوانية أو غير لائقة أو غير قانونية يشاركونها على الفيسبوك، وتبرر ذلك بأنه لا يمكن التنبؤ بالأوقات التي تحدث فيها تلك التجاوزات (موقع شبكة الفيسبوك، 2018).

وبذلك تضع الشركة المالكة "مبادئ فيسبوك" لتكون أساس الحقوق والمسؤوليات التي يتمتع بها كل من يستخدم الموقع، ولكن العديد من المختصين ينتقدون سياسة ومعايير الفيسبوك باعتبارها رقابة غير صارمة، بسبب أن الحساب الذي به محتوى محل اعتراض لا يتم إلغائه إلا بعد تلقي عدد كبير من الإنذارات والتبليغات- وهي من آليات التنظيم الذاتي التي وضعها الفيسبوك من خلال إمكانية التبليغ "report" بصفحة أو تعليق أو شخص لا يحترم بيان المسؤولية ومعايير المجتمع الذي وضعه الموقع - من طرف المستخدمين، الذين يكونون في أغلب الأحيان من المتابعين والمعجبين بهذا الحساب وبالتالي لن يقوموا بالتبليغ عن محتواه.

كما أن الإجراءات التي تتخذها الشركة غير كافية ولا تتماشى مع خوارزمياتها المتطورة، فبعد سلسلة من الاحتجاجات على الموقع بسبب بث العديد من الصور ومقاطع الفيديو المحتوية على مشاهد

تعذيب وانتحار واعتداءات جنسية وغيرها، وعد رئيس شركة الفيسبوك "مارك زوكربيرج" في 3 ماي 2017 بتوظيف 3000 شخص من مراجعي المحتوى (بالإضافة إلى الفريق المكلف بعمليات المجتمعات المحلية الذي يبلغ قوامه 4500 شخص). ولكن لا يمثل هذا الإجراء إلا جزء بسيط مما يستوجب توفيره لمتابعة ومراقبة تفاعل المحتويات غير الأخلاقية والمنتهكة الأعراض ومواجهة الأخبار الزائفة والإعلانات الدعائية، خصوصا أن الفيسبوك يضم أكثر من ملياري مشترك، أي أن هناك مراجع واحد لكل 250.000 مستخدم (وايت، 2017).

3.3.2 التقنيات المتاحة للصحافيين على الفيسبوك

باتت مواقع الشبكات الاجتماعية تتنافس فيما بينها لخدمة الصحفيين وتقديم أحسن الخدمات لتسهيل عملهم من خلال إطلاق منصات وأدوات جديدة ترفع من سرعة تقديم الأخبار. وقد أعلنت شركة الفيسبوك عن ثلاث منصات وأدوات مخصصة للصحافيين والمشاهير وهي (السعودي، 2016):

- منصة "Facebook Media": هي المنصة الجامعة لكل الأدوات التي طرحتها الشركة للصحفيين، وتحتوي على العديد من المنصات والأدوات المفيدة لتسهيل الإنتاج الصحفي ونذكر على سبيل المثال:

- ✓ المقالات الفورية "Instant Articles": عبارة عن مقالات تفاعلية سريعة، وتوفر هذه الخدمة ميزة تجميع آلاف الأخبار من كبريات وسائل الإعلام العالمية، كما يمكن تصنيفها حسب اهتمامات المستخدم، فهي تمتاز بسرعة مضاعفة عشر مرات في جلب الخبر عن طريق المقالات ومقاطع الفيديو والصور التي يمكن تكبيرها بسهولة مع الحفاظ على جودتها العالية لاكتشاف التفاصيل الصغيرة.

- ✓ خدمة "سؤال/ جواب": وهي خدمة قام بتجديدها موقع شبكة الفيسبوك، بعد أن كان قد أوقفها مدة طويلة، لتلائم تطلعات وسائل الإعلام والصحفيين التي ستمكنهم من إجراء استطلاعات الرأي وطرح أسئلة تقييمية على متابعي صفحاتهم.

- ✓ عرض فيديو 360 درجة: تسمح هذه الخدمة للمستخدم بتغيير زاوية الرؤية والإمام بكل زوايا مقطع الفيديو المسجل وكأن المستخدم يشاهده من قلب الحدث.

- منصة "Signal": وهي منصة مجانية موجهة خصيصا للصحفيين من أجل معرفة المنشورات الأكثر رواجاً على الفيسبوك وانستغرام، وتسهيل إمكانية الوصول إلى المشاركات والصور ومقاطع الفيديو

الأكثر تداولاً في المنصتين الشهيرتين التابعيتين لشركة الفيسبوك، والمراد تضمينها في القصص والمقالات الصحفية، وذلك عبر توفير قوائم مرتبة بالشخصيات المؤثرة على موقع الفيسبوك. كما لم تُغفل الشركة توفير ميزة البحث عن المحتوى المرئي المتعلق بوسم "هاشتاج"⁽¹⁶⁾.

ويتطلب استخدام منصة "Signal" امتلاك الصحفي لعنوان بريد إلكتروني رسمي خاص بالمؤسسة التي يعمل بها من أجل ملء النموذج الخاص بالاشتراك في الخدمة.

• **Mentions:** خدمة البث المباشر بالفيديو (Facebook Live) وهي ميزة تساعد الصحفيين والأشخاص في إجراء نقل مباشر للأحداث فور وقوعها من خلال الأجهزة المحمولة على صفحات المواقع الإخبارية وحسابات الصحفيين الشخصية. وحتى يتمكن الصحفي من استخدام أداة "Mentions" يجب أن يتوفر على حساب أو صفحة موثقة في موقع الفيسبوك.

وتعتبر علامة الصح الأزرق (blue checkmark) التي يحصل عليها المشاهير وكبار الصحفيين والمؤسسات الإعلامية والشخصيات العامة لتوثيق صفحاتهم وحساباتهم الشخصية على تويتر والفيسبوك ويوتيوب علامة مهمة تعطي الحساب موثوقية وأهمية مضاعفة، وتميزه عن الحسابات الشبيهة التي قد تنتحل شخصية المستخدم (كنوتي و آخرون، 2015-2017، صفحة 42). والحصول على علامة التوثيق مجاني ولا يحتاج إلى طلب خاص ولكنه يحتاج إلى جملة من المتطلبات تحتاجها إدارة الفيسبوك، منها:

✓ توفر معلومات حقيقية شخصية، كرفع صورة شخصية على الصفحة، تحميل صورة عن الهوية الشخصية وجواز السفر، وكذلك العنوان البريدي ورقم الهاتف وعنوان السكن والعمل بوضوح.

✓ ربط الصفحة بالحساب الشخصي، وربط الصفحة والحساب وبقية الحسابات بالموقع الإلكتروني.

✓ توفر سجل نظيف خال من التبليغات وحالات الحظر، ووجود حشد متابعين ومعجبين شيء ايجابي.

✓ لا يجب أن يحمل الحساب اسماً مطابقاً لعلامة تجارية مشهورة أو لحساب حصل مسبقاً على هذه العلامة وله نفس الاسم (كنوتي و آخرون، 2015-2017، صفحات 45، 46).

⁽¹⁶⁾ هاشتاغ (Hashtag): هو الوسم المستخدم قبل كلمة رئيسية في رسالة-التدوينية- في شبكات التواصل الاجتماعي ويتم استخدامه للبحث عن ما يقوله الناس عن شيء ما وهو مهم بشكل خاص لتنظيم حدث، عادة يكون مباشر وتريد متابعته (جندي، 2018، صفحة 15).

ومتلما اكتشف الأفراد أهمية موقع شبكة الفيسبوك كمنصة للتواصل مع العائلة والأصدقاء، اكتشفت وكالات الأنباء والقنوات التلفزيونية والإذاعية والجرائد والمجلات والصحافيين أهمية الموقع في العمل الصحفي من خلال التفاعل مع الجمهور، إذ يمكن للصحفي أن يجعل حسابه على الفيسبوك كوسيلة لنقل القصص والمواضيع التي تغطيها مؤسسته الإعلامية بشكل أكبر، وهو ما يقوم به الصحفي نيكولاس غريستوف (Nichollas Kristof) من صحيفة نيويورك تايمز في حسابه على الفيسبوك بالرد على تساؤلات وانتقادات قراءه لمقالة عن الاتجار بالبشر عن طريق توفير روابط لمنظمات تعمل على الحد من هذه الظاهرة ومقارنتها بحال الاتجار بالبشر في الولايات المتحدة الأمريكية.

وتظهر دراسات حول موقع الفيسبوك أن أكثر المشاركات تفاعلا أيضا هي عندما يطلب الصحفي معلومات من الجمهور قد تفيده في تغطية موضوع معين أو حدث عن طريق الإعجاب أو التعليق عليها أو مشاركتها مع مجموعاتهم، والمشاركات التي يُرفق بها الصحفي رابط لخبر مع إضافة رأيه الشخصي، والمشاركات المحتوية على صور أو فيديوهات عن خبر معين تقوم بتغطيته بتلك اللحظة أو صور ما وراء كواليس تغطية خبر معين، والمشاركات التي تقرب شخصية الصحفي من الجمهور من خلال إضفاء نوع من الفكاهة أو التفاصيل اليومية التي تشغله عن مشاركاته ومنشوراته في الفيسبوك.

إضافة إلى ما سبق، تُمكن خاصية الاشتراك "subscribe" الصحفي في موقع الفيسبوك من التفاعل مع جمهوره بمهنية عالية وبدون الحاجة لإنشاء صفحة خاصة منفصلة عن حسابه أو بإضافته كصديق، كما تتيح له حرية التحكم بين ما يراه المشتركين وما يراه أصدقاؤه المباشرين، وقد قام آلاف الصحفيين في العالم بتفعيل هذه الخاصية، وتبنتها أيضا الصحافة العالمية مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز في صفحاتها الرسمية على الفيسبوك (شبكة الصحفيين الدوليين، 2018).

4.2 التدوين الإلكتروني بين ضوابط التشريع وأخلاقيات الصحفي

1.4.2 أخلاقيات المهنة الصحفية والتنظيم الذاتي

✓ في مفهوم الأخلاق والأخلاقيات والقانون

تتداخل الكثير من المفاهيم، كالأخلاق والأخلاقيات والقانون، في الحديث عن تنظيم مهنة الصحافة وتستخدم في بعض الأحيان، كمرادفات لتحمل معنى واحداً، إلا أن الواقع العملي يكشف الفرق بين هذه المصطلحات الثلاث بشكل واضح. فأبسط تعريف للقانون متفق عليه هو "مجملة القواعد الرسمية المنظمة للعلاقات بين البشر، وهي قواعد زجرية، فدون أحكام ردعية لا يُعد القانون قانوناً" (العياضي، 2015).

والأخلاق لغةً، اشتقت من لفظ خُلِقَ وجمعها أخلاق، وهي كلمة عربية أصيلة وقد احتفظت بمعناها الأصلي إلى اليوم (مشاقبة، 2012، صفحة 61). وقد ورد اللفظ في القرآن الكريم حيث يخاطب الله سبحانه وتعالى الرسول الكريم بقوله: "وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ" (القلم، الآية 4)؛ وقوله تعالى أيضاً: "إِنَّ هَذَا 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 (منظور، 2005، صفحة 203). ويعرف جون فريمان الأخلاق بأنها: "مجموعة من المبادئ الأخلاقية، وهي قانون غير مكتوب في كثير من الأحيان، تعمل على توجيه سلوك الفرد" (رزاق، 2013، صفحة 05).

كما أن الأخلاق ترتبط بادراك الفرد مدى وجودها، أكثر من ارتباطها بمعايير محددة يمكن فيها قياس ما هو أخلاقي وما هو غير أخلاقي؛ وقد انقسم الفلاسفة في رؤيتهم للأخلاق إلى ثلاث مدارس رئيسية حيث ربطت كل من هذه الأخيرة "الأخلاق" بعنصر معين: فهي ترتبط بطبيعة الفرد الفاعل نفسه عند أرسطو (Aristotle)، وبطبيعة الفعل عند إيمانويل كانت (Immanuel Kant)، وبناتج الأفعال ومذهب النفعية عند جيرمي بنتام (Jeremy Bentham) وجون ستيوارت ميل (John Stuart Mill) (محمد الغازي، 2013، صفحة 384).

بينما يعتبر مصطلح "أخلاقيات" 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 (رزاق، 2013، صفحة 24).

وعموماً لا بد من التمييز بين مفهومين للسلوكيات الإعلامية: "الأخلاق" و"الأخلاقيات"، فتعبير الأخلاق بمعنى "إيثيك" éthique يتناول التصرف الأخلاقي العام لأي إنسان، بينما تعبير الأخلاقيات يستعمل بمعنى "ديونتولوجيا" déontologie، أي مجموعة الواجبات والالتزامات الخاصة التي تنشأ عن ممارسة مهنة ما (صدقة، 2008، صفحة 14).

إن مصطلح أخلاقيات المهنة يقابله باللغة الانجليزية "Professional Ethics" ويعني سلوك صاحب المهنة وتصرفاته أثناء أدائه لمهامه، سواء كانت تلك المهنة تدريساً أو تحريراً أو غيرها من المهن، والذين يمارسون مهنة الصحافة يدركون أن مهمتهم الأساسية هي الاتصال بالآخرين على اعتبار أنهم يتعاملون مع الجمهور، إذ تسعى الموثيق الصحفية إلى ضمان الحياد والدقة للوصول إلى الشفافية (صالح فياض، 2012، صفحة 126).

والأخلاقيات ليست تنزيلاً عملياً للأخلاق في الواقع العملي وإن كان البعض يسميها "الأخلاق الاجتماعية"، وفي بعض الأحيان يمكن أن تتعارض الأخلاقيات مع الأخلاق، وفي هذا الموضوع مازال النقاش مفتوحاً بين الصحفيين، خصوصاً إذا تعلق الأمر باستحالة حصول الصحفي على المعلومات المطلوبة دون أن ينتحل مهنة غير مهنته أو شخصية الغير (العباضي، 2015). وفي هذا الشأن، يُلخص كلور جون بيرتران، أستاذ القواعد الأخلاقية في معهد الصحافة الفرنسي في جامعة باريس، القواعد الأخلاقية في ثلاث عناصر أساسية هي: قيم أساسية تتمثل في احترام الحياة والتضامن الإنساني، ومحظورات أساسية وهي عدم الكذب أو التسبب بأذى أو انتحال أعمال شخص آخر، ومبادئ صحفية تتضمن الدقة والنزاهة والاستقلالية (علي الديبسي، 2012، صفحة 73).

وقد حُدثت أخلاقيات الصحافة بقواعد السلوك المهني توضح للصحفي ما له وما عليه، ومنها ضمان حرية الإعلام والصحافة، حرية الوصول إلى مصادر المعلومات، الدقة والصدق والموضوعية والمسؤولية إزاء الرأي العام والحفاظ على السلام والنزاهة والاستقلالية وضرورة الامتناع عن التشهير وحق

الرد والتصحيح واحترام السرية المهنية (الجميل و العاني، 2016، صفحات 101-104). وهي أيضا "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 ميثاق الشرف الإعلامي" (مصطفى العسولي، 2017، صفحة 74).

وفي هذا الإطار، تعتبر ميثاق الأخلاقيات ضرورة حتمية للصحفيين ولتنظيم المهنة الصحفية باعتبارها وسيلة مهمة في صياغة العلاقة بين المهنيين والمجتمع، مع الإشارة إلى أن هناك نوعان من ميثاق الشرف المهني، منها ميثاق إجبارية والزامية وهي التي تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالف أو ينتهك ما جاء بها، وأخرى ميثاق اختيارية وتعد بمثابة تنظيم ذاتي للعاملين في المهنة (معيزي، 2015، صفحة 261)؛ وميثاق الشرف مثل القوانين تخضع للمراجعة والتعديل والإثراء باستمرار، اثر التطورات الحاصلة في المهنة ولتعدد وتشابك العلاقات بين البشر والمؤسسات، وكذلك نتيجة للتطور التكنولوجي الحاصل في ميدان الإعلام والاتصال (العياضي، 2015)؛ وهي تختلف عن القوانين التي يضعها البرلمان ويمكن أن تطبق على بعض القضايا والممارسات الصحفية عن طريق المحاكم والقضاء.

✓ الجذور الفكرية لأخلاقيات المهنة الصحفية

ان مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية ليس مفهوماً حديثاً، فقد بدأ الاهتمام بمسألة الأخلاقيات عام 1631، عندما قام مؤسس صحيفة "La Gazette" رينودو ثيوفراست بنشر افتتاحيات تبين الدور الأساسي للصحفي (بن حمودة، 2017، صفحة 17)، ويعود ظهور المفهوم إلى عام 1916 في السويد حيث تشكلت البدايات الأولى بظهور أول مجلس للصحافة، ثم انتقلت الفكرة إلى فرنسا عام 1918، والتي سعت إلى وضع مشروع ميثاق لأخلاقيات المهنة الصحفية بعد الحرب العالمية الأولى نظرا للدور الذي لعبته وسائل الإعلام في تلك الفترة (مشاقبة، 2012، صفحات 71، 72)، وتوالت بعدها العديد من الميثاق الأخلاقية.

كما جاء بيان جمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية عام 1923 متضمنا ست مواد ذات علاقة بالمادة الإعلامية و الصحفي؛ لكن هناك من يعتبر ميثاق قواعد الأخلاق الصحفية الذي أصدره الاتحاد العالمي للصحفيين بواشنطن عام 1926 بداية التأسيس لهذه القواعد التي تدعمت بوثيقة أخرى من

الاتحاد الوطني للصحفيين البريطانيين عام 1931، وكان من نتائج ذلك إنشاء المحكمة الدولية للشرف المهني في العام نفسه.

وخلال المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحفيين المنعقد ببوردو بفرنسا عام 1939 تشكلت اللجنة الأولى "العهد شرف الصحفي" الذي تزامن مع شروع المحكمة الدولية للشرف المهني لتطبيق المواثيق، وتوج بانعقاد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية في المكسيك عام 1942 حيث تم الاتفاق على مجموعة مبادئ ومنها الاعتذار وحق الرد. لكن في عام 1947، حذر تقرير وضعته لجنة روبرت هنتشز - رئيس جامعة شيكاغو - بعد خمس سنوات من النقصي - بمبادرة من مؤسسة التايمز، حمل اسمها رئيسها حول مستقبل وسائل الإعلام الأمريكية بعنوان (صحافة حرة مسؤولة)، من تنامي حرية الفرد على حساب حرية المجتمع في إطار ما يُعرف بنظرية "المسؤولية الاجتماعية للصحافة" التي أسست لمواثيق الصحافة فيما بعد، إذ اعتبرت توصيات هذا التقرير بمثابة تأسيس رسمي لأخلاقيات العمل الإعلامي بالرغم من أن هناك الكثير من الكتب⁽¹⁷⁾ والأبحاث التي تعرضت لأخلاقيات في العشرينيات من القرن الماضي (رزاق، 2013، صفحات 28، 31).

وعلى الرغم من وجود العديد من المواثيق الدولية الخاصة بالأخلاقيات الإعلامية إلا أن الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1948، يُعد بمثابة مرجعاً كونياً لحرية الصحافة وأخلاقيات الإعلام، إلى جانب العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الصادر عام 1966، وقد تم اختيار هذين النصين لما يتمتعان بهما من سمعة الالتزام على المستوى الدولي كمرجعية للمنظومة التشريعية الوطنية أو المحلية؛ حيث تنص المادة التاسعة عشر من الإعلان العالمي على أن: "لكل شخص الحق في حرية الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت دون تقيد بالحدود الجغرافية" (الزرن، 2013، صفحة 58).

(17) كتاب "مبادئ الصحافة" لكسباريوسست عام 1924 و"أخلاقيات الصحافة" لنيلسون كراو فورد عام 1924 و"ضمير الصحافة" لليون فلنت عام 1925 و"أخلاقيات الصحافة" لوليام جيبونز عام 1926 إلى جانب المبادئ الأخلاقية لجمعية محرري الصحف الأمريكية عام 1922 وجمعية الصحفيين المحترفين لعام 1926 (رزاق، 2013، صفحة 31).

علاوة على ذلك، يُعتبر إعلان ميونيخ لحقوق الصحفيين وواجباتهم الذي انبثق عام 1971، من بين أهم مواثيق الشرف التي استطاعت تجميع أهم واجبات الصحفي نحو الجمهور، وتوفير مجموعة من الحقوق التي تساهم هي الأخرى في التزام الصحفي بكل تلك الواجبات المسطرة (الزرن، 2013، صفحة 55)، وخصص هذا الميثاق الذي أبرمته فيدرالية الصحفيين الأوروبية خمسة حقوق للصحافيين وكلفهم بعشرة واجبات (العياضي، 2018، صفحة 01)، وينص هذا الإعلان على أن الحق في الإعلام، وفي التعبير الحر والنقد من الحريات الأساسية لكل كائن بشري، ومن حق الجمهور معرفة الأحداث والوقائع والآراء، ومن هنا فمسؤولية الصحفيين اتجاه الجمهور تعلق على أي مسؤولية أخرى، حتى على مسؤوليتهم إزاء مرؤوسيهم والسلطات العمومية (بن حمودة، 2017، صفحة 18).

ولقد عقيبت هذه المحاولات الفعالة التي أحدثت تغييرا في ميدان الممارسة الإعلامية محاولات أخرى في العديد من دول المعمورة فرضتها التغيرات الحاصلة عبر الأزمنة، حيث انتشرت مجالس الصحافة ومجالس الإعلام ومواثيق الشرف في جميع أنحاء العالم، ففي العالم العربي كانت البدايات الأولى خلال عام 1960 حيث عرفت مصر مواثيق الشرف كأول دولة عربية، وعلى ضوء ذلك انبثق دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب، كما وانتقلت إلى كل من استراليا وأمريكا وإنجلترا عام 1975 (مشاقبة، 2012، صفحة 73).

وجاء في تقرير السكرتير العام للأمم المتحدة سنة 1973 "اقتراح بضرورة وجود ميثاق أخلاقي يجمع الصحفيين على الالتزام به ويجعلهم من تلقاء أنفسهم ملزمين به في التحري والدقة وتصحيح المعلومات غير الصحيحة والتمييز بين المعلومات الإخبارية والتعليق" (رزاق، 2013، صفحة 32)، وهو ما يشير إلى ضرورة و أهمية الضبط و التنظيم الذاتي للصحافيين في كل دول المعمورة.

وفي الأخير، تجدر الإشارة إلى أن القوانين المحلية والداخلية المنظمة لقطاع الإعلام والصحافة في كل دولة، هي إحدى المرجعيات المهمة لأخلاقيات المهنة، كما لا يمكن تغافل عوامل الدين والثقافة والتراث والعادات والتقاليد والتي تميز بلد عن آخر، إذ يعتبرها البعض بمثابة الأرضية المؤسسة لأي مشروع لبناء قواعد أخلاقيات المهنة الصحفية (الزرن، 2013، صفحة 87، 88). بالرغم من أن كل المواثيق الصحفية تقريبا تقوم على المبادئ ذاتها لأن الصحافة واحدة مهما كان السياق الذي تمارس فيه، فالمبادئ الصحفية كونية يشترك فيها كل الصحفيين مهما كانت انتماءاتهم والأوطان التي يعيشون فيها أو الديانات

التي ينتمون إليها (الحمامي، 2019)، فما تضمنه ميثاق ميونيخ على سبيل المثال لا الحصر، ينطبق على كل الصحفيين في العالم (محمد البدراني، 2011، صفحة 55).

✓ تطور أخلاقيات المهنة الصحفية

لقد ارتبط ظهور الأخلاقيات الإعلامية بمراحل الإنتاج أو الحقب السياسية، أو ظهور تقنيات إعلامية واتصالية جديدة، ففي الولايات المتحدة الأمريكية وحتى عام 1830، ظل تنظيم الإعلام بأيدي الجهات السياسية، إلا أن بداية القرن التاسع عشر قد حملت تطورات جديدة، حيث صارت الصحافة مرتبطة بالمعلومات وليس بالسياسية كما في السابق، ومرتبطة أيضا بالأعمال وليس بحكام الولايات أو البعثات أو الطوائف الدينية، وهذا ما أدى إلى ربط تاريخ تطور تنظيم الإعلام وأخلاقياته بأربع مراحل هي: "المرحلة التقدمية، والمرحلة المهنية، ومرحلة المسؤولية الاجتماعية، ومرحلة النظرية المعيارية" (مشاركة، 2017، صفحة 10).

وقد كان ظهور الأخلاقيات في وثائق يصدر على خمسة مستويات : ميثاق على مستوى عالمي(ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين)، وميثاق على مستوى إقليمي(ميثاق الاتحاد العام للصحفيين العرب مثلا)، وميثاق على مستوى وطني (تشارك فيه النقابات الوطنية أو الاتحادات أو الجمعيات والنوادي الصحفية الكبيرة والعريقة)، وميثاق على مستوى المؤسسة الإعلامية الواحدة(ميثاق التحرير ومدونات سلوك للعاملين فيها)، وميثاق قطاعي (مثل ميثاق اليونيسيف للتعامل مع الأطفال) (مشاركة، 2017، صفحة 10).

يُوجز الأستاذ والباحث الجزائري "عبد العالي رزاقى" (رزاقى، 2013، صفحات 34، 36) ثلاث مراحل تطورت عبرها أخلاقيات المهنة الصحفية، وهي:

-مرحلة ما قبل سقوط جدار برلين 1989

كان قبل هذه الفترة مفهومان لأخلاقيات المهنة أحدهما مرتبط بالفكر الاشتراكي والآخر بالفكر الليبرالي وكل منهما يقدم تصوره لأخلاقيات الصحافة من خلال علاقة المؤسسات بالسلطة، ففي النظام الاشتراكي كانت مرتبطة بالحزب وأخلاقيات العمل الحزبي، في حين أنها في النظام الليبرالي كانت مستقلة وتدافع عن الديمقراطية بمفهومها الغربي ودور الإعلام فيها كأحد آليات مراقبة السلطة.

مرحلة ما بعد ظهور الانترنت والقنوات الفضائية

كان من نتائج سقوط القطبية الثنائية بعد الحرب الباردة هي ظهور شبكة الانترنت وانهيار النظام الاشتراكي، وانفصال الكثير من دول الكتلة الشرقية عن الاتحاد السوفياتي الذي تحول إلى روسيا، مما جعل وسائل الإعلام تتحرر من الحزب الواحد وتؤدي وظائف جديدة في هذه المجتمعات وتصبح عابرة للقارات، وقد دفع ذلك بأصحاب المهنة إلى التفكير في إيجاد ضوابط مشتركة لأخلاقيات المهنة.

- مرحلة ما بعد أحداث الثلاثاء 11 سبتمبر 2001 -

دخل العالم تحت مظلة أمريكا وهيمنة المؤسسة العسكرية الأمريكية على قرار الأمم المتحدة فتقلص مفهوم أخلاقيات المهنة فيها بعد ظهور سلطة جديدة أطلق عليها اسم (السلطة الخامسة) وهي الإعلام الذي رافق الجيوش الأمريكية في احتلال أفغانستان والعراق بعد أن كان للسلطة الرابعة دور فعال في اتخاذ القرار.

يقول ادموند بروك: "ثلاث سلطات تجتمع هنا تحت سقف البرلمان، ولكن هناك في قاعة المرسلين تجلس سلطة رابعة وهي أهم منكم جميعاً". والحقيقة أن مثل هذا التعبير يشير إلى تقسيمات مونتيكيو للسلطة إلى ثلاث سلط (التشريعية والقضائية والتنفيذية) ومفهوم السلطة الرابعة هو الرأي العام الذي تحركه الصحافة (محمد البدراني، 2011، صفحة 62).

واليا نتحدث عن السلطة الخامسة حيث يقول الكاتب "فاضل محمد البدراني": "لم تعد السلطة الرابعة، المتمثلة في الإعلام التقليدي بوسائله القديمة، قادرة على الصمود أمام اجتياح السلطة الخامسة، المتمثلة في مختلف المواقع الإعلامية المنتشرة عبر الشبكة العنكبوتية كـ "فيس بوك" - الفيسبوك - و"يوتيوب" و"تويتر" و"المدونات الشخصية" (محمد البدراني، 2011، صفحة 62).

وهكذا أفرزت التطورات التكنولوجية السريعة والتطبيقات الجديدة للإعلام تحديات مهنية وأخلاقية وجب الاهتمام بها في كل دولة، كما باتت الحاجة ملحة إلى ظهور نوع جديد من الأخلاقيات ومواثيق الشرف يتماشى مع هذه المستجدات؛ فوجود الأخلاقيات لا يعني أن الصحفي ووسائل الإعلام لا تخضع في أغلب دول العالم إلى قوانين تحكمها مثل قانون العقوبات والقوانين الأخرى (الزرن، 2013، صفحة 84)، ولكن يبقى السؤال المطروح دائماً حتى مع توفر كل المبادئ ومواثيق الشرف والإعلانات من حقوق وواجبات التي ظهرت في مختلف أنحاء المعمورة هو: هل تطبق تلك المبادئ فعلاً من قبل أصحاب

المهنة خصوصا في الدول العربية؟ وكيف يمكن ضمان تطبيقها؟ سنحاول تقديم تفسير لذلك من خلال العناصر اللاحقة في البحث.

✓ في مفهوم التنظيم/ الضبط الذاتي

يمكن تعريف الضبط الذاتي للإعلام بأنه "نمط من أنماط التنظيم الطوعي الداخلي الذي ترتضيه منظومة أو مؤسسة إعلامية لذاتها، بشكل يضمن لها حرية عملها ويفرض عليها التزامات أخلاقية ومهنية، تحسن أداؤها وتعزز مصداقيتها لدى جمهورها، وتضمن لها سبيلاً إلى إصلاح الأخطاء والتطوير المستمر" (الباجوري، 2012، صفحة 40) كما يعني أيضا قيام الصحفيين والإعلاميين ذاتهم بمشاركة المجتمع المدني بوضع الإجراءات وإنشاء الهيئات المستقلة الكفيلة بتحديد قواعد السلوك الصحفي على أساس الأخلاقيات المهنية، وأن يلتزموا باحترامها" (العياضي، 2018، صفحة 07).

وجاء في دليل "التنظيم الذاتي لوسائل الإعلام" الذي أصدره مجلس الأمن والتعاون في أوروبا عام 2008 أن الضبط الذاتي الذي يمارسه الإعلاميون، بأنفسهم، وعلى أنفسهم، يعني أن يتحمل العاملون في وسائل الإعلام الخاصة والمستقلة نصيبهم من المسؤولية عن الجو العام للحوار والنقاش الذي يسود بلادهم، مع الحفاظ على استقلاليتهم في صياغة المحتوى الإعلامي الذي يُسهمون به، ولا يقتصر الضبط الذاتي للصحفيين على الشؤون والقضايا السياسية فقط، بل يمتد إلى ضرورة التزام الإعلامي بالحد الأدنى من الدقة وحماية الحقوق الشخصية للناس حرصا على مصداقيته أمامهم (بن حمودة، 2017، صفحة 21).

ويختلف التنظيم الذاتي عن تنظيم أو تعديل الإعلام، الذي يهدف بالدرجة الأولى إلى ضمان حرية الصحافة وتعددية وسائلها في كنف احترام قواعد وأخلاقيات المهنة، وذلك من خلال استحداث هيئات تنظيمية مستقلة- مثل هيئات تنظيم الاتصال السمعي البصري المستحدثة منذ سنوات في العالم العربي، على سبيل المثال لا الحصر الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري في تونس، سلطة ضبط السمعي البصري في الجزائر... الخ- تعمل على وضع القواعد القانونية والأخلاقية التي من شأنها ضمان حرية الرأي والتعبير واستقلالية الصحفيين وتحسين جودة المضامين الإعلامية المقدمة عبر وسائل الإعلام المختلفة (بن حمودة، 2017، صفحات 20، 21)، أن كل ما تُسنه الحكومات من قوانين تشريعية وضوابط أخلاقية يندرج في إطار مقارنة تعديل الإعلام، لأنه تنظيم من خارج إطار المهنة، في حين أن ما يوضع من ضوابط ومبادئ من طرف الصحفيين أنفسهم يندرج ضمن خانة الضبط الذاتي للإعلام.

✓ أشكال التنظيم الذاتي للعمل الصحفي

إن من أبرز الأدوات للتعديل الذاتي لمهنة الصحافة والأكثر انتشارا في المجتمعات الديمقراطية العريقة والناشئة: مجالس الصحافة والموقف الإعلامي، والتي يطلق عليها الباحث الفرنسي جون كلود برتران المختص في قضايا الأخلاقيات وتعديل وسائل الإعلام بـ "شبكة مؤشرات المسؤولية الإعلامية" (الزرن، 2013، صفحة 51). كما نجد مرصد أخلاقيات المهنة التي تعمل على رصد الانتهاكات والتجاوزات المسجلة من طرف وسائل الإعلام، بالإضافة إلى اجتماعات هيئات التحرير باعتبارها آلية تعديل داخلية (بن حمودة، 2017، صفحة 22). ومن أهم أشكال التنظيم الذاتي الجديدة الآتي ذكره:

أ. مجالس الصحافة العليا

يعد مجلس الصحافة هيئة مستقلة عن السلطة التنفيذية تحاسب الإعلاميين والمؤسسات الإعلامية على ما ينشرونه ويخالف قواعد العمل الصحفي أو يُخل بحق الجمهور في الحصول على إعلام كامل وجيد وصادق، أي أنها عبارة عن محكمة شرفية مبدأها الأساسي "المحاسبة الاجتماعية" الذي تعالج به شكاوي المواطنين ضد المؤسسات الإعلامية أو المتصلة بتجاوزات الصحفيين التي تندرج في إطار أخلاقيات المهنة. وتعمل مجالس الصحافة عادة على نشر قراراتها وأحكامها (توبيخ ، لفت نظر، ..) في وسائل الإعلام التي ارتكبت الخرق (العياضي، 2018، صفحة 07)، كي تشكل وسيلة رادعة على المدى البعيد.

إن تأثير هذه الهيئة وفق الخبير المغربي في الإعلام "جمال الدين ناجي"، مرتبط بمصدر الأطراف التي يتشكل منها، فهناك مجالس يعود تأسيسها إلى جهاز الدولة كما الحالة الدنماركية أو الهندية، وأخرى لا تتشكل إلا من الصحفيين كما هو الحال في سويسرا ، وهناك كذلك مجالس يتشارك فيها أرباب المنشآت الصحفية والصحفيين. ولكن التركيبة الأمثل لمجلس الصحافة هي عندما يتكون من أرباب العمل والصحافيين والمستهلكين، ويُعبر الباحث الفرنسي "كلود برتران" عن هذه الأطراف الثلاثة بـ "من يمتلك وسائل الإعلام ومن يخبر الجمهور ومن يمتلك الحق في المعلومات"، وهو ما ينطبق على هولندا والمملكة المتحدة ، وبعض الولايات الأمريكية. وفي بعض الحالات تكون تمثيلية المستهلكين أو الجمهور تفوق باقي الأطراف كما هو الحال في النرويج والسويد (الحمامي، 2012، صفحة 147)؛ وعموما تبقى تركيبة المجلس مرتبطة بخصوصيات كل دولة ومدى تطور قطاع الإعلام فيها وتقاليد المجتمع الديمقراطية.

والمجلس ليس مُصددا يكتفي بنشر التقارير الدورية عن انتهاكات أخلاقيات المهنة بالرغم من أنه يقوم برصد اتجاهات الرأي العام حول الصحافة والصحفيين في المجتمع، كما يعمل في بعض الحالات على وضع قواعد السلوك المهني للصحفيين واقتراح تعديلات لتطوير ميثاق أخلاقية (الحمامي، 2012، صفحة 51)؛ إلا أن مهام بعض المجالس كمصر تتجاوز مهامه الضبط الأخلاقي، لتصل إلى درجة اختيار قيادات مؤسسات الصحافة القومية من رؤساء مجال الإدارات ورؤساء تحرير الإصدارات، كما يحدد حصص الورق لدور الصحف وأسعار المجلات والجرائد، وطريقة تشكيله أيضا تأتي عن طريق إذن من رئيس الجمهورية.

ولضمان استمرارية مجلس الصحافة وحتى استقلاليته ونزاهته، يُوفر له التمويل إما من طرف الدولة، أو من نقابات الصحفيين ومؤسساتهم عبر اشتراك سنوي، وهناك من يمزج بينهما، أو عن طريق الغرامات التي تفرض على بعض المؤسسات الإعلامية نتيجة انتهاكها لميثاق الأخلاقيات كما هو حال المجلس السويدي (عزام، 2018).

ويرى وليم غور أحد أعضاء لجنة شكاوى الصحافة البريطانية، وهي من أبرز نماذج مجالس الصحافة في العالم، أن الميثاق الأخلاقية لوحدها غير كافية لتنظيم العمل الصحفي فالتطبيق الفعلي لهذه الميثاق يفترض وجود هيئة مستقلة قادرة على مراقبة تطبيقها ومساءلة وسائط الإعلام التي لا تحترمها، كما يبرهن وجود هذا المجلس على أن تدخل الدولة غير ضروري، وأن الصحفيين مسؤولون وخاضعون تلقائيا للمساءلة ودونما إكراه إلى المسائلة (الحمامي، 2012، صفحة 52).

ب. الوسيط أو المُوفق الإعلامي Le médiateur/ombudsman

المُوفق الإعلامي عادة هو من كبار الصحفيين وذو كفاءة عالية وخبرة مهنية طويلة توظفه الوسيلة الإعلامية ليكون وسيطا بين الجمهور وهيئة التحرير، مهمته الأساسية هي تلقي شكاوى المواطنين وملاحظات الجمهور، ومن ثم يدقق فيها ويبيث رأيه فيها بعد أن يعرضها على الصحفيين ويتابع ردودهم عليها. ويطلق عليه البعض مصطلح "محامي الشعب" تتمثل أهميته من جهة في لفت انتباه المؤسسة الإعلامية إلى أنها مراقبة من طرف الجمهور ما يستوجب عليها تجاوز انحرافاتهما حفاظا على مصداقيتها أمامه، فالمُوفق يعمل على مراقبة مضامينها الإخبارية ومقارنتها مع معايير الدقة والمصداقية من جهة، ويقوم بدور "تربوي" من جهة أخرى من خلال شرح وتفسير ظروف إنتاج الأخبار والعمل الصحفي

للجمهور ومعايير حكمه عليها (العياضي، 2018، صفحة 9)، أي أن دوره الأساسي يتلخص في حلّ الإشكالات والخلافات بين الصحفيين وهيئة التحرير والجمهور حتى لا تصل إلى القضاء والمحاكم.

ويُعرّف الصحفي "مايكل جاتلر" نفسه، وهو من المُوقّفين الإعلاميين الأكثر شهر في الولايات المتحدة واشتغل مُوقفا إخباريا في صحيفة "واشنطن بوسط" وفي التلفزيون العمومي الأمريكي، بأنه ناقد داخلي للمؤسسة الإعلامية التي يعمل فيها ومستقل عنها في آن واحد. وقد استحدثت هذه الوظيفة في المؤسسات الإعلامية منذ بداية القرن العشرين، كما توجد "جمعية المُوقّفين الإعلاميين" أونو "Ombudsman news organisations"، وتضم هذه المنظمة مُوقّفين صحفيين من كل أنحاء العالم (الولايات المتحدة الأمريكية وأستراليا والبرازيل وتركيا والهند وغيرهم) باستثناء الدول العربية، وهو ما يدل على ضعف آليات التنظيم الذاتي والمساءلة والشفافية لدى المؤسسات الإعلامية العربية" (الحمامي، 2012، صفحة 60).

ت. مجلس شكاوى الجمهور

تعتبر مجالس الشكاوى من أحدث أشكال التنظيم الذاتي هدفها حماية الجمهور وهي تختلف عن مجالس الصحافة التقليدية، كما لا يكون للحكومة دور في تأسيسه، إدارته أو تمويله، على أن يقوم الجسم الصحفي بتنظيم نفسه من دون تدخل حكومي، أي أن يكون المجلس بمبادرة من قطاع الإعلام ومن يريد من الصحفيين أن يكون جزءاً منه، سيقوم بتشكيله بعد أن يوافق على مدونة السلوك الخاصة بالمجلس، وبذلك يحاسب نفسه وفقا لهذه المدونة وما ورد فيها. ومجالس شكاوى الجمهور ليست بديلا عن نقابة الصحفيين، فدورها فقط تلقي شكاوي الجمهور والبث فيها وإصدار العقوبات التأديبية وتلزم النقابة بتطبيق هذه العقوبة (الباجوري، 2012، صفحة 51). وهذا الشكل لم يحسم بعد فهناك جدلا واسعا حوله في أوروبا وأمريكا ومختلف الدول العربية.

ومن جهة أخرى، اعتمدت بعض المؤسسات الإعلامية نظاما يسمح بتلقي الشكاوي من الجمهور وتعتبر مؤسسة "بي بي سي" البريطانية المثال الأحسن عالميا، فقد وضعت نظاما متكاملًا يسمح للمواطنين والمشاهدين بتقديم شكاويهم بالهاتف والبريد الإلكتروني وبالبريد العادي، بل أنها وضعت ميثاقا ينظم هذه العملية وتلتزم فيه برصد هذه الشكاوي وتحسين برامجها وخدماتها على أساسها. وقد وضعت ال"بي بي سي" موقع الكتروني خاص بتلقي هذه الشكاوي ونشر تقارير شهرية عنها(الباجوري، 2012، صفحة 22).

ث. دليل أو مرشد التحرير

ويقصد به كتيب تعليمات الكتابة الذي تصدره المؤسسة الإعلامية بالتشاور مع صحافييها وتحدد فيه سياستها التحريرية ومبادئها المهنية والأخلاقية (العياضي، 2018)، والهدف الأساسي من كتيب التعليمات أن يكون مرشدا للصحفي أو الإعلامي في التعامل مع المادة الصحفية والإعلامية وكيفية كتابة المعلومات ونوعية الصياغة (قصيرة أو طويلة) والأوصاف التي تقتزن بالمصادر (الباجوري، مرجع سابق، صفحة 44). ويكون لهذا الدليل التحريري الخاص صفة الإلزامية للعاملين في المؤسسة. كما تعتبر مجالس التحرير Conseil de rédaction في المؤسسات الإعلامية آلية للمساءلة الداخلية للصحفيين، والتي في نفس الوقت آلية للدفاع عن استقلالية الصحفيين عن الإدارة وحمايتهم من تدخلها (الحمامي، 2011، صفحة 5).

وتأخذ هذه المجالس عدة أشكال ففي فرنسا مثلا ظهرت الجمعيات الصحفية "les sociétés de journalistes"، التي تنشأ عادة في إطار الاتفاق المباشر مع الناشر أو صاحب المؤسسة وتهدف هذه الجمعيات للدفاع عن حقوق هيئات التحرير وعن المبادئ الأخلاقية والتحريرية أي تراقب مدى التزام الصحفيين بالميثاق الأخلاقي داخل الإطار المؤسسي وخارجه، في حين تدافع النقابات عن الحقوق الفردية. إلا أن هذه المجالس يمكن أن تكون اختيارية أو إجبارية يفرضها القانون كما هو الحال في البرتغال، فكل مؤسسة يتجاوز عدد صحفييها 5 أفراد مجبرة بإنشاء مجلس تحرير. وفي بعض الحالات تشجع الدولة على إنشاءها كما هو الحال في بلجيكا (الحمامي، 2011، الصفحات 15-17).

✓ آليات الضبط الذاتي للصحفيين في الدول المغربية

إن الفضل في ظهور ميثاق الشرف الإعلامية ومدونات السلوك المهني في العالم يعود إلى نقابات الصحفيين والاتحادات المهنية ومجالس الإعلام؛ وتماشيا مع تجربة الشبكة الأوروبية للصحفيين التي أصدرت ميثاق شرف المهنة الصحفية، جاءت فكرة الشبكة المغربية للم شمل أصحاب الصحف في الدول المغربية وإصدار ميثاق شرف المهنة خاص بالمؤسسات الإعلامية والإعلاميين، وفعلا تم المصادقة على "ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة لصحفي المغرب العربي"⁽¹⁸⁾ من طرف 22 صحيفة

(18) تضمن ميثاق "أخلاقيات مهنة الصحافة لصحفي المغرب العربي" مقدمة عامة وبابا خاصا بواجبات الصحفي (15 بندا) تتعلق ب: احترام الوقائع، مصدر المعلومة، التمييز بين الوقائع والتعليق، العلاقة بمصدر المعلومة، السرقة الفكرية، المعلومة والإشهار، عدم الخلط بين الوظائف وتداخل المصالح، حماية المصادر، التصويب وحق الرد، احترام حق الحياة الشخصية وكرامة الإنسان، عدم الحث على العنف والكراهية العرقية أو الدينية والعنصرية، احترام الأديان

مغربية خلال اجتماع عقد بمدينة الحمامات التونسية في 24 جانفي 2013 حضره ممثلين عن خمس دول مغربية بين صحافيين وناشرين -منها الجزائر ممثلة في أربعة صحف هي "الخبر" و"الفجر" و"البيرتي" و"الوطن" -، حيث تم الاتفاق على اعتبار يوم 24 جانفي من كل سنة يوما مغاربيا لأخلاقيات المهنة، كما اتفق المجتمعون على إنشاء "مرصد إعلامي مغاربي" يقدم جائزة سنوية للمؤسسة الإعلامية والصحفي الأكثر احتراما لميثاق شرف المهنة. وركز الميثاق في مجمله على ضرورة خدمة الصحفي "للمعوم بكل عناية ونزاهة" (حميد، 2013)، ومن ثم يبرز دور الصحفي الأساسي والمتمثل في البحث عن الحقيقة.

ورغم أن هذه المبادرة قد لاقت استحسانا كبيرا من طرف المختصين، وحتى الإعلاميين وأرباب العمل الذين وقعوا على الميثاق، إلا أنها بقيت حبرا على ورق، وأكبر دليل على ذلك عدم إنشاء مرصد أخلاقيات المهنة الذي تم الاتفاق عليه من طرف الحاضرين إلى هذه اللحظة.

ولا يزال النقاش حول تنظيم قطاع الصحافة والإعلام في المغرب العربي عموما، والجزائر وتونس خصوصا، خاضعا إلى ثنائية القانون والأخلاقيات. فمن ناحية يُدافع البعض على ضرورة أن تخضع الممارسة الصحفية لقانون ينظمها وفرض عقوبات تهدد حريات الصحفي، ومن ناحية أخرى لا يؤمن البعض الآخر إلا بالتنظيم الذاتي في أشكاله القصوى عبر الالتزام الطوعي والعمومي بالميثاق الأخلاقي دون تحديد آليات عملية لمسائلة الصحفيين أو المؤسسات الإعلامية التي لا تحترم هذه المواثيق (الحمامي، 2012، صفحة 48).

وتعتبر دولة المغرب سباقة في مجال التنظيم الذاتي على كل من تونس والجزائر، حيث تم خلال النصف الثاني من العام 2018 استحداث "المجلس الوطني للصحافة" في المغرب كأحد أبرز آليات التنظيم الذاتي للصحافيين والذي دافعت عنه النقابة الوطنية، اثر القانون رقم 90.13 الذي صدر في الجريدة الرسمية المغربية، ويتأسس المجلس حاليا "يونس مجاهد" الرئيس السابق للنقابة الوطنية للصحافة المغربية وعضو المكتب السياسي لحزب الاتحاد الاشتراكي للقوات الشعبية. ولكن في ظل تهمين هذه

والمعتقدات، القيود المفروضة على المعلومات، حماية الأطفال القصر والأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة والتضامن بين الزملاء. أما الباب الثاني فقد تضمن أربع حقوق للصحفي هي: حرية الوصول إلى المعلومة، شرط الضمير أثناء ممارسة المهنة، وحماية الصحفي وتمتعه بالحماية القانونية واحترام كرامته، وحق الصحفي في عقد عمل فردي يؤمن له السلامة المادية والمعنوية وكذلك التمتع بمكافأة مالية (رجب، 2013).

الخطوة في تاريخ الصحافة المغربية، هناك العديد من الانتقادات التي توجه للمجلس بدءاً من وجود هيمنة لتوجهات سياسة معينة وسيطرة حزبية في النقابة الوطنية للصحافة المغربية، وصولاً إلى تحفظ ومقاطعة صحفي وكالة المغرب العربي للأنباء- الوكالة الرسمية المغربية- لانتخابات المجلس بتهمة تزوير هذه الأخيرة. وكان المجلس الوطني للصحافة المغربية قد أعلن عن شروعه في إعداد ميثاق لأخلاقيات المهنة.

وتختلف آليات التنظيم والضبط الذاتي للصحافيين ولمهنتهم حسب خصوصيات كل دولة، لذلك سنحاول في ما يلي التحدث عن التجربة الجزائرية والتونسية- محوري دراستنا هذه- بنوع من التفصيل:

✓ التجربة التونسية في التنظيم الذاتي

بدأ التنظيم المهني للصحافيين التونسيين بـ"الرابطة التونسية للصحافة" التي عقدت مؤتمرها الأول في 14 جانفي 1962، ثم حملت هذه الرابطة اسم "جمعية الصحافيين التونسيين" في 22 مارس 1971، لتتحول إلى "النقابة الوطنية للصحافيين التونسيين" في 13 جانفي 2008 وذلك نظراً للدور المحدود للجمعية باعتبارها غير مؤهلة قانونياً للاضطلاع بدور نقابي فعلي وفاعل للدفاع عن المصالح المادية والأدبية للصحفيين في تونس (الزرن، 2013، صفحات 88، 89).

وتوجد في النقابة الوطنية لجنة تسمى "لجنة أخلاقيات المهنة"، تقوم بمتابعة انتهاكات وتجاوزات أخلاقيات المهنة كما تقدم تقارير شهرية إلى المكتب التنفيذي (الزرن، 2013، صفحة 96). ويشير تقرير قدمته النقابة في ماي 2011 أن الإعلام التونسي وخاصة الرسمي منه يقدم معلومات موجهة وغير دقيقة، وبذلك فالصحافة التونسية اتخذت مسارين واحد خاص بصوت المعارضة وآخر بصوت النظام الجديد. كما ظهرت مدونات إلكترونية تراقب "أخلاقيات الصحافة" مثل مدونة "بودورو" التي تعني برصد المقالات الرديئة الصادرة في الصحافة التونسية وتقدمها إلى متصفحها عبر الانترنت لاختيار الأسوأ منها وتقديم ميداليات لأصحابها حتى يتداركوا ذلك المستوى الذي كتبوا به مقالاتهم حفاظاً على ميثاق الشرف التونسي الذي جاء مختصراً في شكل تعهد يلتزم به الصحفي بعد توقيعه (رزاق، 2013، صفحات 142، 143).

وتجدر الإشارة إلى أن ميثاق شرف النقابة الوطنية للصحافيين التونسيين الموضوع منذ عام 1983، لم يقع تغييره سوى مرة واحدة عام 2018، ويتضمن الميثاق البنود التالية (النقابة الوطنية للصحافيين التونسيين، 2018):

- الالتزام بالحقيقة والعمل على إبلاغها إلى الجمهور في إطار حقه في النفاذ إلى المعلومة.
- الدفاع عن حرية الصحافة والامتناع عن المهام التي لا تتوافق مع ضوابط المهنة.
- الامتناع عن كتابة وإمضاء أعمال صحفية ذات طابع إشهاري أو مضامين اشهارية في صيغة أخبار.

- عدم قبول هدايا أو امتيازات خاصة مقابل أداء مهمة إعلامية
- رفض استعمال صفته أو مسؤوليته لأداء أغراض شخصية.
- الامتناع عن انتحال كتابات الآخرين وينسب الصحفي المقتطفات التي استدل بها إلى أصحابها .
- الامتناع عن نشر أو ذكر أي عنوان أو صفة أو خبر وهمي
- احترام الصحفي آراء زملائه وعدم تلبهم ويتعامل مع المختلفين معه في الرأي بروح من التسامح وينسحب ذلك على صفحات التواصل الاجتماعي.

- الامتناع عن الممارسات التي من شأنها أن تتسبب في مشاكل مهنية لزملائه أو أن تكون سببا في حرمانهم من ممارسة العمل الصحفي.
- الالتزام بالعمل من أجل تحقيق تضامن فعلي بين أصحاب المهنة وعليه أن لا يسعى إلى الاستيلاء على منصب زميله.

- الالتزام بكل ما ينشر تحت إمضائه وبموافقته التامة و رفض تبني أو توقيع الأعمال الصحفية الجاهزة.

- رفض الصحفي كل تشويه جزئي أو كلي لأفكاره وأعماله الصحفية.
- الاحتفاظ بالسر المهني وعدم الإدلاء بمصادر معلوماته.
- الالتزام بالدفاع عن قيم المساواة بين الجنسين وعدم التمييز والدفاع عن الحريات الفردية والعامّة.

يُذكر أن هذا الميثاق قد صدر سنة 1983 وتبنته جمعية الصحفيين وحافظت عليه النقابة، رغم أن بداية التفكير في صياغته كانت منذ نوفمبر 1977 حيث عُرض أول مشروع ميثاق شرف المهنة على الصحفيين في جلسة عامة. فمن شروط الانضمام إليها تقديم الصحفي وثائق من بينها تعهد باحترام كل بنود الميثاق وبكل ما ورد في القانون الأساسي والنظام الداخلي بالاسم والإمضاء والتاريخ (الزرن، 2013، صفحة 93).

وقد قامت النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، بإضافة البند الأخير الخاص بالمساواة بين الجنسين على اعتبار أن أكثر من نصف الصحافيين التونسيين هم نساء، والذي تم اقتباسه من ميثاق الفدرالية الدولية للصحفيين الصادر عام 1954 خلال المؤتمر العالمي الثاني ببوردو الفرنسية والمعدل سنة 1986 من قبل المؤتمر العالمي الثامن عشر للفدرالية الدولية للصحفيين (الزرن، 2013، صفحة 95).

ولكن الملاحظ على بنود الميثاق أنها لم تشمل حق الخصوصية للأفراد أو الحياة الخاصة للآخرين، خلافاً مع التجربة الجزائرية، رغم أن الميثاق قد تم تعديل بنده السادس ليتضمن شبكات التواصل الاجتماعي تماشياً مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الإعلام والاتصال، وتواجد الصحفي التونسي في تلك المنصات؛ وهو ما لا يتوفر في ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين الصادر سنة 2000 -سذكره بالتفصيل في العنصر الموالي- والذي لم يعد حيز الخدمة بسبب تجميد المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة بعد انتهاء عهده الأولى في 2004.

بعد سقوط النظام السياسي في الرابع عشر من جانفي 2011، حدثت العديد من التغييرات على مستوى قطاع الصحافة في تونس من أجل توسيع حرية الصحافة، فقامت العديد من المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة بصياغة مدونات سلوك ومواثيق تحريرية بهدف إرساء ضوابط مهنية وأخلاقية يلتزم بها الصحفيون؛ مع الإشارة إلى أن تجارب التعديل الذاتي اكتفت في البداية في تجربة مجالس التحرير مثل تجربة وكالة تونس إفريقيا للأنباء وتجربة دار الصباح وتجربة دار لابريس. في 30 ماي 2012، كانت مؤسسة التلفزة التونسية السباقة لإطلاق مدونة سلوك بالتعاون مع هيئة الإذاعة البريطانية " بي بي سي ميديا اكشن". ثم قامت إذاعة موزاييك أف أم في 18 نوفمبر 2013 باستحداث خطة الموفق الإعلامي لأول مرة في تونس، كما أصدرت ميثاقها التحريري قصد تنظيم السياسة التحريرية لكامل المحتوى الإذاعي الذي يقدم في الراديو والويب. وقد عينت إذاعة موزاييك أف أم الصحفي والخبير التونسي الهادي السنوسي" موقفاً للإذاعة للرد على تساؤلات وشكاوى المستمعين وتطبيق الميثاق التحريري ولعب دور الوسيط بين الإذاعة والأطراف المتعاملة معها. وفي 26 مارس 2014، أعلنت وكالة تونس إفريقيا للأنباء عن ميثاقها التحريرية، ثم تتالت بعدها المواثيق الداخلية ومدونات السلوك بالمؤسسات الإعلامية (بن حمودة، 2017، صفحة 24).

وفي إطار غياب هياكل التنظيم والضبط الذاتي لمتابعة وتنبيه الصحفيين من عديد الإخلالات المهنية في الصحافة المطبوعة والإلكترونية التي قد تهدد حرية الصحافة، أنشأت النقابة الوطنية

لصحفيين التونسيين في بداية شهر ديسمبر 2015 "مرصد أخلاقيات المهنة الصحفية في الصحافة المطبوعة والإلكترونية" بدعم من منظمة "أنترنيوز". ويعمل المرصد على تسجيل الإخلالات المتعلقة بالتغطية الإعلامية للنزاعات المسلحة والإرهاب، والمتضمنة لخطاب الكراهية من خلال عدة معايير وضعها المرصد. وتقوم وحدة الرصد بإصدار تقارير ملخصة يومية، وتقريراً مفصلاً كل شهرين، على موقع النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين المتعلقة بمحتويات 19 صحيفة وموقعا الكترونيا من القطاعين العمومي والخاص وباللغتين العربية والفرنسية تم اختيارها على أساس معيار انتشارها والإقبال عليها وهي: خمس يوميات ورقية ناطقة باللغة العربية (المغرب-الصريح-الصباح-الشروق-الفجر) ويوميتان باللغة الفرنسية (La Presse- Le Quotidien) وأسبوعيتان باللغة العربية (الشارع المغاربي-صوت الشعب) وموقعان تلفزيونان (التلفزة الوطنية-نسمة tv) وثلاثة مواقع إذاعية (جوهرة أف أم- موزايك أف أم- الإذاعة الوطنية) وثلاث مواقع الكترونية (حقائق أونلاين-آخر خبر-الصدى). وقد ساعدتنا هذه المعطيات كثيرا لتحديد مفردات عينة الدراسة والمؤسسات الأكثر متابعة من طرف الجمهور (بركات، 2016) (انظر الشكل رقم 8 أدناه).

ومن أبرز أهداف المرصد الأساسية، من متابعة المادة الإعلامية التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام التونسية العمومية منها، والخاصة بما فيها المواقع الإلكترونية ومن ثم رصد الانتهاكات والإخلالات المهنية، ما يلي:

- المساهمة في التدريب المستمر للصحفيين
- التوعية باحترام أكبر لأخلاقيات المهنة الصحفية
- تحسين صورة القطاع الصحفي لزيادة حماية حرية التعبير وتعزيز دور وسائل الإعلام خاصة في مرحلة البناء الديمقراطي.
- لعب دور الموفق الإعلامي ونقل انتقادات الجمهور وهوأجسه.
- تشريك الجمهور في العملية الإعلامية" (النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، 2018، صفحة 19).

الشكل رقم(08): يوضح وسائل الإعلام المرصودة من قبل لجنة أخلاقيات المهنة الصحفية في تونس



المرجع: النقابة الوطنية للصحفيين اتونسيين، 2015

تجدر الإشارة إلى أن النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين من خلال لجنة أخلاقيات المهنة الصحفية قد أقرت في بيان لها يوم 22 مارس 2020 أنها ستتابع كل الأخبار المنشورة في وسائل الإعلام وعلى صفحات التواصل الاجتماعي، وكل صحفي سيساهم في بث الشائعات وأحداث البلبلة والفوضى سيتم إحالة ملفه على المكتب التنفيذي الموسع للنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين بسحب انخراطه والتنسيق مع لجنة إسناد بطاقة الصحفي المحترف لسحب بطاقة احتراف مهنة الصحافة.

كما تم إحداث مجلس الصحافة التونسي، وهو أول مجلس صحافة مستقل في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تم إنشاؤه في 10 سبتمبر 2020 بناءً على قرار صادر عن جمعية دعم مجلس الصحافة وهي منظمة من منظمات المجتمع المدني ومؤسسة من طرف النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين والجامعة التونسية لمديري الصحف والرابطة التونسية للدفاع عن حقوق الإنسان. وعلى هذا الأساس يختلف مجلس الصحافة عن هيئة الاتصال السمعي البصري التي تعتبر شخصا معنويا عموميا بما أن إرساءها يكون بموجب نص تشريعي.

ويضم مجلس الصحافة في عضويته: اعتدال مجبري كرئيسة للمجلس، والإعلامي محمد العروسي بن صالح نائبا والخبير الإعلامي الصادق الحمامي، والإعلاميين وفريدة المبروكي وعلي البقلوطي

ومنوبي المروكي وشادية خذير، وممثلة الرابطة التونسية للدفاع عن حقوق الإنسان "روضة الغري والقاضية أنوار المنصري، ونقيب الصحفيين التونسيين بصفته تلك (معمر، 2020). ويجتمع أعضاء المجلس المنتخبين بصفة دورية كل شهر حيث يتخذ المجلس قراراته بأغلبية أعضائه الحاضرين باستثناء حالات التأديب التي يتخذ فيها قراراته بالأغلبية المطلقة لأعضائه.

وفي أول اجتماع لأعضاء مجلس الصحافة وبالتحديد يوم 3 أكتوبر 2020 تم بعث ثلاث لجان داخله، وهي لجنة التكوين والتعاون ولجنة أخلاقيات المهنة ولجنة الشكاوي. وتتكون اللجنة من متطوعين يمثلون الأطراف الثلاثة المشكلة للمجلس، وهم الصحفيون ووسائل الإعلام وممثلو الجمهور، على أن يتم في الفترة القادمة فتح باب الترشيح لهذه اللجان الثلاثة (إذاعة شمس FM، 2020).

وقد أعلن المجلس عن تركيبة لجنة أخلاقيات المهنة التابعة له، وتتكون من كل من محمد اليوسفي (صحافة بديلة) ومنية العرفاوي (الصحافة المطبوعة) ومنال العابدي (صحافة الواب) و فطين حفصية (تلفزيون عمومي) ونبيل العرفاوي (إذاعة عمومية) و إبراهيم البوغانمي (باحث) وهشام سكيك (صحفي متقاعد)، إلى جانب رئيس اللجنة الخبير التونسي الصادق الحمامي ومقررتها فريدة المبروكي. وقد توافق الأعضاء على تسمية اللجنة بما يتناغم مع وظيفتها الأساسية لتصبح لجنة المعايير الأخلاقية الصحفية خلال اجتماع الذي انعقد بتاريخ 27 فيفري 2021 بمقر النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين (حقائق اونلاين، 2021).

✓ التجربة الجزائرية في التنظيم الذاتي

كان نتيجة الحراك الصحفي اثر أحداث 5 أكتوبر 1988 ظهور جمعيات وروابط ونقابات ومجالس مستقلة عن الوصاية الحزبية التي كرسها "اتحاد الصحفيين الجزائريين" وهي: جمعية الصحفيين الجزائريين في جانفي 1992، الرابطة الوطنية للصحفيين الجزائريين في أكتوبر 1993، النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين في ماي 1996، وتنسيقية هيئات المحررين في ديسمبر 1997. فبظهور نقابة وطنية مستقلة للصحفيين الجزائريين بدأ التفكير في وضع ميثاق أخلاقي وتجسد ذلك في تنظيم يوم دراسي بقصر الثقافة (مفدي زكريا) في فيفري 1999، حيث اتفق المشاركون على إرساء معالم الميثاق بالاعتماد على التجربة الأوروبية في مجال الإعلام وتكييفها مع الخصوصيات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في الجزائر. وفعلا تم الاتفاق على إنشاء هيئة مراقبة تتمثل في "مجلس لأخلاقيات المهنة" يعمل على إلزام كل صحفي بالامتثال لنبود الميثاق (التواتي، 2008، صفحات 208، 209).

ونظمت النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين بتاريخ 13 أبريل 2000 ندوة وطنية حول أخلاقيات المهنة ناقشت فيها 26 مادة موزعة ما بين الحقوق والواجبات وانتهت بالمصادقة عليها في حين تأجل انتخاب "المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة" إلى يوم آخر وصدر المشروع باسم "مشروع ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحفيين الجزائريين"؛ وقد ضم الميثاق 18 مادة متعلقة بالواجبات و 7 خاصة بالحقوق .

وتعرف الوثيقة المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة بأنه "هيئة ضبط وتحكيم ويضطلع أعضاؤه المنتخبون من طرف زملائهم بمهمة السهر على احترام مبادئ ميثاق الأخلاقيات للصحفيين الجزائريين وتحصر مجالات تدخله في حرية الصحافة والتعبير، حق الجمهور في الإعلام، احترام الحياة الخاصة الدقة والحيادية في معالجة الخبر، الفصل بين الأنواع الخبيرة، الامتناع عن التحريف والافتراء والانتحال الاستقلالية إزاء المعلنين، التحلي بوازع الضمير المهني، الامتناع عن الترويج للعنصرية والجريمة، عدم قبول أي تدخل من الحكومة أو غيرها، الامتناع عن استغلال صفة الصحفي لأغراض شخصية واحترام البراءة (رزاق، 2013، صفحات 115، 116). ويعتبر هذا الميثاق رباط معنوي يتم برضا ورغبة الصحفيين، ولا يتمتع بالقوة الإلزامية كما هو الحال في القانون (معيزي، 2015، صفحة 259)، في إطار ما يسمى بالتنظيم الذاتي للصحفيين .

ولقد تطوعت لجنة مؤقتة أطلق عليها اسم "لجنة العمل والتفكير"، تتكون من أحد عشر صحفيا لدراسة صلاحيات المجلس وشروط الترشح له وبعد عدة اجتماعات نظمت النقابة الوطنية للصحفيين ندوة بمركز المعالجة بمياه البحر في 11 ماي 2000 بحضور عدد كبير من الصحفيين القادمين من مختلف ولايات الوطن قصد مناقشة صلاحيات المجلس واعتباره سلطة معنوية لا قانونية ومن ثم انتخاب 11 عضوا لأربع سنوات غير قابلة للتجديد (التواتي، 2008، صفحات 213، 214) وهم: الزويبر سويسي رئيسا للمجلس (جريدة le Soir d'Algérie)، لحسن ربيع (جريدة الخبر) ولزهاري لبتز (الفدرالية الدولية للصحفيين)، ومحمد شلوش (الإذاعة)، وحسن راحم (التلفزة) وفاطمة الزهراء خليفي بلعزوق (وكالة الأنباء الجزائرية)، وايدير بن يونس (Le Matin)، واحميده العياشي (جريدة الخبر) وعبد الحميد بوشوشة (جريدة النصر) الزويبر فروخي (صحافي مستقل)، وتم تعيين كل من عبد الحميد بن زين (صحافي متقاعد) رئيسا شرفيا للمجلس والطاهر جاووت (صحافي مغتال) عضوا شرفيا.

ولم يبيث المجلس في القضايا إلا بعد مرور 7 أشهر من تنصيبه حيث تم منحه مقر بدار الصحافة الطاهر جاووت بالجزائر العاصمة، إلا أنه لم يتم تجديده بعد مرور أربع سنوات وانتهاء عهدة

زوبير سويبي، لذلك يقر العديد من المختصين بأن أول مجلس لأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر قد فشل على كل المستويات بسبب عدم وجود مقر وكذلك الدعم المالي الكافي. بالإضافة إلى كونه هيئة معنوية لا قانونية أي غير إلزامي وغير ردي للتجاوزات الصحفية وبالتالي قراراته بقيت حبر على ورق حيث كان حسب القانون الداخلي للمجلس يُمنع رفع الشكاوى المقدمة له في القضاء والعكس صحيح أيضا واتجاه العديد من الأشخاص (الطبيعيين والمعنويين) إلى رفع دعاوي قضائية ضد رجال الإعلام مباشرة في المحاكم بدلا من رفع الشكاوي أمام المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية (معيزي، 2015، صفحة 262).

وبعد مشروع "ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحافيين الجزائريين" في 13 أبريل 2000، لم يتبن رجال الإعلام في الجزائر أي وثيقة قواعد وأخلاقيات ممارسة مهنتهم، وظل مرجعهم دائما قوانين الإعلام. علاوة على ذلك ان تجربة التعديل الذاتي في الجزائر تلخصت في تجربة وحيدة فقط إلى يومنا هذا، وهي "المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة" الذي تم تجميده في عام 2004؛ رغم أن القانون العضوي للإعلام الجزائري الحالي والصادر عام 2012 قد نص على ضرورة إنشاء مجلس لأخلاقيات المهنة إلا أنه لم يُنصب إلى يومنا هذا.

وخلافا مع التجربة التونسية التي عرفت تطورات سريعة في قطاع الصحافة و الإعلام خصوصا بعد سقوط نظام حكم الرئيس التونسي السابق زين العابدين بن علي، نلاحظ تأخر الجزائر في مجال التعديل الذاتي، إذ لم تقم أي مؤسسة إعلامية بصياغة أي مدونة سلوك أو ميثاق تحرير ما عدا جريدة الخبر الجزائرية، التي أصدرت "ميثاق الشرف الصحفي"، وقد اعتمدت في جمعية عامة تم عقدها بمقر الجريدة يوم الاثنين 03 جانفي 2005. وتضمن الميثاق مقدمة يؤكد فيها الصحافيين على رغبتهم في كسب ثقة قرائهم وتحسين أدائهم المهني ويحتوي على خمسة بنود هي: البحث عن الحقيقة ونقلها للقراء، الدقة والموضوعية والمسؤولية في نقل الوقائع، النزاهة والثقة والمصادقية، نبذ الانتحال والسطو على مجهودات الآخرين، الاستقلالية والشفافية (رزاق، 2013، صفحات 453، 455).

2.4.2 القضايا الأخلاقية الناجمة عن استخدام الصحافيين للشبكات الاجتماعية في التدوين

طُرحت مسألة الأخلاقيات الصحفية في ظل البيئة الإعلامية الإلكترونية وظهور الشبكات الاجتماعية مبكراً في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1997، حيث دعا اتحاد الصحفيين الأمريكيين ومركز بوينتر "Poynter" المتخصص في قضايا الإعلام إلى لقاء بين مجموعة من المهنيين للتشاور حول إمكانية تطبيق أخلاقيات الصحافة التقليدية وقواعدها في الفضاء الرقمي، والذي انتهى إلى ضرورة ذلك، فالصحافي يبقى صحافياً أينما وجد وأينما حلّ، وفي أي وسيلة إعلامية اشتغل، عليه ان يتبع الأخلاقيات نفسها والمعايير المهنية ذاتها التي تنطلق من مبدأ المسؤولية الاجتماعية؛ إلا أن ذلك ليس سهلاً كما بدا للوهلة الأولى، فالإعلاميين هم أنفسهم ولكن الوسيط مختلف كل الاختلاف، وفي ظل بيئة جديدة يتشارك فيها الصحفيين المهنيين المجال الإعلامي مع المغردين والمدونين والمواطنين الصحفيين ومستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي. فبقدر ما أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توسيع حرية التعبير من خلال هذا الإعلام الرقمي، بقدر ما فتحت الباب على مصراعيه أمام أنماط جديدة من الانتهاكات الأخلاقية، وبقدر ما يفترض أن تزيد من مسؤولية الصحفي المهني ومعرفة كيفية إطلالته إعلامياً عبر هذه المنصات التكنولوجية (عليان، 2015).

إذ يرى بعض الباحثين أن انضمام الصحفي المهني لمجموعة على الفيسبوك على سبيل المثال، هو أمر خطير قد يهدد حياده وموضوعيته، فقرارات الصداقة والإعجاب بالصفحات يعتبر تحيزاً من جانبه، رغم أنه في الوقت ذاته تعتبر الشبكات الاجتماعية الإلكترونية مصدراً جيداً للأخبار بالنسبة للصحفيين (كوبيبي، 2015، صفحة 93).

وفي ذات السياق، يرى الصحفي والمدون المعروف دان جيلمور (Dan Gillmor) أن على كل الصحفيين المدونين أن يعملوا بشكل فردي أو جماعي على تنمية قيم المسؤولية الاجتماعية وكسب رهان الاحترافية والمهنية في فضاء الانترنت الذي ينشطون فيه، وبالتالي ضرورة تبني مشروع "أخلاقيات الانترنت" وهو عبارة عن مدونة سلوك أخلاقيات مستعملي شبكة الانترنت من مواقع تواصل اجتماعي، صحافة إلكترونية، مدونون وغيرهم. إن أخلاقيات الانترنت هي بمثابة التزام ذاتي، مستلهمة من المبادئ الأخلاقية المعتمدة في وسائل الإعلام الكلاسيكية كالنثب من الخبر و احترام الحياة الخاصة وقابلية المعلومة للنشر وغيرها مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات النشر في المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي (الزرن، 2013، صفحات 61، 62).

وفي ذات الشأن، تُعتبر الباحثة الأمريكية ريبيكا بلود (R.Blood) من أوائل من كتبوا (عام 2002) في الحاجة إلى أخلاقيات للتدوين واقتراح مبادئ عامة في هذا الشأن، وأعيد النشر عنها بعد ذلك في سنوات تالية. وتفتتح ريبيكا ست قواعد تعتبرها أساس السلوك الأخلاقي للنشر على الشبكة بكل الأنواع ممثلة في : أنشر كحقيقة فقط ما تعتقد أنه حقيقة، تدعيم المادة بالروابط والإشارة إليها متى كانت متاحة على الشبكة، التصحيح العلني لأي معلومات غير صحيحة أو مضللة، اكتب أي مداخلة Entry كما لو كان من غير الممكن تغييرها، الكشف عن أي تعارض في المصالح ، التعريف بالمصادر المتحيزة والمثيرة للشكوك، وترى أن الالتزام بهذه المبادئ في النهاية هي مهارة فردية (عبد الحميد، 2009، صفحات 186، 187).

ويطرح استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية أربع قضايا أخلاقية نوجزها في ما يلي:

✓ الحدود المهنية والشخصية للصحفي

تحتاج المؤسسات الإعلامية سياسة واضحة حول استخدام الشبكات الاجتماعية الإلكترونية للعاملين فيها، تحدد فيها حدود المسموح والممنوع فيما يتم نشره من طرف الصحفي عبر حسابه الخاص وإلى أي مدى يمكن للصحفي أن يتناول المواد الصحفية فيها. فبمجرد انتساب الصحفي لمؤسسة إعلامية، فهو يمثل تلك المؤسسة بطريقة أو بأخرى ومن الضرورة أن يفصل بين ما هو شخصي كالتعبير عن الهوايات وبين الجانب المهني في حياة الصحفي الذي لا يسمح له على سبيل المثال لا الحصر التعبير عن آرائه السياسية، لكون ذلك يتنافى مع قواعد المهنة الصحفية (عبد العال، 2017، صفحة 122). إن طبيعة المنشورات التي يحدث بها الصحفيون حساباتهم وصفحاتهم في تلك المواقع باتت تثير نوعاً من الجدل في ضرورة امتثال الصحفي من عدمه لأخلاقيات المهنة حتى داخل فضاءه الإلكتروني الخاص، فهناك آراء تشير إلى أن العمل الإعلامي يرافقه صاحبه حتى في تواصله مع الناس وذلك على الرغم من رغبة الصحفي بالتواصل الشخصي أحياناً، بينما يتحدث آخرون عن خط فاصل بين التواصل الإعلامي والتواصل الشخصي (عزام، 2017).

وقد تعرض "مجلس أخلاقيات الصحافة"⁽¹⁹⁾ في بلجيكا الفرونكفونية والألمانية في إطار الاستشارات التي ينشرها، إلى هذه المسألة، وجاء فيها أن الصحفيين عندما يكتبون في صفحاتهم على

⁽¹⁹⁾ يوجد في بلجيكا مجلسان للصحافة، الأول خاص بمقاطعة فلاندر والثاني خاص بالمقاطعات الفرنكفونية والألمانية، وهما هيئة غير حكومية ومستقلة مهمتها الإجابة على تساؤلات الجمهور ومعالجة الشكاوى التي يتقدم بها

الفيسبوك أو في المدونات لغايات إخبارية فان من واجبهم الالتزام بالأخلاقيات المهنية (الحمامي، 2012، صفحات 57، 58). ويشير ميثاق أخلاقيات الصحافة في بنده الخامس أن المجلس أثار أسئلة حول صعوبة التفريق بين حياة الصحفي الشخصية وحياته العملية، والحفاظ على حرية المنتبوعين في التعليق، وطبيعة المنشورات بين موجهة للعموم وأخرى موجهة لمخاطبين خاصين (عزام، 2017). وقد استنتج المجلس أن الصحفي طالما أن منشوراته الاجتماعية متاحة للعموم، فهو يمارس نشاطا صحفيا وبالتالي فهو ملزم باحترام صريح لأخلاقيات المهنة (يومية العرب، 2015، صفحة 18).

ويعتقد بعض الصحفيين أن صوتهم الفردي وتأثيرهم أقوى من صوت المؤسسة التي ينتمون إليها، ويدعم ذلك بحجم المتابعة والإعجاب الذي يحظى به من خلال وسائل الإعلام الاجتماعي المختلفة (المدونات، الفيسبوك، تويتر، يوتيوب... الخ) ويغفل في بعض الأحيان أن المؤسسة الصحفية هي التي أضفت له الشرعية وصفة الصحفي التي يقدم بها نفسه للآخرين، فرغم الانتشار الواسع لتلك الوسائل إلى يومنا هذا، لم يقض ذلك على ما تقدمه المؤسسة للصحافيين كمرجعية أساسية ومهنية له. وفي الجهة المقابلة تغفل مؤسسات الإعلام أهمية تأثير هذه الوسائل الحديثة على زيادة أعداد جمهورها أو تذبذبها، وذلك تبعاً لما يقدمه بعض موظفيها على حساباتهم في تلك المواقع (عبد الرحمن النصار، 2014).

إن الصحفيين الذين يضعون من حسم الشخصي في كتاباتهم ومنشوراتهم عبر مدوناتهم الشخصية أو حساباتهم على الفيسبوك، يأتون بردود أفعال أكثر من القراء الذي يُبدون برؤيتهم على أنهم "أشخاص عاديين"، غير أنه من الصعب جدا إظهار هذا الجانب الإنساني من جهة والمحافظة من جهة ثانية على استقلالية الصحفي وعدم اتهامه بالتحيز (شبكة الصحفيين الدوليين، 2017)؛ في حقيقة الأمر، المسألة مرتبطة بتفكير الشخص في حد ذاته، إذ من الممكن أن تكون للمؤسسة الإعلامية التي يعمل بها رأي رسمي في موضوع معين مخالف لرأيه الشخصي والعكس صحيح.

ولقد بينت التجارب العالمية-سنعرضها لاحقا بالتفصيل- وعلى رأسها وكالات الأنباء المعروفة بوضوح أن حرية الصحفي في الفضاء الافتراضي ليست مطلقة كما يعتقد البعض، بل تخضع بشكل عام

المواطنون وتقديم خدمة مجانية للجمهور لإصلاح الأخطاء التي يقوم بها الصحفيون، كما يسهر على تطبيق القواعد المهنية (الحمامي، 2012، صفحة 56).

لعدد من الضوابط والمبادئ (المواثيق الأخلاقية ومدونات السلوك)، مصدرها الأساسي مؤسسات الإعلام والصحفيون الذين يضعونها في إطار التنظيم الذاتي لمهنتهم (الحمامي، 2013).

وفي الأخير نخلص للقول أن هناك نوع من الفوضى في مجال الصحافة والإعلام منذ بزوغ المدونات وانتشار مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل هائل بداية من عام 2011، والتي جعلت الصحفيين والمؤسسات الإعلامية في حالة ضياع، إذ من الصعب جدا- ان لم نقل استحالة- الفصل بين الحدود الشخصية والمهنية على الشبكات الاجتماعية الإلكترونية خصوصا لدى الإعلاميين البارزين والمعروفين لدى عامة الناس، ما يُحتم عليهم الالتزام بالأخلاقيات المهنية في كل الأحوال، ما عدا ربما عند استخدامهم اسم مستعار وعدم التعريف بهويتهم المهنية في فضائهم الإلكتروني الخاص.

✓ التدوين الإلكتروني بين حرية التعبير ومسؤولية الصحفي

تعتبر حرية التعبير من الحقوق الأساسية للإنسان التي كفلتها جميع مواثيق ودساتير الدول في العالم، ويشير المصطلح إلى العديد من المفاهيم مثل حرية الرأي، حرية الصحافة ووسائل الإعلام، حرية المعلومات، حرية الاجتماع والتجمع، حرية الاتصالات، الحق في الخصوصية، حرية الفكر والدين، حرية التعليم وسواها (بصائر علي، صفحة 34)؛ ويرجع سبب تعدد مفاهيم هذا المصطلح إلى منهج تعامل مختلف النصوص والمواثيق الدولية⁽²⁰⁾ مع هذا الحق، فبعضها يعتبر حرية الرأي جزء لا يتجزأ من حرية التعبير، والبعض الآخر ميز بين الحقيين وفصل بينهما. وقد أكد التقرير الخاص "فرانك لارو" المعني بتعزيز

(20) فالمادة (12) من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان تدمج حق حرية الرأي والتعبير بالقول: "لكل شخص حق التمتع بحرية الرأي والتعبير ويشمل هذا الحق حريته في اعتناق الآراء دون مضايقة، وفي التماس الأنباء والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، بأية وسيلة ودونما اعتبار للحدود". وفي نفس الاتجاه جاءت المادة (13) من الاتفاقية الأوروبية لحقوق الإنسان بالقول: "لكل إنسان الحق في حرية التعبير ويشمل هذا الحق حرية الرأي، وحرية تلقي المعلومات أو الأفكار وإذاعتها من دون تدخل السلطات العامة ومن دون التقييد بالحدود الجغرافية"؛ وهو ما نصت عليه أيضا المادة (13) من الاتفاقية الأمريكية لحقوق الإنسان على أن "لكل إنسان الحق في حرية الفكر -الرأي- والتعبير. ويشمل هذا الحق حريته في البحث عن مختلف أنواع المعلومات والأفكار وتلقيها ونقلها إلى الآخرين، دونما اعتبار للحدود، سواء شفاها أو كتابة أو طباعة أو في أي قالب فني أو بأية وسيلة يختارها". أما المادة (19) من العهد الدولي لحقوق المدنية والسياسية فتذهب إلى التمييز بين حق الرأي وحق التعبير مع إمكانية إخضاع الأخير إلى تقييدات مشروطة. ووفقا للمادة (9) من الميثاق الإفريقي لحقوق الشعوب فقد ورد كحقيين منفصلين هما: حق الحصول على المعلومات وحق التعبير عن الأفكار، وهذا الأخير إن خضع للنشر فلا بد من أن يكون في إطار القوانين واللوائح، وغيرها من الاتفاقيات والمعاهدات الدولية التي ضمنت حق التعبير كالاتفاقية الدولية للقضاء على جميع أشكال التمييز العنصري بنص مادتها (8-د) واتفاقية حقوق الطفل بنص مادتها (13) (بصائر علي، 2015، صفحات 34، 35).

وحماية الحق في حرية الرأي والتعبير المقدم وفقا لقرار مجلس حقوق الإنسان للمادة 19 انطباق الأحكام المتعلقة بهذا الحق على الانترنت، واستيعاب مواد ونصوص المواثيق المذكورة سلفا، وسائل التكنولوجيا الحديثة وأجهزتها الحالية وكل ما يُعرف بالإعلام الجديد، فالصحافة الحرة تولد حين تؤمن كل الحكومات والأنظمة بأن الحرية حق ثابت لكل الأفراد للتعبير عن ذواتهم بشتى الوسائل والطرق وبدون أي قيود.

فالمدونات وغيرها من أشكال التخاطب الالكترونية بشبكة الانترنت خصوصا مواقع الشبكات الاجتماعية، تتمتع بحرية فعلية سواء فيما يتعلق بإجراءات إنشاءها وإصدارها، وتتمتع بحرية في نشر المحتوى المتضمن فيها من جهة والوصول لمختلف فئات الجمهور من جهة أخرى. ولكنها في الوقت نفسه تخضع تماما لأهواء القائمين عليها في ممارسة هذه الحرية (صلاح عبد المجيد، 2008، صفحة 13)، سواء كانوا من المواطنين العاديين أو الصحافيين المحترفين، خصوصا في ظل غياب تشريعات وقلة مواثيق الشرف ومدونات السلوك التي تحدد الضوابط الأخلاقية في ممارسة التدوين عبر تلك المنصات.

وفي وقت تتبع فيه وسائل الإعلام حرية نسبية يحددها التوجه العام والخط الافتتاحي للصحيفة، فإن حرية التدوين ارتبطت أكثر بشخصية المدون والحدود التي يرسمها وفق تصوره الخاص، حيث ترى الصحفية والمدونة المغربية "شامة درشول" صاحبة مركز استشاري في الثقافة والإعلام، أن التدوين يختلف حسب طبيعة المؤسسة أو التنظيم أو حتى المجتمع الذي ينتمي إليه المدون أو الصحفي. ونقول أنها كانت تضطر بفعل قوانين المؤسسة التي تعمل فيها كمسئولة في مشروع للإعلام الرقمي في راديو "دولي" في المغرب، إلى ممارسة رقابة ذاتية على مدونتها خوفا من أن يتم توظيفه ضدها (شري، 2016).

ويعاني الكثير من الصحفيين في شتى أنحاء العالم من تحمل مسؤولية مضاعفة عند التعبير عن آرائهم في المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية -بشكل أكبر-، ففي الكثير من الأحيان يواجهون اتهامات بعدم الحيادية خصوصا عند التصريح عن مواقفهم السياسية، ويمكن أن يتعرضوا إلى الطرد من العمل أو الملاحقة القضائية، ولم يقتصر الأمر على بلد معين في الشرق أو الغرب.

وفي سياق هذا الطرح، أوقفت مراسلة شبكة CNN الأمريكية "اليز لابوت"، عن مزاوله عملها لمدة أسبوعين، إثر تعليق كتبه عبر حسابها على موقع تويتر منددة بمصادقة مجلس النواب الأمريكي على قرار زيادة القيود على دخول اللاجئين العراقيين والسوريين إلى الولايات المتحدة الأمريكية. وفي أحيان

أخرى، قد يتعرض الصحفي للفصل من المؤسسة، الأمر الذي حدث مع الكثير من المهنيين ومن بينهم المحرر "قديري غورسيل" الذي أقالته صحيفة "ملييت" التركية إثر تغريدة انتقد فيها الرئيس التركي "رجب طيب أردوغان"؛ القرار ذاته اتخذته هيئة الإذاعة البريطانية "BBC" اتجاه مذيعة المخضرم داني بيكر (Danny Baker) بعدما أطلق تغريدة على موقعه في تويتر أرقفها بصورة بالأبيض والأسود لرجل وامرأة يرتدون ملابس فاخرة ويمسكان بيديهما شمبانزي، يسخر فيها من طفل الأمير هاري وزوجته ميغان ميركل، ورغم أن داني حذف المنشور وقدم اعتذاره إلا أن المؤسسة اعتبرت ما نشره خطأ فادح يخالف المبادئ والقيم الأخلاقية التي تتبناها المحطة (BBC Live5)، وقالت هيئة الإذاعة البريطانية في تغريدة على تويتر "داني مذيع عبقرى لكنه لن يقدم بعد الآن برنامج الأسبوعي معنا" (رويترز، 2019).

وفي بعض الأحيان، يصل الأمر ببعض الإعلاميين إلى إجبارهم للاختيار بين العمل في المؤسسة أو التخلي عن مدوناتهم الشخصية وحساباتهم الخاصة في مواقع الشبكات الاجتماعية، أو التمسك بها والانفصال عن مؤسساتهم الإعلامية نظرا لعدم خضوعهم لسياساتها التحريرية، وهو ما حدث مع كل من "جيم كلانسي" -أقدم المذيعين في شبكة CNN - الذي اختار مغادرة القناة بعد 34 عاما من العمل فيها، بسبب تغريدة على تويتر تعبر عن مواقفه السياسية (يومية العرب، 2015، صفحة 18)، والصحافي "كيفن سايتس" الذي فضل هو الآخر الاستقالة من قناة "CNN" عن إغلاق مدونته الإلكترونية، مع إعداد مراسلات حرة لقناة التلفزيون الأمريكية "NBC"، والصحفية "ريبيكا ماك كنون" Rebecca Mackinnon " مراسلة في "CNN" طوكيو، إذ تخلت هي الأخرى عن عملها في القناة وأنشئت موقعا الكترونيا أسمته "Global Voices" يختص بنشر وترجمة الأعمدة المنشورة في مدونات العالم إلى 18 لغة بما فيها اللغة العربية.

الأمر ذاته حصل مع صحفية قناة "إي إس بي إن" (ESPN) الرياضية التي انتقدت الرئيس السابق دونالد ترامب حول تفضيله العرق الأبيض وجاء بعدها حادثة عزلها المدونة الأخلاقية لصحيفة نيويورك تايمز. وعلى اثر هذه الحادثة، علق مراسل الصحيفة في البيت الأبيض "قلين تراش" حسابه في تويتر في شهر سبتمبر من عام 2017، لكونه من أشد المنتقدين للرئيس الأمريكي، فقد بات حساب نائم على حد قول صاحبه، رغم أن المحللين يؤكدون على أن "تراش" لم يتجاوز الحدود في كتاباته (الخوري، طانيوس، حداد، و الشرقاوي، 2017).

لم يقتصر الأمر على العالم الغربي، فـعربياً، لم يَشْفَع للإعلامية اللبنانية رحاب ضاهر حذفها تغريدة نشرتها على تويتر ولا الاعتذار الذي كتبتة مكانها، من الطرد من الموقع الإماراتي "أنا زهرة" الذي تعمل فيه كمعونة، معتبراً أن ما نشرته رحاب على حسابها في تويتر منافياً للمعايير الأخلاقية التي يتبناها الموقع (خبي، 2016).

تؤكد الصحفية بموقع "موروكو وولد نيوز" صفاء الهراز: "إنّ مسؤولية الصحفي تصبح أكبر على مواقع الشبكات الاجتماعية من مسؤوليته في عمله الذي يخضع لمراقبة رؤسائه" (عزم، 2017)، حيث أن مقصّ الخط التحريري في المؤسسة يلعب دوراً أساسياً في ذلك، ويقول خبراء في الإعلام أنه حتى إذا لم يتلق الصحفي تحذيراً مباشراً أو غير مباشراً من مؤسسته الإعلامية، فإن الأصدقاء المشتركين وزوار صفحته يعتبرون رأيه من رأي مؤسسته التي ينتمي إليها.

وعموماً تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية وجميع وسائل الاتصال البديلة مهرباً جيداً للصحافيين من الوقوع تحت قبضة البوابة الصحفية لاستحالة السيطرة على النص من جهة ولصعوبة الحجب الكلي من جهة أخرى. وهو ما أوقع العديد من المدونين والصحافيين تحت طائلة الملاحقة الأمنية والمتابعة القضائية. وفي ظل هذه المعطيات، تعمل العديد من مؤسسات الميديا في العالم على نشر قانون التعامل والتدوين على الشبكات الاجتماعية والمدونات تظهر فيه الأمور التي تعاقب فيها المؤسسة موظفيها، ما ينبه الصحافي بالخطوط الحمراء.

✓ الشبكات الاجتماعية الإلكترونية ومصادقية المعلومة

يعتبر التدوين نمط من الكتابة الحرة والشخصية تكتسب جاذبيتها في الأساس نتيجة تحررها من القوالب التقليدية للكتابة الصحفية أو الأدبية، وبالتالي فالإشكالية الأساسية التي تطرحها ظاهرة التدوين ليس في اعتباره مهنة أو حرفة، بل في التنظيم وآليات التنظيم الذاتي التي ينبغي أن يسطرها الصحفي والمدون من أجل تعزيز مصداقيته و كسب ثقة قراءه فيما يقدمه، ومن ثم الإسهام بدور فعال في أن يكون التدوين مصدراً بديلاً أو إضافياً لمصادر المعلومات والمعرفة المتاحة لقطاع واسع من مستخدمي شبكة الانترنت (وحدة البحث والتوثيق، 2013، صفحة 3).

ولا يمكن لأحد الجزم بتوافر المصادقية الكاملة من عدمها في الأخبار والمعلومات التي تقدمها المدونون والصحفيون في مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات، فرغم أن هناك البعض من المنشورات بلا فائدة وقد تكون صادمة في بعض الأحيان، كما هو الحال في وسائل الإعلام المطبوعة والمسموعة

والمرئية، ولكن لنفترض كذلك أن هناك العديد من المضامين التي تستحق اهتمام وثقة القراء. وتشير مدونة أسوشيتد برس الأسترالية "AAP" إلى إمكانية استخدام محتوى مواقع الشبكات الاجتماعية في القصص الإخبارية بشرط أن تكون تلك المواد منشورة للعموم وبعد التفحص الجيد لصحة وصدق المعلومة.

باتت الشبكات الاجتماعية الإلكترونية مصدرا مهما للصحفيين نظرا لاستخدامها من طرف عدد هائل من الأفراد، إذ يمكن استخدام المعلومات الواردة عبرها كمادة إخبارية، لكن ليس قبل أن تخضع لمعايير التحقق والتثبت قبل النشر. وهنا لا بد من الإشارة إلى نوعين من الأخبار الواردة عبر هذه المنصات: أولا المعلومة الموثقة، وهي صفحات رسمية -غالبا- وموثقة بالعلامة الزرقاء، وتشمل صفحات الرؤساء ورؤساء الحكومات والوزراء والناطقين الرسميين، وفي معظم الأحيان تنشر التصريحات الرسمية و التعليقات على الشبكات لا سيما على الفيسبوك وتويتر. وثانيا المعلومة غير الموثقة والتي تصدر عن صفحات غير رسمية يملكها مواطنين عاديين، أو ما بات يُعرف بظاهرة الصحفي المواطن لذلك فالتحقق مما تنشره هذه الصفحات أمر أساسي (عبد العال، 2017، صفحة 124).

✓ حقوق النشر والتعامل العادل مع المصدر

يقصد بحقوق النشر العادل الأخذ بعين الاعتبار حساسية الأشخاص المقصودين من النشر وذلك بعدم نشر خصوصياتهم وصورهم دون طلب إذنهم أو الحصول على موافقتهم، وفي هذا الإطار توصي هيئة الإذاعة البريطانية وغيرها من وسائل الإعلام المرموقة على وضع حقوق النشر والتعامل العادل في الاعتبار الأول لدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وشبكة الانترنت للحصول على المعلومات (عبد العال، 2017، صفحة 125).

فعلى المدونين والصحفيين أن يتعاملوا مع الأفراد سواء كانوا مصادر للمعلومات أو مراكز الاهتمام في الموضوعات باحترام خصوصياتهم وإنسانيتهم مهما اختلفوا معهم، من خلال التفكير جيدا في كل الأطراف الذين قد يلحقهم الأذى والضرر المعنوي من جراء ما نشر على الحسابات الخاصة في مواقع الشبكات الاجتماعية أو على المدونات، كما يجب توخي الحرص والحذر عند التعرض للجرائم والحوادث التي ما يزال لم يفصل فيها القضاء بإدانة المتهمين والمشكوك فيهم، فضلا عن مراعاة

الاعتبارات الأخلاقية عند نشر مقابلات أو مواد مصورة لضحايا الجرائم أو الأحداث المأساوية (عبد المجيد، 2005، صفحة 15).

3.4.2 إشكالية التنظيم القانوني للتدوين الإلكتروني

طرحت الباحثة الأمريكية الشهيرة دانا بويد "Danah Boyd" في مقال لها إشكالية تنظيم الشبكات الاجتماعية الإلكترونية-الفيديو بالتحديد- وتدخل الدولة بوضع قوانين وأطر لذلك وترى بويد أن مواقع الشبكات باتت مرفقا عاما يُقدم خدمات أو فائدة يجب تنظيمه، وتبرر ذلك بأن الحياة الاجتماعية اليوم تقتضي الانخراط في هذه الشبكات، فحسبها من لا مكانة له على الشبكات الاجتماعية لا مكانة له على الأرض أو هو تقريبا غير موجود فالناس يشعرون أن الفيديو جزء أساسي من حياتهم (Boyd, 2010).

وفي المقابل، بقي النقاش حول تنظيم الشبكات الاجتماعية الإلكترونية وإصدار قوانين خاصة بها نظري بحت فهناك من يرى أن ذلك سيشكل تهديدا مباشرا لها، وهو ما دفع مؤسس موقع الفيديو "مارك زوكربيرج" خلال قمة مجموعة الثماني الكبار المنعقدة بتاريخ 27 ماي 2011 بحضور زعماء الدول الصناعية الثماني الكبرى إلى "الدعوة لعدم إقرار تشريعات للإنترنت، باعتبار هذه التشريعات قد تغير حضور شبكات التواصل الاجتماعي الإلكتروني في مجتمع المعلومات، المنزعج حكّامها-اليوم-من حرّية عموم الناس أو حرّية العامّة (الجموسي، 2014، صفحة 48)؛ وبالموازاة مع ذلك تخضع هذه المواقع للقوانين الخاصة بالتشهير والقتل والدم والجرائم الإلكترونية.

عربيا، تأثرت البلدان العربية بالموجة الدولية الساعية لمراقبة وتقنين وسائل الاتصال الإلكتروني مباشرة بعد أحداث سبتمبر 2001، ووضع اتفاقية دولية لتنظيم مجال الجرائم الإلكترونية، وهي اتفاقية بودابست بتاريخ 23 نوفمبر 2001، وتُشكل هذه الاتفاقية والتوجيهات الإرشادية الصادرة عن مجلس أوروبا 1955، والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التجارة العالمية والتوجيهات الإرشادية لمنظمة التعاون والتنمية، النواة الأساسية في ظهور قانون دولي للإنترنت (بن مسعود، 2019، صفحة 15). كما لجأت هذه الدول إلى وضع قواعد قانونية إقليمية ذات طابع دولي لمحاصرة الجرائم والمخالفات المرتكبة بواسطة وسائل الاتصال الإلكتروني، واختصرت ذلك في "القانون العربي النموذجي الموحد" الذي صيغ عام 2004 وأعيد سنّ مضمينه في القوانين العربية الخاصة بمكافحة الجرائم الإلكترونية. بالإضافة إلى

اتفاقية "الجريمة الالكترونية العربية" التي تعتبر صدى لاتفاقية بودابست والتشريعات العربية الداخلية الخاصة بالجرائم الالكترونية.

وحاولت بعض البلدان العربية تنظيم إصدار المواقع الالكترونية وإنشاء حسابات في الشبكات الاجتماعية، حيث شهدت الأردن تعديلات على قانون المطبوعات والنشر عام 2012، وأدمجت هذه التفاصيل في القانون الأصلي الصادر عام 1998 لتصدر قانوناً جديداً جاء فيه أن المواقع الالكترونية بما فيها الفيسبوك و اليوتيوب وغيرها ملزمة بالحصول على ترخيص من دائرة المطبوعات والنشر، وهو أمر يستحيل تطبيقه في الواقع ذلك أن الأنترنت ومن ثم المواقع ليست ملكاً لدولة بعينها، وبذلك لا يجوز لأي دولة ان تمنع الأفراد من إنشاء حساباتها فيها، لكن يمكن أن تُجرم المحتوى الالكتروني إذا كان يتضمن ما قد يعتبر جريمة جنائية. نهج المشرع الكويتي لوزارة الإعلام على خطى القانون الأردني، حيث أشار الفصل التاسع من مشروع قانون الإعلام الموحد إلى أنه من أجل ممارسة الإعلام الالكتروني واستخدام وسائل التواصل الاجتماعي يجب الحصول على ترخيص مسبق مقابل تكاليف باهضة لإنشاء أي موقع إعلامي أو أية دعاية أو إعلان الكتروني. كما يُعرّف القانون في المادة 1 بـ "النشر الالكتروني" وهو بذلك يفرض على الفرد ضرورة الحصول أيضاً على إذن من الحكومة من أجل إنشاء مدونة شخصية، والتي أدمجها القانون بطريقة غير مباشرة من خلال هذا البند (كريمي، 2016، صفحات 13، 14).

وبالتالي يطرح القانون الأردني والكويتي وكل القوانين العربية تقريبا إشكالاً جوهرياً حيث يصنفون المطبوعة الالكترونية شخصية اعتبارية كالمطبوعات الدورية، وفي حقيقة الأمر هي إحدى الخدمات التي تقدمها الانترنت، وهذه الأخيرة عبارة عن شبكة معلومات دولية لا يمكن لا تقنيا ولا قانونياً لقواعد الترخيص في أية دولة من العالم (بن مسعود، 2019، صفحة 17).

ومن جهة أخرى، لا تتدرج مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن صلاحيات هيئات تنظيم القطاع السمعي البصري في الوطن العربي، وفي هذا الشأن يؤكد الأستاذ الجامعي "محمد كلاوي" وعضو مجلس الهيئة العليا للاتصال السمعي البصري في المغرب أن الإعلام الالكتروني ككل لا يخضع للرقابة من طرف الهيئة حيث قال أن "الهاكا تتجنب الانترنت لأنه صعب الضبط، خاصة في ظل الفوضى وغياب وسائل المراقبة" (عبد الإله، 2018).

إلا أنه في الوقت ذاته يمكن لهذه الهيئات التنظيمية أن تتدخل لفرض معايير وإجراءات خاصة بصفحات الإذاعة والتلفزيون، على غرار ما تقوم به الهيئة المستقلة للاتصال السمعي البصري في تونس (الهايكا) (الحمامي، 2016، صفحة 61)، التي وسعت قراراتها الصادرة في حق بعض القنوات إلى الصفحات الرسمية لها على الفيسبوك، فعلى سبيل المثال لا الحصر عندما منعت برنامج على قناة "الحوار التونسي" طلبت منها سحب الفيديو من صفحتها على الفيسبوك.

في حين اتخذت بعض هيئات تنظيم الإذاعة والتلفزيون في العالم موقفا معاديا من هذه الشبكات مع التوسع الهائل في عدد مستخدميها خصوصا الفيسبوك وامتداد أثر هذه المواقع إلى كل المجالات بما فيها الصحافة والإعلام، ففي فرنسا على سبيل المثال لا الحصر، منع المجلس الأعلى للسمعي البصري "CSA" عام 2013 على القنوات التلفزيونية والإذاعية الفرنسية ذكر اسم الشبكات الاجتماعية الإلكترونية مثل الفيسبوك وتويتر وانستغرام على اعتبار أن ذلك يعتبر بمثابة دعاية وإشهار مقنن لها، ولكن المجلس تراجع عن قراره بعد فترة (الحمامي، 2013).

إن الإطار القانوني المنظم للإعلام الإلكتروني يختلف من دولة إلى أخرى بحسب توجهاتها فكلما تم تقنين بعض الظواهر ظهرت الحاجة إلى تقنين ظواهر أخرى أكثر تعقيداً، فما أن يوضع قانون جديد حتى يتم تجاوزه، ذلك أن تكنولوجيا الإعلام ومعه الإعلام الإلكتروني تتطور بسرعة فائقة، فالمواكبة التشريعية⁽²¹⁾ لها لا تزال بطيئة، الأمر الذي جعل جُلّ البلدان العربية تُطبّق على الإعلام الإلكتروني قانون الإعلام التقليدي. وتبقى عملية التطور القانوني في جُلّ تشريعات الإعلام في العالم العربي

(21) لخص الباحث المغربي "علي كريمي" ثلاث محطات أساسية مرت بها عملية التقنين للإعلام الإلكتروني في العالم العربي: ترتبط المحطة الأولى بالتحويلات ذات النفحة الليبرالية والتغيير الديمقراطي، حيث ظهرت قوانين للإعلام بقصد مواكبة التحول على المستوى الدولي، غير أنها اهتمت بالإعلام المكتوب وغضت الطرف عن الإعلام الإلكتروني لأنه لم ينتشر بعد، ما عدا بعض الصحف الورقية التي تحولت إلى نسخ الكترونية فيما بعد؛ ونذكر على سبيل المثال القانون التونسي الجديد (1989)، والقانون الجزائري لعام 1990 والموريتاني لسنة 1991، والقانون المصري لعام 1996. في محطة ثانية، وعلى إثر هجومات سبتمبر 2001 والتأثر باتفاقية بودابست، بدأ التنظيم القانوني الخجول للإعلام الإلكتروني في صلب قانون الإعلام التقليدي، مع وضع ضوابط لهذا الإعلام بالإحالة على قوانين الجرائم الإلكترونية. وقد جاءت في أعقاب الاحتجاجات السياسية والاجتماعية في الوطن العربي - والتي يطلق عليها البعض ثورات الربيع العربي - محطة ثالثة بدأ الاهتمام فيها بصياغة قانون خاص بتنظيم الصحافة الإلكترونية بالإشارة إلى بعض مبادئه العامة في الدستور، وفيما بعد في قانون الإعلام التقليدي مع أفراد باب أو قسم ضمن هذا القانون خاص بالإعلام الإلكتروني (كريمي، 2016، صفحة 7).

محصورة بين الإشارات الخجولة والغير الدقيقة للوسائل الالكترونية، وبين تخصيص أبواب أو أقسام تنظم الإعلام الإلكتروني (المغرب والجزائر)، خصوصا بعد استخدام المواقع الالكترونية كمنصات إعلامية، أو وضع قانون خاص بالإعلام الإلكتروني مثلما حدث في السعودية والكويت والأردن؛ وهناك دول أخرى (مصر وتونس) تؤكد على حرية الإعلام الإلكتروني في بنود دساتيرها لإعطائها قيمة قانونية أعلى (كريمي، 2016، صفحات 3، 6).

وستتبع مسار تجربة التنظيم القانوني للإعلام الإلكتروني في تونس والجزائر - على اعتبار أنهما محوري دراستنا الحالية- بنوع من التفصيل:

✓ تونس

تنامت وتطورت حرية التعبير والإعلام في تونس عبر مختلف وسائل الإعلام المطبوع والسمعي البصري، وازدادت معه حرية الأنترنت بعد أن عانت من التضييق لسنوات عديدة بموجب قانوني الإعلام لسنة 1975 ولسنة 1989 على التوالي، وذلك اثر الاحتجاجات السياسية والاجتماعية التي عرفتها البلاد في جانفي 2010 التي أسقطت نظام الرئيس التونسي المخلوع زين العابدين بن علي (كريمي، المرجع السابق، صفحات 09 ، 10). لكن مقابل ذلك لا تزال القواعد القانونية ذات الطابع العقابي في صلب قانون الطباعة والنشر التونسي الصادر في عام 2011.

لم يهتم قانون الإعلام التونسي الجديد أي " المرسوم رقم 115 لسنة 2011 المتعلق بحرية الصحافة والطباعة والنشر" بتنظيم الإعلام الإلكتروني، فهو لم يخصص له قسما أو بابا كاملا كما فعل قانون الإعلام الجزائري، واكتفى بالإشارة بشكل غير واضح إلى تطبيق ما يضبط الإعلام التقليدي الورقي على الإعلام الإلكتروني، خصوصا في الباب الخامس المعلنون بـ" في الجرائم المرتكبة بواسطة الصحافة أو بأي وسيلة من وسائل النشر؛" وجاء في الفصل 50 على أن "يعاقب كمشاركين في ارتكاب ما يمكن أن يوصف بجنحة كل من يحرض مباشرة شخصا أو عدة أشخاص على ارتكاب الجرائم، بواسطة المطبوعات أو الصور أو المنقوشات أو الرموز أو بأي شكل من الأشكال المكتوبة أو المصورة أو المعلقة و الإعلانات المعروضة لنظر العموم ، أو بأية وسيلة من وسائل الإعلام السمعي البصري أو الإلكتروني". كما يشير المشرع التونسي إلى الوسائل الالكترونية في الفصل 55 من القسم الخاص بالجرح ضد الأشخاص "... على أن الاهتداء إليه تسيره فحوى العبارات الواردة في الخطب أو النداءات أو

التهديدات أو الكتابات أو المطبوعات أو التعليقات أو الرسوم أو الإعلانات أو المنشورات الالكترونية" (المرسوم عدد 115، 2011).

ذُكرت عبارة "صحيفة الكترونية" بشكل صريح في الفصل 20 الذي نص على: "يجب على كل صحيفة أسبوعية ذات صبغة إخبارية جامعة أو صحيفة الكترونية أن تشغل فريق تحرير لا يقل عدد أعضائه عن ستة صحفيين محترفين...". بخلاف المشرع الجزائري الذي استثنى وسائل الإعلام الإلكتروني من أحكام المادة (79) من قانون الإعلام لسنة 2012، والتي تشترط من أصحاب مؤسسات الإعلام المطبوع والسمعي البصري توظيف صحفيين حاملين للبطاقة الوطنية للصحفي المحترف يساوي عددهم على الأقل ثلث طاقم التحرير. وبمثل ما كان معمولا به سابقا في قانون الإعلام الجزائري لسنة 1990- حيث كان ينص على تقديم التصريح إلى المحكمة الابتدائية التي يوجد مقر الصحيفة تحت ولاية نفوذها القضائي - جاء في الفصل 18 من قانون الطباعة والنشر في تونس على أن "يقدم مدير الدورية إلى رئيس المحكمة الابتدائية المختص ترابيا قبل أول إصدار تصريحاً كتابيا...". ويقصد في هذا القانون بالدورية "الجرائد اليومية والأسبوعية والنصف شهرية والمجلات المطبوعة والمصورة والحواليات"، وبالتالي فالقانون لم يُحدّد هل ينطبق الأمر على الصحيفة الالكترونية، كما يُمكن للقضاء رفض تلقي التصريح على اعتبار أنه الجهة المُكلفة بذلك.

كما وردت الإشارة إلى وسائل الإعلام الإلكتروني في قانون الطباعة والنشر التونسي في الفصل السابع في تعريف الصحفي المحترف بعده " كل شخص حامل على الأقل للإجازة أو ما يعادلها من الشهادات العلمية يتمثل نشاطه في جمع ونشر المعلومات والأخبار والآراء والأفكار ونقلها إلى العموم بصورة رئيسية ومنتظمة في مؤسسة أو عدة مؤسسات للإعلام السمعي البصري أو للإعلام الإلكتروني" (المرسوم عدد 115، 2011).

عرفت تونس الأنترنت في أواخر التسعينيات من القرن العشرين، وقد أصدرت عدة قوانين لتنظيمها وتيسيرا لتداول المعلومات ، ومن بينها الأمر رقم 501 الصادر بتاريخ 14 مارس 1997 ، المتعلق بالخدمات ذات القيمة المضافة للاتصالات ، والذي نص على أن محتوى شبكة الانترنت يخضع لقانون الصحافة (عدد 32 لسنة 1975) ولجميع النصوص والتنقيحات التي تلتها، ويُحيل هذا القانون تجاوزا على قانون الصحافة التونسي الجديد من حيث الجرائم والمخالفات المرتكبة بواسطة وسائل الإعلام الإلكتروني، ويتم التشديد على الاعتداءات على النظام العام باستخدام هذه الوسائل، عند الرجوع إلى

المجلة الجزائرية التي تُطبق على النشر الإلكتروني عبر الأنترنت ومنتجي الوسائط المتعددة (كريمي، 2016، صفحات 10، 11).

رغم أن تونس من أكثر البلدان العربية من حيث القوانين التي مست النشر الإلكتروني و الأنترنت بصفة عامة، إلا أن الحديث عن الإعلام الإلكتروني في القانون التونسي لم يكن بالشكل المثير للاهتمام، ولم يتم تقنين الإعلام الجديد من طرف المشرع التونسي ما عدا ما ورد في المرسوم الرئاسي عدد 115 لسنة 2011 ، ولم يخصص له فصل أو باب إلا ما جاء في خضم الحديث عن الصحافة المطبوعة والإعلام السمعي البصري (مزاري، 2016، صفحة 213).

✓ الجزائر

ان المتتبع للحقل الإعلامي في الجزائر يلحظ تأخرها كغيرها من البلدان العربية في مواكبة التطورات التكنولوجية السريعة في ميدان الإعلام والاتصال خاصة في الجانب التشريعي؛ وإذا ما قورنت بتونس التي اكتفت للإشارة إلى الإعلام الإلكتروني في فصول متباعدة من المرسوم رقم 115 (قانون الإعلام الجديد)، فقد خصصت الجزائر الباب الخامس من القانون الجديد المنظم للإعلام الصادر في 2012 "لوسائل الإعلام الإلكترونية"، والتي لم تُعزها أي اهتمام في قانون 1990. ووردت الصحافة الإلكترونية في هذا القانون دون تفصيل في المواد الآتية 67-68-69-70-71-72 (رزاق، 2013، صفحات 568، 569).

من الأمور التي فصل فيها المشرع الجزائري هو كيفية تأسيس المؤسسات الصحفية الإعلامية والجهة التي يُقدّم إليها التصريح لإصدار صحيفة أو موقع الكتروني ، فضلا عن الكيفية التي يتم بها حجب أو حجز أو توقيف جهاز الإعلام. و قد نصت المادة (66) من القانون أن " يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنت بكل حرية، ويخضع لإجراءات التسجيل ومراقبة صحة المعلومات، بإيداع تصريح مسبق من طرف المدير المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الأنترنت...؛ وجاء في المادة (41) من القانون أن: " تمتد مهام وصلاحيات سلطة ضبط الصحافة المطبوعة إلى نشاط الإعلام المطبوع عن طريق الاتصال الإلكتروني" (الجمهورية الجزائرية، 2012، صفحات 6، 8). إلا أن الحلقة المفقودة في قانون الإعلام الجزائري لعام 2012 هو تعطيل تنصيب أعضاء "سلطة ضبط الصحافة المطبوعة" إلى يومنا هذا، باعتبارها الجهة المخولة بتلقي التصاريح والبت فيها، الأمر الذي يعد سببا رئيسيا في عرقلة إنشاء مؤسسات إعلامية إلكترونية، ففي غياب هذه الهيئة تتولى الوزارة الوصية البت في الموضوع ، وهو بذلك يخالف

التشريع التونسي الذي لم يُشر بوضوح للجهة المُخولة بتلقي التصاريح لإصدار وسيلة إعلام الكترونية (كريمي، 2016، صفحة 10).

وردت إشارات أخرى للصحافة الالكترونية في مواد أخرى من قانون الإعلام الجزائري مشدداً على عبارة "وسيلة إعلام عبر الانترنت" في كل مرة للتحديث عنها، حيث نص القانون في تعريفه للصحفي المحترف في مادته (73) بكونه "كل من يتفرع للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله"(الجمهورية الجزائرية، 2012، صفحة 9).

ومؤخرا أصدرت الجزائر المرسوم التنفيذي رقم 20-332 مؤرخ في 6 ربيع الثاني المؤرخ في 22 نوفمبر 2020، وهو يحدد كفاءات ممارسة نشاط الإعلام عبر الأنترنت ونشر الرد والتصحيح عبر الموقع الالكتروني، إلا أنه لم يدرج التدوين الالكتروني و مواقع الشبكات الاجتماعية ضمن بنوده التي خصصت في مجملها لإنشاء موقع الكتروني خاص بصحيفة الكترونية و تلفزيون أو إذاعة الواب (المرسوم التنفيذي رقم 20-332، 2020).

من خلال ما سبق يتضح أننا نعيش حالة من الفوضى في ميدان الصحافة إذا جاز التعبير في ظل التطبيقات الجديدة للإعلام و ظهور المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية واندماج المواطن الصحفي مع الصحفي المحترف، فقانون الإعلام الجزائري لعام 2012 وقانون الصحافة التونسي الجديد لسنة 2011 لم يُدرجا هذه الحركات الإعلامية الجديدة ولم يُعرجا إلى كيفية تعامل الصحفيين معها؛ حيث جاء الأول بغرض إسكات الأفواه أكثر من اهتمامه بتنظيم مهنة الصحافة الالكترونية متأثرا بالاحتجاجات في دول الجوار، أما الثاني فكان بعد سقوط نظام حكم الرئيس السابق زين العابدين بن علي إثر ثورة الغضب التي قلبت كل الموازين في تونس ومست مختلف القطاعات بما فيها ميدان الإعلام والاتصال .

ويرى الكثير من المختصين أن الثورة الهائلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال جعلت كل تشريعات الإعلام في الوطن العربي خارج سياق الزمن، مما يستدعي ضرورة إصدار تشريعات جديدة تضمن الحريات الفردية والعامّة، وتكفل حرية الرأي والتعبير؛ أي أن التشريعات المنظمة للانترنت وضمنها التشريعات ذات الصلة بجرائم شبكات التواصل الاجتماعي لازالت جد ضعيفة، وغير قادرة على مواجهة العارم من الجرائم التي تتطور يوما عن يوم بفعل تطور وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، بل ان القانون

الدولي نفسه مازال في بدايات اهتمام وهذا ما جعل التشريعات العربية شبه ساكنة عن هذه الجرائم إلا نادرا، وصار اللجوء غالبا إلى تطبيق قانون العقوبات عندما تُعرض جرائم الشبكات إلى القضاء.

في تونس يبقى المرسوم رقم 115 للصحافة والطباعة والنشر الصادر عام 2011 غير كاف لتنظيم قطاع الإعلام الإلكتروني ما استوجب اللجوء إلى أحكام المجلة الجزائية (قانون العقوبات) على مستعملي الانترنت ومنتجي الوسائط المتعددة خصوصا في حال استخدامهم لهذه الوسائط في الاعتداء على النظام العام، أو التعدي على خصوصية الأفراد، والحث على الكراهية ودعارة الأطفال والدعوة إلى الإرهاب والعنصرية والسب والقذف، وكل ما هو منصوص عليه في اتفاقية بودابست والبروتوكول الإضافي الملحق بها. هذا ما يدعو وبصورة ملحة إلى تحديث القوانين المنظمة للانترنت في الدول العربية، وإدخال هذا الصنف من الجرائم ضمن اهتمام القوانين المنظمة للإعلام وتشريعاته (بن مسعود، 2019، صفحات 173، 174).

وفي سياق هذا الطرح، يرى الأستاذ والباحث المغربي علي لكريمي أن الشبكات الاجتماعية الإلكترونية أصبحت غاية في الأهمية لإنسان اليوم، ومؤثرة جدا في حياته الخاصة أو العامة لذلك لا يمكن أن يترك الأمر من غير تشريعات وتنظيمات، ولا بد من إصدار قانون يضبط ممارسات المستخدمين وتجاوزاتهم على تلك المنصات، ويستدعي تجريم من يسيء استخدام هذه الوسائط حال المس بحقوق الأفراد والجماعات وكذلك محاربة جرائم تقنية المعلومات (كريمي، 2016، صفحة 167)، نحن اليوم في حاجة ملحة إلى مدونة شاملة لتنظيم حقل الإعلام المطبوع والسمعي البصري، والإعلام الإلكتروني، وتنظيم وضعية الصحفي المهني في هذه المجالات كما يجب أن تتضمن هذه المدونة هيئات وآليات للضبط والمراقبة، والتي بعضها موجود ولكن بحاجة إلى مزيد من النضج من أجل السمو والرقى بالإعلام.

ويربط العديد من المختصين في مجال الإعلام والاتصال مدى الالتزام بأخلاقيات المهنة بمدى وجود تشريعات إعلامية ضابطة للممارسة الصحفية الإلكترونية، بما يحد من الخروج عن القيم والأخلاقيات والآداب العامة في المجتمع (مصطفى العسولي، 2017، صفحة 66)؛ الأمر الذي جعل العديد منه يؤكد على ضرورة دعم ميثاق الشرف الأخلاقية في البيئة الإعلامية الإلكترونية، تجاوزا لشبه الفراغ القانوني في التشريعات العربية في هذا المجال.

ويرى الكثير من النقاد أن ترشيد سلوك المدونين وممارسة التدوين لا يجب أن يكون بالمتابعة القضائية أو الأمنية، ولكن من خلال ميثاق شرف مهني يعمل على كبح جماح هذه الفوضى الغير خلاقة على الانترنت، فالتدوين سواء في إطار مؤسسي أو شخصي ليس فوق القانون والأخلاقيات، أو الخروج عن الدين و الأخلاق و نشر السباب والقذف وغيرها باسم حرية التعبير، لأن الصحفي هو فاعل اجتماعي يجب أن يتحلى بمسؤولية اجتماعية. في حين يرى بعض العاملين في الإعلام الإلكتروني أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به ويقترح اغلبهم أن يكون هناك تكتلات تلتزم بعض القواعد في إطار التعديل الذاتي، وأن يكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع من خلالها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسيء إليه (درويش اللبان، 2014، صفحات 122، 123). ولأن هذا الإعلام 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 (مصطفى العسولي، 2017، صفحة 75).

5.2 تجارب عالمية وعربية لمدونات سلوك أخلاقية متصلة بالتدوين والشبكات الاجتماعية

1.5.2 أهم التجارب العالمية

تُولي كل من بريطانيا والعالم الأنجلوسكسوني بشكل عام أهمية كبيرة إلى التنظيم الذاتي مقابل اللجوء إلى القوانين والتشريعات على عكس بلدان أخرى كفرنسا مثلاً، فقبل أن تصل مسألة الموائيق التي تنظم مواقع الشبكات الاجتماعية إلى المؤسسات الإعلامية والفضاء الصحفي، وُجدت أولاً في المؤسسات الاقتصادية والتربوية، في إطار ما يسمى بسياسات الميديا الاجتماعية "social media Policies" و إدارة الميديا الاجتماعية "social media governance"، وهناك العشرات من الموائيق الداخلية الخاصة بالمؤسسات العادية والعمومية (بلديات، مدارس، جامعات، مستشفيات،..) حول استخدامات الفيسبوك وتويتر وغيرهم (النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، 2016).

وفي ظل تعاظم الشبكات الاجتماعية وتنامي عدد مستخدميها، فضلا عن تأثيرها البارز على قطاع الإعلام بشكل عام والصحافة بشكل خاص، أصبحت هناك ضرورة ملحة لوضع قواعد تنظم ممارسات الصحفيين على هذه المواقع. وفي هذا الشأن، قامت العديد من المؤسسات الإعلامية العالمية بتعديلات أو تغييرات جذرية على الميثاق الأخلاقي الخاص بها وذلك لكي يطبق من قبل موظفيها الذين

يدونون بشكل رسمي أو غير رسمي، على سبيل المثال سياسة التدوين في واشنطن بوست التي تمنع "الآراء الشخصية... التي لا تتقبلها الصحيفة" (شبكة الصحفيين الدوليين، 2017). وذكرت واشنطن بوست "Washington post" في مبادئها على شبكة الأنترنت Digital Publishing Guidelines أن المرسلين والمحررين لا ينبغي لهم أن يعبروا عن آرائهم كما هو الحال في النقد أو كتابة عمود (كوبيي، 2015، صفحة 94).

ومن بين أهم المراجع الدولية في تنظيم ممارسات الصحفيين على الشبكات الاجتماعية ما يلي:

✓ دليل الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار

أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار (The American Society of News Editors) دليلًا اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأميركية في موثيقها التحريرية لتنظيم نشاط صحفييها في فضاء الأنترنت، ويتضمن عشر قواعد تتمثل في الآتي:

- المبادئ التقليدية لأخلاقيات وأدبيات المهنة تبقى سارية المفعول في الفضاء الإلكتروني. فلا ينشر الصحفي على شبكة الأنترنت ما لا يرضي نشره في الصحيفة. كما لا ينشر على مواقع الشبكات الاجتماعية ما يسيء إليه شخصيا أو مهنيا أو ما يسيء إلى مؤسسته الإعلامية.
- كل ما يكتبه الصحفي يصبح عموميا، لذلك يتعين عليه أن يتحمل مسؤولية ذلك، حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة.
- يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية ويتجنب الاتصال العدائي.
- لا يجب نشر المعلومات الحصرية والأخبار العاجلة على الفيسبوك أو على التويتر بل على موقع الوسيلة الإعلامية.
- يحافظ الصحفي على صورته أما الجمهور في تلك المواقع، فعلى الصحفيين الإشارة إلى أن الوصلات التي يوصون بها لا تلزمهم، ومن المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار؛ إضافة إلى ذلك، يتجنب الصحفي الانتماء أو الانضمام إلى مجموعات ذات توجه إيديولوجي معين أو غيره كي يحافظ على حياديته.
- يتأكد الصحفي من صحة ما يقرأه وما ينشره على مواقع الشبكات الاجتماعية.

-يقدم الصحفي نفسه دائما على أنه صحفي، إذ لا يمكن له أن يخفي هويته المهنية الحقيقية سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الإنترنت.
-مواقع الشبكات الاجتماعية أدوات وليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة.

- يجب على الصحفي أن يكون شفافا ويعترف بأخطائه سريعا ويصححها.
-يحافظ الصحفي على سرية الحياة الداخلية بالمؤسسة، ولا يفشي أسرار العمل والمهنة للآخرين لأن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة (الحمامي، 2013).

✓ صحيفة نيويورك تايمز "The New York Times"

تعتبر صحيفة "نو نيويورك تايمز" من أعرق الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية، والتي قامت بإدراج قواعد حول التدوين في ميثاقها الداخلي- الذي يعتبر أحد المواثيق التي تم الاعتماد عليها في صياغة دليل الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار المذكور سلفا-، فالمدونات التي ينشؤها الصحفيون في موقع الجريدة خاضعة للمعايير التي وضعتها هيئة التحرير، وعند إنشاء الصحفي مدونة خارج إطار المؤسسة فيحق لهذه الأخيرة التأكد من الطابع الشخصي للصفحة، وأن لا تشير كتاباته إلى الصحيفة بوصلات، وعلى الصحفيين أيضا تجنب المواضيع التي تناولوها في إطار عملهم.
وقد نص الميثاق على ضرورة التزام الصحفي في مدونته الشخصية بقواعد الكتابة الأخلاقية لأن كل ما يكتبه له تأثير على سمعة المؤسسة، وحتى عند إبداء الصحفي رأيه عن الأحداث يجب أن يتجنب التعصب والعنف والصور المشينة والابتعاد عن الاعتداء على حقوق الآخرين (الحمامي، 2011).

وكانت صحيفة نيويورك تايمز The New York Times قد أصدرت توصيات إلى صحفييها بشأن استخدام الحسابات الشخصية على مواقع الشبكات الاجتماعية، توصيهم فيها بالابتعاد عن التعبير عن آراء منحازة على حساباتهم الخاصة، ومن أهم تلك التوصيات التي وجهتها إلى عامليها:

-لا تكتب شيئا في وسائل التواصل الاجتماعي لا تستطيع كتابته في الصحيفة.

-لا تنشر آراء سياسية منحازة .

-لا تؤيد أي جهة سياسية.

-لا تكن طرفا في نقاش قضايا تسعى الصحيفة لتناولها بموضوعية.

وإذا اعتبر صحفيون منحاين أو إذا انخرطوا في كتابة ونشر آرائهم على مواقع التواصل الاجتماعي بدلا من نشر الأخبار، فقد يُقوّض ذلك مصداقية غرفة الأخبار بشكل عام.

يمنع على صحفي نيويورك تايمز الدخول في مجموعات سرية أو خاصة على شبكة فيسبوك.

وبالرغم من أن هذه التوصيات التي وضعتها نيويورك تايمز هي مسألة تنظيمية أكثر منها تضيق للحريات، إلا أن بعض المحللين والخبراء الإعلاميين يشيرون إلى أن ما أصدرته هذه المؤسسة على اعتبار أنها صحافة يسارية هو جزء من الإستراتيجية الخاصة بها في المعركة المفتوحة بين الإعلام الأمريكي والرئيس السابق دونالد ترامب منذ وصوله إلى قصر الرئاسة في البيت الأبيض، وبالتالي بات على الصحفي أن يمارس رقابة ذاتية على نفسه حتى لا يؤدي نفسه ويحمي مؤسسته في نفس الوقت (الخوري، طانيوس، حداد، و الشرقاوي، 2017).

✓ دليل مشاركة صحفي وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) في الشبكات الاجتماعية

في ظل الانتشار الهائل والاستخدام اليومي للأفراد لمواقع الشبكات الاجتماعية، تشجع وكالة الأنباء الفرنسية صحافييها على فتح حسابات في هذه المواقع على غرار موقعي الفيسبوك والتويتر من أجل الرصد والبحث عن المعلومات من جهة، وتعزيز العلاقات والعثور على مصادر جديدة من جهة أخرى فضلا عن المساهمة في الإعلان عن الوكالة وتعزيز صورتها والدفاع عنها، فالغرض من هذا الدليل الخاص هو مواكبة التطورات التكنولوجية والممارسات المهنية وتحيينها على ضوء ذلك.

ويؤكد هذا الدليل الذي أصدرته الوكالة عام 2013، على ضرورة عدم إشارة الصحفي إلى انتمائه للوكالة في حسابه الشخصي على مواقع الشبكات الاجتماعية وأن يقتصر تفاعلاته مع الأصدقاء فقط، وعدم فتحها لعامة الناس من خلال التحكم بإعدادات الخصوصية في صفحته الشخصية. أما في حالة استخدام صحفيي الوكالة الشبكات الاجتماعية في إطار مهني، فيجب أن يكشف الصحفي عن هويته الصحفية وانتمائه للوكالة، وعليه ان يحصل على تصريح لإنشاء صفحة خاصة به.

ويمتتع صحفي وكالة الأنباء الفرنسية من نشر الأخبار العاجلة والحصرية على تلك المواقع إلا بعد الحصول على ترخيص من هيئة التحرير، في حين سمحت لهم بالمقابل بنشر معلومات ذات علاقة بالأبعاد الجانبية للأحداث، وإمكانية إدراج وصلات نحو الصفحة الرسمية للوكالة على موقع الفيسبوك والتويتر وغيره. كما لا يجوز للصحافيين نقد وسائل الإعلام الأخرى المنافسة أو الأخرى. وتؤكد المؤسسة

على صحفيتها أيضا ضرورة التصحيح عند نشر معلومات مغلوبة. وقد نص "دليل مشاركة صحافي وكالة الأنباء الفرنسية (AFP) في الشبكات الاجتماعية" في العموم على:

- ضرورة تطبيق قواعد دليل الوكالة وأخلاقياتها وقيمها إذ تمثل القواعد الأساسية للتوازن. وعلى الصحفي ان يتمتع بحرية مسؤولية في مختلف الشبكات الاجتماعية والمنديات، وأن يتمتع عن استخدام الكلام السوقي والبذوي وغير الأخلاقي، ومن ثم تجنب الاهانة أو الشتم لان ذلك سينعكس على صورة الوكالة، فكل ما ينشره الصحفي على تلك المواقع بما في ذلك ما ينشره على صفحاته الشخصية يكتسي بعدا عاما وطابعا عموميا.

- احترام استقلال وحياد وكالة الأنباء الفرنسية (AFP).

الصحفي مسؤول عن كل ما ينشره في فضاءات الشبكات الاجتماعية وفي كل الأحوال، بما في ذلك المسؤولية القانونية الجانبية (AFP, 2013).

✓ ميثاق وكالة أنباء رويترز "Reuters"

تضمن دليل تحرير وكالة رويترز بنداً بعنوان "إعداد التقارير من الانترنت واستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية" يتعلق بالمبادئ الأساسية لاستخدام السوشال ميديا "social media"، ويُقر الدليل في العموم بأهمية هذه المواقع في العمل الصحفي ليس فقط كمصدر للحصول على معلومات أولية، بل أيضا في تجديد طرق الإخبار والعتور على قصص وغير ذلك. فالوكالة تشجع صحفيتها على استعمال هذه المواقع، إلا أنها حذرتهم في الوقت ذاته من مخاطرها، خاصة تلك التي تهدد سمعة المؤسسة وعلامتها التجارية التي اكتسبتها كما يذكر الدليل بشق الأنفس من أجل الحفاظ على استقلاليتها وحيادها.

ومن هذا المنطلق على الصحفي أن يكون واعيا عند نشر أو مشاركة مواضيع ومسائل تهم الشأن العام، فأراءه السياسية العلنية يمكن أن تؤثر على مهنية الصحفي وعلى الوكالة ككل لذلك عليه أن يكون محايدا وبيتعد عن التحيز. ويجب على الصحفي أيضا (Reuters, 2012):

- أن يُعرف نفسه على أنه صحفي بوكالة رويترز، وأن كل ما يُصرح به يعبر عن رأيه الشخصي ولا يُلزم مؤسسته الإعلامية.

- تقديم طلب للهيئة التحريرية قبل إنشاء حساب على مواقع الشبكات الاجتماعية.

- الحفاظ و عدم البوح بالمعلومات الداخلية والسرية للوكالة.

- الامتناع عن نشر الأخبار الحصرية على تويتر.

- ضرورة تفعيل الصحفيين المعايير الأخلاقية في مواقع الشبكات الاجتماعية كالمسؤولية والنزاهة والشفافية والتوازن والإنصاف باعتبارها قيم معيارية للمحافظة على ثقة الجمهور، فحتى مصادقة أو متابعة أحد المصادر أو الشخصيات على تلك المواقع قد يؤثر على مصداقية الصحفي.

وفي الأخير تُركز الوكالة على أن يُخضع الصحفيين ممارساتهم وأنشطتهم المختلفة في تلك المواقع للتفكير الدائم قبل النشر أو التغريد، باعتبار تلك الفضاءات تتميز بتفاعلات اتصالية وتواصلية سريعة ومختصرة والتي يصعب التحكم فيها في بعض الأحيان لسهولة وسرعة تناقل مضامينها على الانترنت على خلاف ما كان سائد في وسائل الإعلام التقليدية. وفي حال الشك فالنقاش مع الزملاء أو رئيس التحرير يعتبر الحل الأمثل.

✓ دليل مؤسسة الـBBC أخبار

أصدرت مؤسسة الـBBC أخبار دليلًا توجيهيًا في مارس 2015 تطرقت فيه إلى الحالات الثلاث المختلفة لاستخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية المعنية بها وهي الحساب الشخصي والحساب الرسمي كخدمة الأخبار العاجلة على سبيل المثال والاستخدامات المهنية (في إطار مؤسسي)، وتميز المؤسسة معايير الاستخدام بين الحالات الثلاث.

إذ ينص الدليل على 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 من بين الإجراءات التي وضعتها المؤسسة في هذا الدليل عند استخدام الصحفيين (المحررين والمذيعين والمراسلين) لمواقع الشبكات الاجتماعية بطريقة رسمية ما يلي (BBC NEWS GROUP, 2015):

- 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 يتصرف بنفس الطريقة المهنية التي يتبعها في مؤسسته الإعلامية (التلفزيون أو الراديو).

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

- 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 تلقائياً على مخرجات الهيئة البريطانية كموقع الأخبار.

- احترام مبدأ الملكية الفكرية خصوصاً فيما تعلق بالمضامين التي ينتجها المستخدمون (تعليقات، صور، فيديوهات، شهادات حية...).

وتُقر مؤسسة "بي بي سي" بأن القانون الذي يحكم صحافييها فيما له صلة بـ "سوشيال ميديا" بسيط: "كن عقلانياً ومنطقياً، فأنت صحفي في البي بي سي بكل ما يحمله هذا من مسؤوليات بالنسبة للمواقع الإلكترونية المتاحة للجميع".

وفي هذا الشأن، يؤكد الصحفي التونسي "مكي هلال" إثر تجربة شخصية له لمدة سبع سنوات كمذيع في مؤسسة "بي بي سي" أن الدليل الذي وضعته هذه الأخيرة، يُحمل الصحفي المسؤولية منذ البداية ويطلب منه أن لا يُدمر بتسارعه صورة البي بي سي كمؤسسة عريقة بنت مجدها على الالتزام بالحياد والموضوعية، وينطبق هذا المبدأ على جميع العاملين بالمؤسسة (مذيعين، مراسلين وصحفيين ميدانيين، رؤساء تحرير، رؤساء النشر، منتجي النشرات)، ولكن خصوصاً على من يظهرون على الشاشة لأن الأمر يتعلق بالانتشار "La visibilité"، فالناس تجمع خصوصاً بين وجه الصحفي "المعروف" والمؤسسة (مكي، 2016).

وتقول "ليليان لاندور"، مسؤولة أقسام اللغات في الخدمة العالمية في "بي بي سي" أن الصحفي لا يمكنه أن يكون معجباً أو صديقاً أو مناصراً لشخصية سياسية، أو ناشط سياسي من أي بلد سواء البلد الأصلي أو بريطانيا أو أي بلد آخر، وذلك حفاظاً على حيادية مؤسسة "بي بي سي" (عبد العال، 2017، صفحة 122)، أي أنها تسمح لصحفييها التعبير عن هواياتهم الشخصية، لكن التعبير عن الآراء السياسية ممنوع ومحظور تماماً.

✓ الميثاق الأخلاقي لصحفيي الكيبك (كندا)

قامت الفيدرالية المهنية للصحافيين بمقاطعة الكيبك في كندا بتعديل ميثاقها الأخلاقي في 28 نوفمبر 2010 وتم إدراج فقرة خاصة بالشبكات الاجتماعية تؤكد على الالتزام بالمعايير المهنية العامة التي تطبق على وسائل الإعلامية الأخرى، وعلى الطابع العام لما ينشره الصحفي على تلك المواقع

الإلكترونية، على الرغم من أنه يمكن له التحكم في إعدادات الخصوصية. ويحذر الميثاق صحفي كيبك من أي سلوك أو تصرف قد يضر بثقة الجمهور فيهم أو على استقلاليتهم.

وقد نص البند العاشر على أن الصحفي لا ينشر في هذه المواقع ما لا يمكن له أن ينشره على صحيفته، كما يجب عليه أن يلتزم بحماية مصادره على الشبكة (بإخفاء قائمة الأصدقاء) والتأكد من مصداقية الأخبار، والتي لا ينبغي للطبيعة السريعة للشبكات أن تؤثر عليها، فضلا عن الامتناع عن السرقات الفكرية والإشارة في كل الأحوال إلى مصدر ومنشأ المعلومات المنشورة (Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec, 2010, pp. 10-11).

وعلى صحفيي كيبك التعريف بأنفسهم وبمهنتهم على تلك المواقع، ولا يسمح باستخدام حسابات مستعارة وسرية إلا في بعض الحالات الاستثنائية، ويجب عليهم أيضا أن يضعوا قواعد المحادثة على الشبكات الاجتماعية كما في أي مكان آخر على شبكة الأنترنت.

من خلال هذه التجارب العالمية المذكورة أعلاه حول تنظيم ممارسات الصحفيين في فضاء الأنترنت عموما والشبكات الاجتماعية خصوصا، نستنتج ما يلي:

- هناك تقاطع واضح بين هذه الموثيق ومدونات السلوك المذكورة سلفا في العديد من المبادئ والقواعد، وكلها تؤكد أن فضاء الفيسبوك والمدونات ليس فضاء حراً في المطلق .

- الضوابط المهنية والأخلاقية في الإعلام التقليدي تبقى صالحة في الفضاء الإلكتروني الافتراضي والشبكات الاجتماعية أو وسائل الإعلام الاجتماعي حتى بدون تحيينها، والتزام الصحفي بالأخلاقيات الصحفية هو امتداد لالتزامه العام بها.

- تؤثر نتائج استخدام الصحفي لشبكات التواصل الاجتماعي بطريقة غير مسؤولة على صورة وسمعة مؤسسته الإعلامية.

- الصحفي فاعل اجتماعي وقيمه العليا تتمثل في البحث عن الحقيقة وإخبارها للجمهور بشكل مهني وأخلاقي، فضلا عن ضرورة تنظيم النقاش العام.

- التعبير عن الآراء السياسية ممنوع وغير مقبول سواء كان الحساب شخصا أو مهنيا.

- حماية المصادر واحترام حقوق الملكية الفكرية خصوصا مع ما تعلق بالصور والمضامين التي

ينتجها الجمهور .

ضرورة الفصل بين المجال الخاص والمجال العام، ولو أنه يصعب ذلك لأن كل ما ينشر على الشبكات يكتسي طابع العمومية، لسهولة قص ما كتبه من طرف دائرة الأصدقاء ونشره في مكان آخر، فكل محادثة أو تدوينة خاصة يمكن أن تأخذ بعدا عاما.

والملاحظ على هذه المواثيق الأخلاقية ومدونات السلوك أيضا أنه يغلب عليها الازدواجية بين الشخصية العامة والخاصة للصحفي، فالإعلام من جهة لا يريد أن يكون سياسيا ولكن في الواقع هو في أغلب الأحيان مؤسسة سياسية، فكل مؤسسات الميديا التي أقرت لوائح لتنظيم ممارسات صحافييها تسعى لإرساء ثقافة الموضوعية والشفافية والنزاهة والحياد في العمل الصحفي، إلا أن الخلل يكمن في عدم الاتفاق على تعريف واضح وعملي للضوابط المختلفة من النزاهة وعدم الانحياز والاستقلالية، الرأي السياسي... وتبقى كلها قراءات ذاتية تتصل بطبيعة المادة الإعلامية ومضمونها، وعلى هذا المستوى تتشابك الحدود العامة مع الحدود الشخصية لدى الصحفي (الخوري، طانيوس، حداد، و الشرفاوي، 2017).

2.5.2 أهم التجارب العربية

إن مهنيي الصحافة والإعلام في العالم قد حسموا بوضوح في الإشكاليات التي تتعلق بمسألة حضورهم في فضاءات الشبكات الاجتماعية عبر وضع آليات تنظيمية ذاتية وتفعيل المؤسسات الإعلامية ومدونات سلوك تضبط صحافييها في تلك المواقع؛ وهو ما لا يتوفر في السياق العربي، فالمواثيق التحريرية الصحفية بشكل عام شبه غائبة (الحمامي، 2016، صفحة 63)، فما بالك بمواثيق خاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية والفضاء الإلكتروني بشكل عام. وتبدو "شبكة الجزيرة الإعلامية" هي المؤسسة العربية الوحيدة التي خصت لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت، وهي ليست موجهة بشكل حصري للصحفيين فقط بل لجميع موظفي الجزيرة من تقنيين، وإداريين، وصحفيين ومذيعين، ومراسلين، ومحري الأخبار ومعدّي البرامج وغيرهم .

✓ لائحة شبكة الجزيرة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي عبر

الانترنت

خصت "شبكة الجزيرة الإعلامية" لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت مثل المدونات الشخصية والمنتديات و الفيسبوك وتويتر وغيرهم، وذلك بهدف معرفة السياسات التي يتوجب عليهم إتباعها والتقيد بها عند استخدام تلك المواقع والمشاركة فيها. وتؤكد المؤسسة أنها لا تهدف من وراء هذه اللائحة الحد من حرية المشاركة الشخصية لموظفي المؤسسة، بل

ضرورة الفصل بين المشاركة الشخصية للموظف وما يترتب عليها من التزامات تجاه الغير، ومشاركته بصفته موظفا بالجزيرة وممثلا لها. وعلى جميع موظفي الجزيرة الراغبين في إنشاء مدوناتهم ويرغبون في الكشف عن انتمائهم للجزيرة، الحصول على موافقة مسبقة من مدير القناة أو رئيس القطاع الخاص بهم، وفي حال صرح صاحب المدونة أنه يعمل لصالح الجزيرة، يتعين عليه إدراج "بيان إبرام الذمة" وأن يفيد صورة واضحة أن ما يُبديه يُمثل وجهات النظر الخاصة به فقط وليست وجهات نظر المؤسسة.

وتضمنت اللائحة جملة من المبادئ العامة تشبه إلى حد كبير ما ذهبت إليه التجارب العالمية المذكورة سلفاً، ففي حال تعريف المستخدم (المشارك) على أنه أحد العاملين بالجزيرة أو أنه يرتبط بها بأي شكل من الأشكال، يتعين عليه ما يلي:

- 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 الحاليين) 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.

- يتعين في جميع الأحيان الالتزام بميثاق الشرف المهني الخاص بالجزيرة و بالتالي التزام الحيادية التامة عند نشر أي قصص أو حكايات أو وقائع أو آراء أو وجهات نظر خاصة في مدوناتهم أو مواقعهم أو صفحاتهم الشخصية على شبكة الانترنت ككل، حفاظا على مصداقية الجزيرة ونزاهتها.

- 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 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.

-في حال نشوب أي نزاعات بشأن المحتوى المنشور على الموقع أو الصفحة الشخصية الخاصة بأي من موظفي الجزيرة، يجوز للمؤسسة مطالبة أي موظف بالقيام بحذف أو تعديل أو تغيير محتويات منشور نشب عنه أي نزاعات على موقعه أو صفحته أو مدونته الشخصية.

وفي الجزء الأخير من الدليل تؤكد شبكة الجزيرة على أن أي موظف يُثبت أنه انتهك شروط هذه اللائحة من خلال ما ينشره من محتوى على شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت سيتعرض للمسائلة الإدارية وبصورة مباشرة. (بن حمودة، 2017، صفحات 133، 135)

3.5.2 التجربتان التونسية والجزائرية في ضوء التجارب العالمية

أ. التجربة التونسية

قامت ست مؤسسات إعلامية تونسية بتعديل مواثيقها التحريرية والأخلاقية وتضمينها الشبكات الاجتماعية، وتؤكد جميعها على ضرورة تطبيق الأخلاقيات المهنية في تلك المواقع:

✓ السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة التونسية

أعلنت مؤسسة التلفزة التونسية عن وثيقة سياستها التحريرية عام 2012، وهي قابلة للتحسين والتعديل وفق ما تنص عليه الفقرة 3 و 4 من المبادئ العامة لهذه الوثيقة، إذ بإمكان كل العاملين المعنيين بالإنتاج التلفزيوني بمختلف مجالاته تقديم ملاحظاتهم واقتراحاتهم عبر بريد إلكتروني مخصص لذلك. كما يجب تحديث مدونة السلوك هذه عند الضرورة مرة كل سنة وتضمينها أية ضوابط مستجدة حسب ما يعترض عمل الإعلاميين (مؤسسة التلفزة التونسية، 2012، صفحات 26، 27).

وتضمنت السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة التونسية توطئة ومبادئ عامة أخرى، فضلا عن 9 محاور أخرى تتعلق بـ بالمعايير المهنية والأخلاقية التالية: خدمة المصلحة العامة، الاستقلالية، الحياد، الإنصاف، الدقة، احترام الحياة الخاصة، حماية الأطفال والضعفاء، تغطية الانتخابات والاستفتاءات .

وقد تضمن هذا الدليل المهني بند خاص "بالحياد والتعامل مع الشبكات الاجتماعية" نص على

ما يلي:

"اعتبارا إلى أنّ أسماء الصحفيين ومقدّمي الأخبار والبرامج والمنتجين الإعلاميين مرتبطة باسم المؤسسة، واعتبارا إلى أنّ أيّة مواقف يتبنونها يمكن أن تُحسب على المؤسسة، فإنّه:

- لا يمكن لهم ان ينشروا على الشبكات الاجتماعية، أو أيّة وسيلة اتصال جماهيري، ما يسيء إليهم شخصا أو مهنيا أو ما يسيء إلى مؤسستهم أو ما يمسّ من حيادهم ومؤسستهم.
- لا يمكن لهم أن ينخرطوا في أي اتصال عدائي ضدّ أيّ طرف كان حتّى بأسماء مستعارة. وعليهم تجنب أخذ مواقف شخصيّة من أيّ صراع، سواء أكان إيديولوجيا أو سياسيا أو ثقافيا أو اجتماعيا أو رياضيا أو أيّة موضوعات أخرى مثار جدل" (مؤسسة التلفزة التونسية، 2012، ص 8).

✓ مدونة سلوك الإذاعة التونسية ودليلها المهني:

تشمل مؤسسة الإذاعة التونسية أربع إذاعات مركزية هي الإذاعة الوطنية وإذاعة تونس الدولية وإذاعة الشباب وإذاعة تونس الثقافية، وخمس إذاعات جهوية هي إذاعة صفاقس وإذاعة المنستير وإذاعة الكاف وإذاعة قفصة وإذاعة تطاوين؛ وقد اتفق جميع العاملون بمختلف الأسلاك المهنية وسائر القنوات الإذاعية المذكورة على اعتماد مدونة السلوك هذه المسماة "مدونة سلوك الإذاعة التونسية" واعتبارها أداة من أدوات التعديل الذاتي لمؤسستهم .

وتتضمن مدونة السلوك هذه الضوابط الأخلاقية والقواعد المهنية التي تلتزم بها مؤسسة الإذاعة التونسية بالرجوع إليها في أداء رسالتها وتوجهها إلى مستمعيها في الداخل والخارج، وفي تعاملها مع جميع الفاعلين في الفضاء العمومي الوطني والجهوي، بما يحقق المساواة والشفافية والإنصاف والثقة والمصداقية في تقديم الخدمة الإذاعية العمومية.

وجاء في "مدونة سلوك الإذاعة التونسية" 13 بابا، يتعلق الباب الحادي عشر بـ"الخدمة الإلكترونية ومواقع الواب والوسائط الاجتماعية"، والذي تحدث في المادتين (06) و(07) منه عن ضرورة التزام صحفي الإذاعة التونسية بالحياد عند استعمال مواقع الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الانترنت المختلفة. ونصا المادتين على ما يلي (الإذاعة التونسية، 2012، صفحة 18):

-تستعمل الإذاعة التونسية، مركزيا وجهويا، شبكات التواصل الاجتماعي للترويج لأخبارها ومضامينها والتعريف بخدماتها في إطار صفحات ومشاركات رسمية. ويراعي أبناء الإذاعة التونسية لدى استعمال شبكات التواصل الاجتماعي ضوابط الانتماء إلى المرفق الإذاعي العمومي ومبادئ الإنصاف والحياد المضمنة بهذه المدونة الأخلاقية.

تحتزم الإذاعة التونسية في تقديم خدماتها الإلكترونية مختلف التشريعات القانونية والمواثيق الأخلاقية المعمول بها في الإنترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وتلتزم المنتفعين من خدماتها باحترام تلك التشريعات والمواثيق.

كما تبنت مؤسسة الإذاعة التونسية "ميثاق تحريري ودليل مهني"، ونص على ضرورة التزام العاملون في مؤسسة الإذاعة التونسية باحترام القيم الصحفية المضمنة في المواثيق الأخلاقية للفيديالية الدولية للصحفيين وميثاق شرف المهنة للنقابة الوطنية للصحفيين التونسيين وما تضمنته مدونة سلوك الإذاعة التونسية: الاستقلالية والدقة والموضوعية والحياد والإنصاف والنزاهة وتجنب الإثارة.

ويتسم هذا الميثاق بالمرونة في تجاوبه مع كل المبادرات لتجويده وتطويره، و في هذا الصدد تم تضمين "الفضاء الإلكتروني" بين المبادئ العامة والقواعد الحرفية الواردة في الميثاق، وجاء في البند الأخير منه على وجوب:

"المحافظة على مصالح المؤسسة وحفظ أسرارها واحترام الزملاء والزميلات والامتناع على التعرض لحياتهم الخاصة والإساءة إليهم في كل الفضاءات الاتصالية و الشبكات الاجتماعية (الإذاعة التونسية، 2012).

✓ الدليل المهني لوكالة تونس إفريقيا للأنباء

أصدرت وكالة تونس إفريقيا للأنباء ميثاق تحريري لصحفيها، تحثهم فيه على ضرورة الالتزام بالمبادئ التي وردت في هذا الدليل، كما يتعهدون باحترام هذا الأخير وتطبيقه نوا وروحا. فهو يهدف إلى وضع إطار عام للعمل التحريري في الوكالة بما يضمن الاحترام الكامل لحرية الصحافة. علاوة على ذلك، يعتبر هذا الميثاق الأساس الذي يُحتكم إليه تحديد مهنية أي منتج صادر عن الوكالة مثلما يُحتكم إليه في تحديد الأخطاء والمسؤوليات. وتبقى هذه الوثيقة قابلة للتحيين كلما استجدت موضوعات أو اعترضت المحررين مسائل تستوجب طرقا في التعامل لم يقع التنصيص عليها فيها، وتعرض الاقتراحات الجديدة على هياكل التحرير للتشاور بشأنها وإضافتها بعد الموافقة عليها.

وينطلق هذا الدليل من عدة مبادئ عامة متفق عليها في ممارسة العمل الصحفي وهي: الاستقلالية، الدقة، المهنية، المسؤولية، والنزاهة، وقد وردت "مواقع الشبكات الاجتماعية" في كل من المبدأ الثاني والثالث من الميثاق كما يلي:

-على الصحفي التحري في استغلال الأخبار والمعلومات المستقاة من المواقع الإعلامية ومواقع الشبكات الاجتماعية.

-يُمنع على الصحفيين نشر كل ما يسيء لمؤسستهم أو زملائهم وعن إفشاء معلومات أو معطيات داخلية للمؤسسات في وسائل الإعلام أو الاتصال أو الشبكات الاجتماعية على أن يكون ذلك على حساب الحق في حرية التعبير (Agence tunis afrique presse, 2015).

✓ الميثاق التحريري لإذاعة موزايك أف أم

إيماناً بقيم الديمقراطية ومبادئ الإعلام الحر والنزيه والحرفي قررت "إذاعة موزايك أف أم" تنظيم سياستها التحريرية لكامل المحتوى الإذاعي الذي يقدم في الراديو والوالب، ويلتزم بمبادئ هذه الوثيقة كل العاملين في إذاعة موزايك من هيئة تحرير ومراسلين ومحررين وإداريين. و تعتمد هذه السياسة على مبدأ الضبط الذاتي وترتكز على المعايير الجوهرية في العمل الصحفي وهي الحقيقة والدقة والتوازن والحياد والاستقلالية والمسؤولية تجاه المستمعين. وعلى العموم، يبقى هذا الدليل المهني كسابقه مفتوحاً للإضافات والتتقيحات وإعادة النظر في محتواه كل اقتضى الأمر ذلك.

وقد تطرق الميثاق التحريري للإذاعة في الفصل السابع عشر -من أصل عشرين فصلاً- إلى ضرورة احترام أخلاقيات مهنة الصحافة على مواقع الشبكات الاجتماعية، ونص على: "تحتزم موزايك أف أم حرية التعبير والخصوصية لكل العاملين والمتعاونين والمتعاقدين مع المؤسسة، وتؤكد على ضرورة التجرد المهني عند القيام بالعمل الصحفي والابتعاد عن الكتابات والتصريحات الإعلامية والتعليقات على شبكات التواصل الاجتماعي التي من شأنها أن تحدث خلطاً بين المواقف الشخصية للصحفي وانتسابه المهني للإذاعة" (الميثاق التحريري لإذاعة موزايك أف أم، 2015).

✓ ميثاق أخلاقيات المهنة لإذاعة شمس أف أم

يعتبر ميثاق أخلاقيات المهنة لإذاعة "شمس FM" بمثابة ميثاق داخلي لصحفي الإذاعة ومهنيوها، والذي يؤكد على مبادئ الاستقلالية والحيادية والموضوعية والتشبث بميثاق شرف المهنة الصحفية. فأداء المهنة ورسالة الإعلام ترتبط دون شك بقيود وضوابط لا يسلطها على الصحفيين إلا الصحفيين أنفسهم في إطار عملية التنظيم الذاتي.

وقد تضمن الميثاق مجموعة من الحقوق والواجبات، التي على الصحفي احترامها أثناء ممارسة مهنته الإعلامية، جاءت في العديد من المواثيق الدولية والعربية: كالبحث عن الحقيقة والتزام الحياد واحترام السر المهني وعدم الخلط بين العمل الإعلامي والإشهار، والفصل بين الخبر والتعليق، وعدم انتهاك الحياة الخاصة للآخرين وغيرها.

كما أدرج الميثاق مواقع الشبكات الاجتماعية التي انتشرت بسرعة هائلة، حيث نص البند الأخير في الواجبات على أن الصحفي عليه "التقيد بنفس أخلاقيات المهنة على الشبكات الاجتماعية والابتعاد عن الألفاظ و السلوكات غير المقبولة على الصفحات الخاصة في شبكات التواصل الاجتماعي" (ميثاق أخلاقيات المهنة لإذاعة شمس FM، 2017).

✓ الميثاق الأخلاقي الصحفي لإذاعة الديوان أف أم

أصدرت مؤخرا إذاعة الديوان ميثاق أخلاقي يلزم صحفييها باحترام المبادئ المثلى عند أداء عملهم الصحفي وفي علاقتهم بالجمهور، مستوحاة من المواثيق المرجعية لمهنة الصحافة في تونس أي من ميثاق الاتحاد الدولي للصحفيين وميثاق النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين.

وقد احتوى الميثاق على مجموعة من المبادئ ممثلة في الآتي: البحث عن الحقيقة، السر المهني وحماية المصادر، التمييز بين المضامين الإشهارية والمضامين الصحفية، تجنب السرقات الفكرية والابتعاد عن كل شكل من أشكال القذف والتلب والتشويه والإساءة إلى الغير وعدم احترام الحياة الشخصية للناس، تصحيح الأخطاء سريعا والحوار مع الجمهور كما يقبلون بحقه في نقد الصحافة ومساءلتها، تحري صدق المعلومات وعدم نقل الإشاعات بالاعتماد على مصادر موثوقة والفصل بين الخبر والتعليق.

وفي الأخير، نص البند الثامن على ضرورة أن "يلتزم الصحفيون بمبادئ هذا الميثاق عند استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية على اعتبار أنها فضاء عمومي. ويفصل صحفيو الديوان بين استخداماتهم الشخصية والمهنية لهذه المواقع حفاظا على مكانتهم الاعتبارية في المجتمع وعلى شرف المهنة واحتراما لسمعة إذاعة الديوان. كما أنهم يتفاعلون مع الجمهور في هذه المواقع وفق مبدأ الاحترام" (الميثاق الأخلاقي الصحفي لإذاعة الديوان، 2018).

✓ ميثاق لتنظيم استخدامات الصحفيين بموقع "آخر خبر أون لاين" لشبكات التواصل الاجتماعي
صاغ رئيس التحرير السابق لموقع "آخر خبر أون لاين" ميثاق لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية باعتبار أن سلوكهم يؤثر بصفة مباشرة على مكانة الموقع في المشهد الإعلامي التونسي، وقد تضمن الميثاق مجموعة من القواعد الأساسية لتنظيم استخدامات صحافيي موقع "آخر خبر أون لاين" التونسي لمواقع الشبكات الاجتماعية (موقع آخر خبر أون لاين، 2019):

- يجب على الصحفي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لرصد الأحداث والبحث عن المعلومات وتعزيز العلاقات والتواصل مع المصادر والجمهور.

- لا ينشر الصحفي على صفحته الخاصة ما لا يرتضي نشره في الموقع الإلكتروني.

- يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه في صفحته الخاصة.

- لا يجب نشر المعلومات الإخبارية على شبكات التواصل الاجتماعي قبل نشرها في الموقع.

- يجب أن ينتبه الصحفي لنظرة الآخرين إليه، فعليه أن ينتبه للصفحات التي يتابعها في مواقع

الشبكات الاجتماعية.

- من المستحسن إخفاء قائمة الأصدقاء لأنه يمكن أن يكونوا مصادر للخبر.

- على الصحفي أن يكون حارس بوابته.

- المحافظة على سرية الحياة الداخلية داخل الموقع الإخباري والامتناع عن إفشاء الأسرار

الخاصة بهيئة التحرير أو المشاكل اليومية على مواقع الشبكات الاجتماعية.

- في حال كان الموقع محل للنقد فعلى الصحفي أن يُعلم رئيس التحرير.

- في حالة قرصنة الحساب الخاص للصحفي في مواقع الشبكات الاجتماعية، عليه إعلام إدارة

الموقع لما قد يمثله من تهديد على سرية الموقع.

- يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية وضرورة الابتعاد عن أي اتصال عدائي مع الجمهور.

• يقدم الصحفي نفسه دائما على مواقع الشبكات على أنه صحفي بالموقع.

ورغم أن هذا الدليل ثري نوعا ما بالمقارنة مع الموثيق السابقة لمختلف المؤسسات الإعلامية

التونسية، لأنه جاء خصيصا لتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية إلا أنه لم يعد حيز

التنفيذ نظرا لتغيير الطاقم الصحفي بالكامل للموقع بما فيهم رئيس التحرير (بن حمودة، 2017، صفحات 47،

48)؛ كما أن الميثاق غير متوفر على الصفحة الرسمية للموقع على شبكة الانترنت خلافا لبقية التجارب

التونسية المذكورة سلفا.

إن المتمعن في مختلف التجارب التونسية حول تنظيم ممارسات الصحفيين في الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الانترنت المختلفة، يلحظ أنها لم تقم بالإمام بجميع المبادئ والمعايير الأخلاقية التي تنظم النشر الصحفي في هذه المواقع. كما لم تخصص المؤسسات التونسية المذكورة أعلاه ميثاق ومدونات سلوك كاملة على ضوء التجارب الدولية- ماعدا ميثاق موقع "آخر خبر أون لاين" الذي لم يعد مُفعلاً- بل أشارت إليها في بنود مقتضبة على شكل عموميات و فقط، كما أنها لم تنطرق إلى طرق استخدام مواقع الشبكات من قبل صحفييها لضمان احترام أخلاقيات المهنة، بالمقارنة مثلا مع مؤسسة البي بي سي أو وكالة الأنباء الفرنسية التي فرقت بين ثلاث حالات لاستخدام الشبكات: المهني والشخصي والرسمي.

في كثير من الأحيان، تركز هذه التجارب على الاهتمام بسمعة المؤسسة، أكثر من ضرورة الدفاع عن شرف المهنة وأخلاقياتها، حتى تحافظ الصحافة أولا وقبل كل شيء على رسالتها التنويرية التي من المفروض أن تؤديها في المجتمع.

ب. التجربة الجزائرية

مع التطورات التكنولوجية الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال عموما والصحافة بصفة خاصة، نلحظ تأخر المؤسسات الإعلامية الجزائرية في ركب هذه التطورات السريعة مقارنة بالتجربة التونسية، وحتى قبل الانتشار الهائل لهذه المواقع والمنصات، فالاهتمام بموضوع أخلاقيات المهنة الصحفية على الشبكات الاجتماعية محدود، حتى أن البعض من الصحفيين يؤمن أن له الحق الكامل كأبي مواطن عادي بأن يعبر كيف يشاء وبالطريقة التي يراها مناسبة عبر تلك المواقع- الفيسبوك بالتحديد-، وهو ما يردده بعض الصحفيين⁽²²⁾ في البلاطوهات الإعلامية، متناسين أن الحق دائما ما يتبعه واجب منوطا به على اعتبار أن الصحفي فاعل اجتماعي وينتسب إلى مؤسسة إعلامية محسوب عليها.

علاوة على ما سبق، هناك ندرة شديدة في الميثاق الأخلاقية ومدونات السلوك التي تنظم عمل الصحفيين الجزائريين في المؤسسات الإعلامية- ما عدا تجربة يومية الخبر الجزائرية-، فما بالك بمدونات سلوك تتعلق بتنظيم ممارسات واستخدامات الصحفيين الجزائريين لمواقع الشبكات الاجتماعية، فبعد

(22) ذكر الصحفي الجزائري "قادة عمار" في برنامجه "هذا المساء" على قناة الشروق الموافق ليوم الاثنين (2019/03/25) أن في صفحة الفيسبوك يمكن للصحافي أن يعبر كما يشاء ويكتب ما يريد (قادة، 2019).

مشروع ميثاق أخلاقيات وقواعد المهنة للصحافيين الجزائريين في 13 أبريل 2000، لم يتبن رجال الإعلام أي وثيقة تضبط قواعد المهنة، وظل مرجعهم دائما قوانين الإعلام الجزائرية.

وكما أشرنا سابقا، يعتبر "ميثاق الشرف الصحفي" الذي أصدرته جريدة الخبر في بداية عام 2005 أول وآخر ميثاق شرف يصدر عن صحيفة جزائرية، إلا أن الميثاق لم يُدرج المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية نظرا لعدم انتشارها في ذلك الوقت، كما أن الدليل لم يتم تحديثه، وهو غير متوفر على الموقع الرسمي للجريدة على شبكة الانترنت (صحيفة الخبر الجزائرية، 2019).

وبحثاً عن امتداد إعلامي إضافي وتفاعلية أكبر مع الجمهور والمتابعين، قامت تقريبا كل المؤسسات الإعلامية الجزائرية بإنشاء صفحات لها على مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا الفيسبوك وتويتر وجوجل بلاس، إلا أنها في المقابل لم تخصص مدونات سلوك لصحفيها أو موثيق تحريرية، وبإلقاء نظرة على مواقعها الإلكترونية الرسمية يتضح ذلك أكثر، فلا وجود لموئيق أخلاقية أو تحريرية لمؤسسات الإعلام في الجزائر، وهو ما ينطبق حتى على أبرز الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعية وعلى سبيل المثال لا الحصر: المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري (1903) ومؤسسة الإذاعة الجزائرية ووكالة الأنباء الجزائرية ويومية الشعب وجريدة الشروق الجزائرية وصحيفة النهار الجزائرية وجريدة El WATAN وغيرهم. فحتى القنوات الجزائرية الخاصة الخمسة- من أصل 60 قناة حسب آخر الإحصائيات المقدمة (بوحنية، 2018، صفحة 202)- والتي تحصلت على الاعتماد من وزارة الاتصال أي التي لها مكاتب معتمدة في الجزائر لم تفرض على نفسها آلية للتنظيم الذاتي وهي: الشروق، النهار، الهقار، دزاير، والجزائرية.

وفي هذا الشأن، صرح لنا الباحث الجزائري "نصر الدين العياضي في مقابلة معه، أن "جل المؤسسات الإعلامية العربية لا ترى ضرورة لوضع موثيق تنظم وتوجه نشاط الصحافيين المهنيين في مواقع التواصل الاجتماعي بصفة خاصة والتدوين، ربما لأن هذه المؤسسات تفتقد أصلا موثيق أخلاقية تنظم نشاطها، وهو ما ينطبق على الجزائر التي تسجل تأخرا كبيرا في مجال التنظيم الذاتي مقارنة بتونس، وربما مرد ذلك إلى الحراك الاجتماعي في تونس عام 2011، والذي حرر كل القطاعات من هيمنة النظام الحاكم وضغوطه السياسية والاقتصادية، بما فيه قطاع الإعلام، والدليل أن كل الموثيق الأخلاقية التي أصدرتها مؤسسات الإعلام التونسية جاءت كلها بعد الحراك الذي تأخرت شرارته في الجزائر إلى غاية 22 فيفري 2019.

وبالتالي نلاحظ هوة بين القوانين والممارسة فيما يخص قطاع الإعلام والصحافة في الجزائر، فعلى مستوى القوانين توجد العديد من النصوص التي نصت على وجود هيئات ضبط مهنة الصحافة وتنظيمها لكنها لم تُفعل رغم نقائصها وحدودها. والغريب في الأمر أن المؤسسات الإعلامية الجزائرية لم تبادر وتضع ميثاقا منظما لنشاطها، فحتى ميثاق الشرف الصحفي الذي أصدرته صحيفة الخبر الجزائرية في مطلع القرن الحالي، استغنت عنه في الممارسة نتيجة تقلبات السياسة من جهة وضغوط الإشهار الممارس عليها من جهة أخرى (العياضي، 2019).

وفي ظل هذا التأخر المسجل، تجدر الإشارة إلى ما قامت به صحيفة "Liberté" الجزائرية محاولةً ضبط فضائها الإلكتروني عبر وضع ميثاق استخدام الموقع "Charte d'utilisation"، والذي سجلت به بعض المبادئ الأخلاقية لترشيد تعليقات الجمهور وتفاعلات المشاركين على كتاباتها المنشورة في موقعها على شبكة الانترنت. ومن بين ما نص عليه الميثاق الآتي (Journal Liberté, 2018):

- التعليقات على موقع جريدة "ليبرتي" مفتوح لأي شخص (مشترك) يوافق على الامتثال لشروط الاستخدام العامة على شبكة الانترنت.
- يجب على المستخدم الاطلاع بانتظام على الشروط العامة لاستخدام الموقع، التي يمكن أن تعدل من دون إشعار مسبق للتكيف مع التغييرات والقوانين واللوائح المعمول بها.
- لا يتحمل موقع ليبرتي أي ضمان أو مسؤولية أو استخدام فيما يتعلق بمحتوى موقع ويب آخر اقتبس منه وأشار إليه كمصدر للمعلومات والأخبار.
- يمكن لأي مستخدم انترنت التفاعل مع محتويات الموقع عن طريق الاشتراك فيه.
- يتحمل المستخدمون مسؤولية المعلومات المقدمة في التعليقات على الموقع.
- حتى يستطيع المستخدم إرسال تعليقات على موقع ليبرتي، فيجب عليه أن :
 - يُعلن أولاً أنه مخول لإرسال هذه التعليقات.
 - يسمح لمحرري الموقع باستغلال وتوظيف وتعديل كلي أو جزئي للرسائل المقدمة.
- إبعاد أو حظر أي تعليقات مخزية ولا تتوافق مع شروط الاستخدام وقواعد التحرير في الموقع.
- تحمل المشترك وحده مسؤولية أي استخدام للمحتوى أو التعليقات المنشورة على الموقع.
- لا يعني وجود روابط فائقة و تشعبية مع مواقع ويب أخرى، تحمل ليبرتي مسؤولية ما ينشر على تلك المواقع.

-في حال كان المستخدم شخصا قاصرا، فعليه أن يحصل على إذن من أحد الوالدين لاستخدام الموقع، ويتعهد هذا الأخير باحترام ابنه كل ما جاء في الميثاق.

-الابتعاد عن خطابات التحريض والدعوة للعنف والكراهية والعنصرية الدينية، وتجنب استخدام المصطلحات الإقليمية ومحل النزاع و الحروب.

-عدم نشر التعليقات العداوية والتافهة والملينة بالعنف، كما لا يسمح بالشتائم بين المشاركين.

-عدم نشر المواد الإباحية ومواضيع الاعتداء الجنسي على الأطفال.

-لا يسمح بتكرار الرسائل المتطابقة أو المتشابهة.

-سيتم حذف أي رابط مع موقع ويب يراه مُحرري الموقع عنصري أو معادي للإسلام أو غير متوافق مع سياسة ليبرتي.

-لا يتم التسامح مع التأويلات أو التكهانات بهوية أي مشارك.

-لا يتم التغاضي عن محاولات انتحال أسماء استعارة مستخدمة بالفعل.

-عدم نشر الرسائل الشخصية المتبادلة بين المشتركين أو المنشورة في مواقع أخرى على موقع ليبرتي.

-يتطلب الاستخدام العادي لنشر التعليقات استعمال اسم مستخدم محدد وكلمة سر.

-نشر التعليقات والمواضيع في الأقسام المناسبة من الموقع.

يعتبر هذا الميثاق الذي وضعته ليبرتي ثري جدا ويدخل في إطار ما يعرف بـ "أخلاقيات

الأنترنت"، إلا أنه لم يكن موجها لصحفيي الجريدة الالكترونية، فكل بنوده جاءت خصيصا لترشيد ممارسات جمهور الموقع فقط.

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية

1.3 نوع الدراسة ومنهجها

2.3 مجتمع الدراسة وعينتها

3.3 أدوات جمع البيانات

4.3 المعالجة الإحصائية للبيانات

1.3 نوع الدراسة ومنهجها

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، والتي تهدف إلى التعرف على درجة التزام الصحافيين الجزائريين والتونسيين بالأخلاقيات المهنية في التدوين الإلكتروني، فضلا عن مدى إدراكهم لمسؤوليتهم الاجتماعية والقانونية في تدويناتهم على مواقع الشبكات الاجتماعية-بالتحديد موقع الفيسبوك-، ومن ثم الكشف عن الفروق بينهم من حيث التزامهم بالأخلاقيات مما يتطلب منا استخدام منهجي المسح والمقارنة المنهجية.

✓ منهج المسح

يعتبر منهج المسح "الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الاتصال بمفرداتها عما يوفر جانبا من الوقت والنفقات والجهد المبذول من خلال خطوات منهجية موضوعية" (عبد الحميد، 2004، صفحة 150).

ويعرف أيضا بالطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، وضمن ظروفها الطبيعية (بن مرسل، 2005، صفحة 289).

ولقد تم توظيفنا لمنهج المسح بهدف جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات والبيانات المفصلة ومختلف الوقائع المتعلقة بممارسة الصحافيين الجزائريين والتونسيين التدوين الإلكتروني على الفيسبوك والمدونات إلى جانب عملهم في مؤسسات إعلامية رسمية، فضلا عن الكشف عن تمثلاتهم للأخلاقيات المهنية في التدوين من خلال استبيان إلكتروني.

✓ المنهج المقارن

يقصد بالمنهج المقارن الوسيلة التي يستخدمها الباحث الاجتماعي في دراسة الظواهر والعمليات والتفاعلات والمؤسسات الاجتماعية دراسة مقارنة تتخصص بدراسة أوجه الشبه والاختلاف بين الظواهر والمؤسسات في مجتمعات مختلفة وبيئات متباينة جغرافيا وإقليميا، وفي مجتمع واحد عبر قنوات زمنية مختلفة (محمد الحسن، 2009، صفحة 57).

ويركز هذا المنهج من البحوث على مقارنة جوانب التشابه والاختلاف بين الظواهر الاجتماعية لغرض اكتشاف العوامل التي تصاحب حدوث ظاهرة اجتماعية أو نمط سلوك معين ويمكن أن تكون المقارنة:

عرضية: تقوم بمقارنة ظاهرة واحدة في أكثر من مجتمع /منطقة في حقبة زمنية واحدة.

طولية: مقارنة ظاهرة واحدة في مجتمع واحد عبر فترة زمنية طويلة من أجل دراسة تطور الظاهرة وتغيرها عبر الوقت (ماجد، 2016، صفحات 28، 29).

وهو كذلك "اصطلاح عام يشير إلى إجراءات تهدف إلى توضيح وتصنيف عوامل السببية في ظهور ظواهر معينة وتطورها، وكذلك أنماط العلاقة المتبادلة في داخل هذه الظواهر بينها وبين بعضها البعض، وذلك بواسطة توضيح التشابهات والاختلافات التي تبينها الظواهر التي تعد من نواح مختلفة قابلة للمقارنة" (علي، 2006، صفحة 132).

ويرجع استخدامنا للمنهج المقارن لطبيعة مجتمع البحث ووحداته التي تتوزع بين بلدين من المغرب العربي (الجزائر وتونس)، وبطبيعة الحال لتسهيل مقارنة المعطيات المتحصل عليها (مقارنة عرضية) وزيادة قدرة الباحثة على إعطاء تفسيرات أكثر قوة للظاهرة المدروسة تسند إلى أدلة وعوامل مختلفة خاصة بكل مجتمع.

2.3 مجتمع الدراسة وعينتها

يُمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة جميع الصحافيين المهنيين الجزائريين والتونسيين العاملين بقطاع الإعلام المطبوع والمسموع والمرئي وفي وكالات الأنباء وحتى الصحافة الالكترونية أو المواقع الالكترونية الإخبارية، على اختلاف المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها عمومية وخاصة؛ ويمارسون التدوين الالكتروني على حساباتهم الخاصة في موقع الفيسبوك.

ونظرا لضخامة مجتمع البحث وتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل فإننا لجأنا إلى استخدام أسلوب المعاينة، والعينة في البحث العلمي هي: "الجزء الذي يختاره الباحث، وفق طرق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما" (عبد الحميد، 2004، صفحة 170).

وتعتمد الدراسة الحالية العينة الحصصية وتعتبر هذه التقنية المقابل غير العشوائي للعينة الطبقية، حيث يتم اختيار مجموعات فرعية ثم تتحكم أريحية الإجراء أو ذاتية الباحث في اختيار المفردات من كل مجموعة فرعية. وتكون العينة الحصصية مفيدة عندما يكون الوقت محدودا، وإطار العينة غير متوفر (وهوما ينطبق على دراستنا الحالية).

و"العينة الحصصية" هي عبارة عن نظام معاينتي تستعمله كثيرا المعاهد المختصة في دراسات السوق واستطلاعات الرأي، حيث يتم تقسيم مجتمع الدراسة، تبعا لبعض متغيرات التوزيع المعروفة

(الجنس، السن أو المستوى التعليمي...)، إلى مجموعات فرعية غير متجانسة، كما هو الحال في العينة الطبقيّة. لكنها تختلف عن العينة الطبقيّة في كون المستطلع حراً في اختيار مفردات العينة من كل طبقة أو حصة، حيث يستخدم التقدير الشخصي لاختيار الوحدات العينية من كل مجموعة على أساس نسبة محددة ذاتياً؛ أي مع عدم مراعاة ضرورة تطابق عدد الوحدات المختارة مع نسب مختلف الفئات في مجتمع الدراسة. إن المقاييس التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تصميم عينة حصصية تشير إلى المتغيرات التي ستستعمل والتي يجب أن تكون قليلة وسهلة التطبيق على مفردات العينة، كما يجب خاصة أن تكون ذات علاقة قوية بمتغيرات الاستبيان (دليو، 2014، صفحات 85، 86).

واعتمدت هذه الدراسة على عينة قوامها 200 مفردة موزعة بالتساوي بين الجزائر وتونس تماشياً مع المعيار الذي وضعته الباحثة في اختيار عينة البحث، والذي يقوم على توزيع مفرداتها بالتساوي بين الجزائر وتونس تماشياً مع طبيعة الدراسة المقارنة بين البلدين محل الدراسة من جهة بمعدل 100 مفردة من كل بلد مع العلم أنه تم إلغاء 3 استمارات من الجزائر ليتساوى العدد مع تونس، ومن المقاييس التي أخذتها الباحثة بعين الاعتبار أيضاً عند تصميم عينة الدراسة هو التنوع من حيث القطاع الإعلامي الذي يشتغل به الصحافيين عينة الدراسة (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون، وكالة أنباء، صحافة إلكترونية أو موقع إلكتروني إعلامي)، فضلاً عن طبيعة المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها (عمومية وخاصة).

3.3 أدوات جمع البيانات

يقصد بأدوات البحث العلمي تلك الوسائل المختلفة التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات والبيانات المستهدفة، ضمن استخدامه لمنهج معين أو أكثر؛ وقد اعتمدت الباحثة على أداة استبيان التي تتوافق مع طبيعة الدراسة وأهدافها، باعتباره أكثر أدوات جمع البيانات ملائمة لدراسة جمهور المتلقين الذي يتميز بسخامة العدد والتشتت. ويعرف الاستبيان على أنه:

أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية مقننة، لتقديم حقائق أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات، ويعتبر الاستقصاء من أكثر الأدوات شيوعاً واستخداماً في منهج المسح وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد (عبد الحميد، 2004، صفحة 353).

وهو أيضا تلك "القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث، من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة" (بن مرسل، 2005، صفحة 220).

وفي هذه الدراسة اعتمدت الباحثة على استمارة استبيان الكترونية عبر خدمات "جوجل درايف" Google Drive⁽²³⁾ موجهة للصحافيين الجزائريين والتونسيين الممارسين للتدوين الالكتروني في حساباتهم الخاصة على موقع الفيسبوك، وقد صيغت أسئلتها صياغة علمية وتم توزيعها على خمسة محاور كبرى نعرضها فيما يأتي:

- المحور الأول: البيانات الشخصية

- المحور الثاني: عادات التدوين الالكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين .

- المحور الثالث: مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين.

- المحور الرابع: مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الالكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين.

- المحور الخامس: تمثلات الصحافيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني

وللتأكد من صلاحية الاستمارة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، قامت الباحثة بعرضها على محكمين⁽²⁴⁾، الذين أبدوا عددا من الملاحظات على أسئلة الاستمارة شملت إعادة صياغة بعض

(23) هو موقع الكتروني تابع لشركة "google"، وتتيح برمجيات هذا الموقع للمستخدمين خلق صفحات لاستبياناتهم الخاصة على الانترنت، وتسمح بإجراء التحليل الإحصائي لهذه المسوح بإعطاء ملخص للردود بالأرقام والنسب، ويمكن إخراجها على شكل ملف إكسل Excel، ومن ثم يمكن تحويلها إلى برنامج المعالجة الإحصائية spss .

(24) تم عرض استمارة الاستبيان على أربعة محكمين:

- الأستاذ نصر الدين العياضي، أستاذ التعليم العالي بكلية علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3.

- الأستاذ أحمد عبدلي، أستاذ التعليم العالي بكلية أصول الدين بجامعة الأمير عبد القادر-قسنطينة

- الأستاذ عبد الحميد بوشوشة، أستاذ محاضر بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري بجامعة قسنطينة3.

- الأستاذ طيبي رايح، أستاذ مساعد بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة.

بدائل الإجابات، وإضافة وحذف البعض الآخر وقد قامت الباحثة بإجراء التعديلات المطلوبة. وقد اكتفت الباحثة بإجراءات الصدق فقط على حساب اختبار الثبات، لأن الثبات جزء من الصدق ومظهر من مظاهره كما أن الصدق أشمل وأعم ويعتبر كافيا لضبط استمارة الدراسة من جهة، (مبتعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية، 2017)، ولصعوبة الوصول الى أفراد عينة الدراسة من جهة أخرى خصوصا من تونس مما قد يتطلب جهدا ووقتا اضافيين من الطالبة .

وبعد تحكيم الاستمارة وتصحيحها، تلتها مرحلة توزيعها لمدة ثلاثة أشهر (بداية من شهر سبتمبر 2019 إلى غاية ديسمبر 2019) عبر موقع شبكة الفيسبوك، حيث بلغ عدد المبحوثين 200 مفردة موزعة بالتساوي بين البلدين محل الدراسة (الجزائر وتونس).

وتجدر الإشارة الى أن الدراسة في مجملها قد امتدت لسبع سنوات (من 2015 إلى مطلع 2022)، تخللتها العديد من العراقيل أبرزها تعديل عنوان الدراسة خلال العام 2018 بتضييق المجال البشري من ثلاث دول مغربية (اسقاط دولة المغرب من الدراسة) إلى دولتين فقط هما الجزائر وتونس، وصولا إلى توزيع الاستمارة خلال العام 2019 ومن ثم تحليل البيانات باستخدام برنامج spss خلال العام 2020 لنصل إلى المحطة الأخيرة والممثلة في تحليل النتائج ومناقشتها خلال العامين الأخيرين.

4.3 المعالجة الإحصائية للبيانات

اعتمدت الباحثة في عمليات التحليل الإحصائي على برنامج SPSS، حيث تمت المعالجة الإحصائية للبيانات عبر تطبيق العديد من المعاملات الإحصائية التي تلائم كل متغير على النحو التالي:

✓ **الجدول والتوزيعات التكرارية:** حيث قامت الباحثة بعرض المتغيرات في جداول ثنائية تهدف إلى الكشف عن التكرارات والنسب المئوية مقارنة بين تونس والجزائر.

✓ **اختبار كا2:** ويقوم بالكشف عن الفروق بين التكرارات بين متغيرين سواء اشتملت هذه المتغيرات على مجموعتين أو أكثر من ذلك.

✓ **اختبار T-Test:** وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات بين مجموعتين (الصحافيين الجزائريين والتونسيين)

✓ اختبار تحليل التباين **Anova** لفischer: وذلك لقياس الفروق بين المتوسطات الحسابية بين مجموعتين.

-وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مستوى دلالة يبلغ 0.05 فأقل، لاعتبار الفروق ذات دلالة إحصائية من عدمه.

✓ مقياس شدة الاتجاه

اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على مقياس ليكرت لمعالجة التساؤل الخامس للدراسة الخاص بتمثلات الصحافيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الإلكتروني، حيث تم طرح ثمانية أسئلة على أفراد العينة ليجيبوا على كل سؤال بلغة درجات، إذ يتضمن المقياس خمس فئات هي: دائماً، غالباً، أحياناً، نادراً، أبداً. ومن خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات الباحثين حول المقياس تم تحديد المستوى المرجح له. مع الأخذ بعين الاعتبار أنه تم تقدير الاتجاه العام لكل عبارة بترجيح وزنها بعدد الباحثين الذين يتفقون عليها ويخالف ذلك تبعاً لطبيعة العبارات ايجابية كانت أو سلبية.

ولتحديد مجال المتوسط الحسابي المرجح تم حساب المدى (5-1=4) ثم تقسيمه على 3 للحصول على طول الخلية (3/4=1.33) ومن ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية. وبناءً على ذلك فإن العبارات (التي يتراوح متوسطها الحسابي بين 1-2.33) يكون تقييمها منخفضاً أو متدن، والفقرات التي يكون متوسطها الحسابي محصوراً في المجال (2.34-3.66) يكون تقييمها متوسطاً، أما الفقرات التي يكون متوسطها الحسابي محصوراً في المجال (3.67-5) يكون تقييمها مرتفعاً / عال.

الفصل الرابع

عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

- 1.4 خصائص وسمات عينة الدراسة
- 2.4 عادات التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين
- 3.4 مدى مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين
- 4.4 مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين
- 5.4 تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني
- 6.4 نتائج الدراسة الميدانية

بعد استعراض مختلف الجوانب والأبعاد المرتبطة بنشاط التدوين الإلكتروني، الذي ارتبط لفترات طويلة بالمدونات الإلكترونية، وصولاً إلى مواقع الشبكات الاجتماعية وتطورها بذات خصائص ومزايا المدونات، خصوصاً موقع الفيسبوك الذي اعتمد للتدوين مصطلح "Post"، باعتباره الشبكة الأكثر رواجاً في العالم لما يتميز به من سهولة تقنية في استخدامه وردوده السريعة وتفاعلية أكبر، ما شجع أغلبية المدونين بما فيهم الصحفيين للانتقال إليه؛ سيتم فيما يلي عرض الجداول الخاصة بالدراسة الميدانية المقارنة التي تم إنجازها على عينة من الصحفيين الجزائريين والتونسيين الممارسين للتدوين الإلكتروني في حساباتهم الخاصة على موقع الفيسبوك بالاعتماد على استمارة اشتملت على 37 سؤالاً وهذا بعد استرداد ردود المبحوثين والذي قدر بـ 200 رد، لننتقل إلى المرحلة الأخيرة وهي التعليق على البيانات وتفسيرها وتحليلها للوصول إلى النتائج النهائية للدراسة ومحاولين الإجابة على التساؤل التالي:

هل يحق للصحافي حين يعتمد مواقع الشبكات الاجتماعية أن يتخلى عن مكانته "كقائم بالاتصال" الذي يجب أن يتمتع بمهارة الكتابة ومهارة التحدث والقدرة على التفكير الموزون والتحليل؟ وهل يحق له أن يناقض سياسة مؤسسته الإعلامية؟

1.4 خصائص وسمات عينة الدراسة

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة وفقاً للبلد

البلد	ك	%
الجزائر	100	100.0
تونس	100	100.0
المجموع	200	100.0

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (02) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً للبلد، حيث كان عدد المبحوثين متساوي بين الجزائر وتونس وبلغ 100 مفردة بكل بلد ، وهو ما جاء متوافقاً مع المعيار الذي وضعتة الباحثة في اختيار عينة البحث، والذي يقوم على توزيع مفرداتها بالتساوي بين الجزائر وتونس تماشياً مع طبيعة الدراسة المقارنة بين البلدين محل الدراسة.

الجدول المقارن رقم (03): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الجنس

المجموع		تونس		الجزائر		البلد
%	ك	%	ك	%	ك	المتغير
61.0	122	46.0	46	76.0	76	الجنس
39.0	78	54.0	54	24.0	24	ذكر
						أنثى
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع
الدلالة الإحصائية = 0.000		درجة الحرية = 1		قيمة كا ² = 18.916		

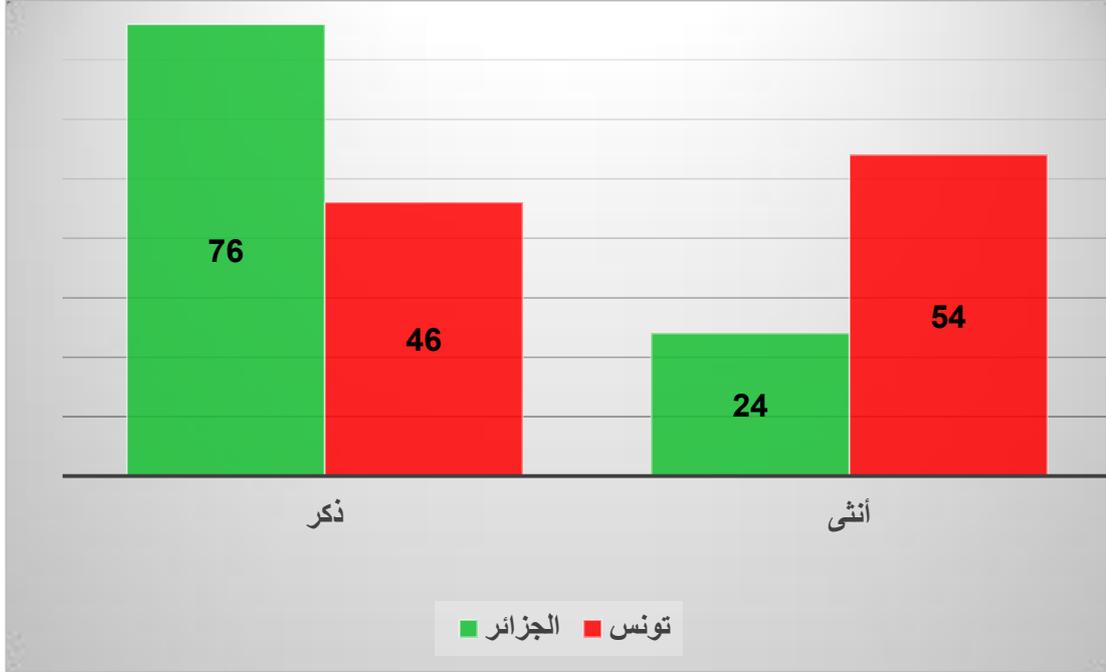
المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بناءً على الجدول رقم (03) الذي يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس، يتضح أن أكثر من نصف أفراد العينة هم ذكور وعددهم 122 مفردة من إجمالي عينة الدراسة بنسبة 61 %، فيما بلغ عدد الإناث 78 مفردة بنسبة 39 % من إجمالي عينة الدراسة.

كما يتضح من الجدول المقارن أعلاه، أن قيمة كاف تربيع قدرت بـ 18.916 عند درجة حرية قدرها 1، وكانت الدلالة الإحصائية أقل من 0.05، مما يعني وجود فرق في توزيع المبحوثين بين البلدين

محل الدراسة وفقا لمتغير النوع، إذ نلاحظ أن عدد الذكور أعلى في الجزائر وبلغ 76 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين في الجزائر والمقدر بـ100 مفردة (أي نصف أفراد العينة الإجمالية)، في المقابل نجد عدد الإناث أعلى في تونس وقدر بـ54 مفردة من إجمالي عدد المبحوثين في تونس والمقدر بـ100 مفردة.

رسم بياني مقارن رقم(09): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(04): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب التخصص العلمي

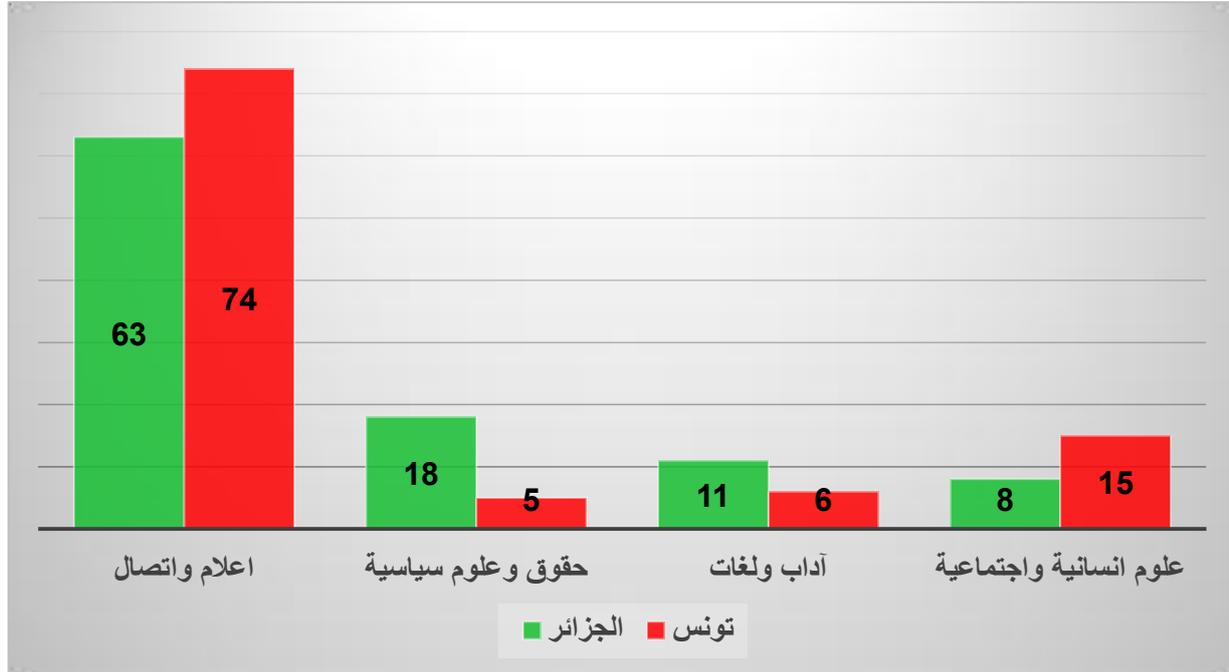
المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	التخصص
68.5	137	74.0	74	63.0	63	إعلام واتصال
11.5	23	5.0	5	18.0	18	حقوق وعلوم سياسية
8.5	17	6.0	6	11.0	11	آداب ولغات
11.5	23	15.0	15	8.0	8	علوم إنسانية واجتماعية(تاريخ، علم النفس، علم اجتماع)
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول رقم (04) المتعلق بتوزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي أن معظم الباحثين ينتمون إلى تخصص علوم الإعلام والاتصال بنسبة 68.5 % من إجمالي حجم العينة؛ يليهم في المرتبة الثانية بفارق كبير كل من تخصص حقوق وعلوم سياسية وتخصص علوم إنسانية واجتماعية بنسبة متساوية بلغت 11.5%، ثم تخصص آداب ولغات في المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 8.5%.

ويلاحظ من الجدول السابق عدم وجود اختلاف في توزيع الباحثين بين الجزائر وتونس وفقاً للتخصص العلمي، حيث تظهر النتائج أن تخصص علوم الإعلام والاتصال شكل النسبة الأكبر في كل بلد مع تسجيل تفاوت طفيف بين البلدين حيث بلغت النسبة 63% في الجزائر و 74 % في تونس من إجمالي عدد الباحثين المقدر بـ100 مفردة من كل بلد، ويعود ذلك بالأساس إلى أن العمل في قطاع الإعلام يعطي الأولوية لأصحاب التخصص، ولكن يفتح باب التوظيف أيضاً للتخصصات الأخرى باعتبار أن علوم الإعلام والاتصال هو جسر أكاديمي بين مختلف العلوم السياسية والاجتماعية والإنسانية وغيرها.

رسم بياني مقارن رقم(10): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب التخصص العلمي



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب القطاع الإعلامي الذي يشتغلون به

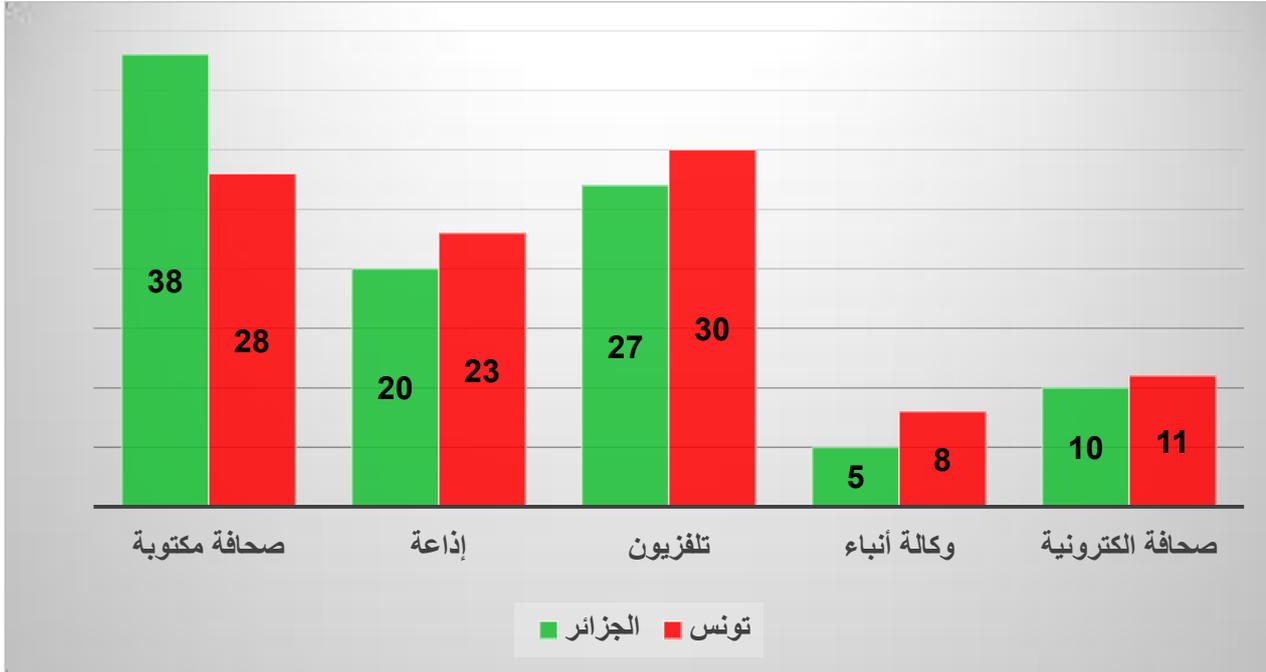
المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
القطاع	ك	%	ك	%	ك	%	ك
صحافة مطبوعة	38	38.0	28	28.0	66	33.0	
إذاعة	20	20.0	23	23.0	43	21.5	
تلفزيون	27	27.0	30	30.0	57	28.5	
وكالة أنباء	5	5.0	8	8.0	13	6.5	
صحافة الكترونية	10	10.0	11	11.0	21	10.5	
المجموع	100	100.0	100	100.0	200	100.0	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تبين نتائج الجدول أعلاه ارتفاع عدد المبحوثين الذين يشتغلون في قطاع الصحافة المطبوعة بنسبة بلغت 33%، يليهم في المرتبة الثانية قطاع التلفزيون بنسبة 28.5%، بينما جاء في المرتبة الثالثة والرابعة على التوالي قطاع الإذاعة بنسبة 21.5% والصحافة الالكترونية بنسبة 10.5%، وفي المرتبة الأخيرة نجد وكالات الأنباء بنسبة بلغت 6.5% من إجمالي عينة الدراسة، وهو أمر طبيعي حيث توجد وكالة أنباء واحدة في كل بلد (وكالة الأنباء الجزائرية و وكالة تونس أفريقيا للأنباء).

كما يتضح من الجدول السابق أيضاً وجود فروق بين البلدين محل الدراسة في توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير القطاع الإعلامي الذي يشتغلون به، حيث تعود أعلى نسبة في الجزائر إلى الصحفيين الذين ينتمون إلى قطاع الصحافة المطبوعة بنسبة 38%، يليها التلفزيون بنسبة 27% من إجمالي عدد المبحوثين (المقدر بـ100 مفردة)، بينما نجد أكبر عدد من الصحفيين التونسيين الذين يشتغلون بقطاع التلفزيون بنسبة بلغت 30% من إجمالي عدد المبحوثين (المقدر بـ100 مفردة). وهو ما يعكس طبيعة الساحة الإعلامية في كلا البلدين إذ أن أكبر عدد من وسائل الإعلام الجزائرية هي مؤسسات الصحافة المطبوعة ثم يليها التلفزيون خصوصا بعد انفتاح قطاع السمع البصري في الجزائر منذ 2012 وظهور العديد من القنوات التلفزيونية الخاصة، بينما في الجارة تونس عدد الجرائد المطبوعة يعد على الأصابع وتكثر بها القنوات التلفزيونية.

رسم بياني مقارن رقم(11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب القطاع الذي يشتغلون به



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(06): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية

المتغير	الجزائر		تونس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
المؤسسة						
عمومية	47	47.0	43	43.0	90	45.0
خاصة	53	53.0	57	57.0	110	55.0
المجموع	100	100.0	100	100.0	200	100.0

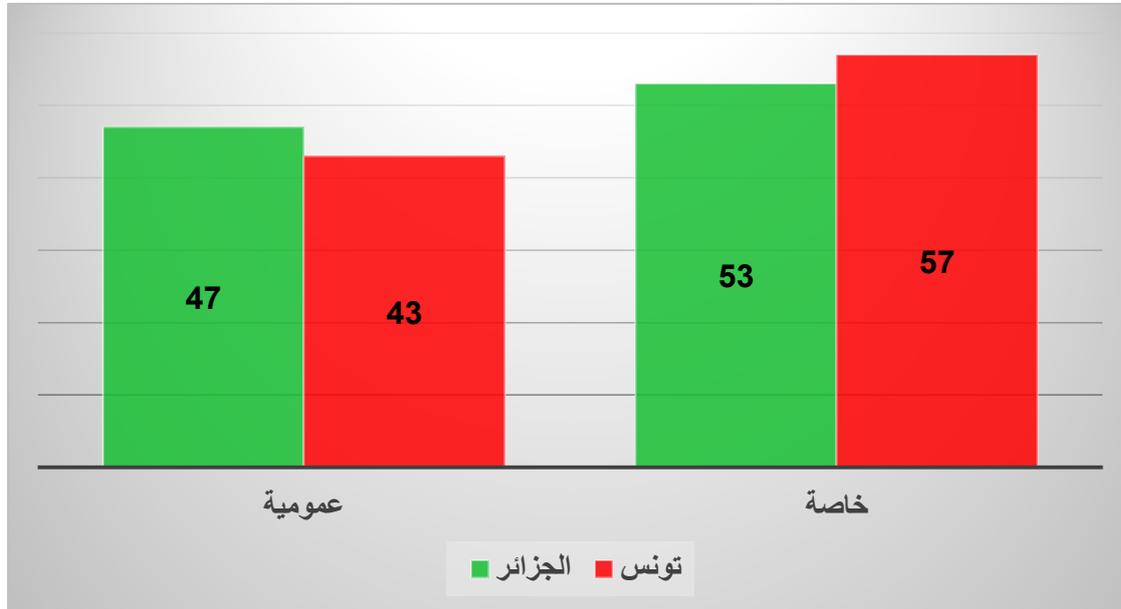
المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بناءً على الجدول رقم (06) الذي بين توزيع أفراد العينة المدروسة حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية، يتضح ارتفاع عدد المبحوثين المنتمين إلى المؤسسات الخاصة بنسبة 55% من إجمالي عينة الدراسة، وهي نسبة أعلى من عدد المؤسسات الصحفية العمومية الذي بلغ 45% من إجمالي حجم العينة. وهو أمر طبيعي مرده إلى الانفتاح الإعلامي في كلا البلدين محل الدراسة.

كما نلاحظ من خلال نتائج الجدول رقم(06) توافق بين الجزائر وتونس في توزيع أفراد العينة وفقاً لطبيعة المؤسسة الصحفية، حيث يرتفع عدد المؤسسات الإعلامية الخاصة مقابل المؤسسات الحكومية

في كل بلد، وهو ما يعكس طبيعة الساحة الإعلامية بكل منهما مع فارق ضئيل لصالح تونس نظرا لوجود حتى مؤسسات إذاعية خاصة على خلاف الجزائر التي لا تتوفر إلا على إذاعات عمومية.

رسم بياني مقارن رقم(12): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية التي ينتمون إليها



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(07): يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
الخبرة		%	ك	%	ك	%	ك
أقل من 5 سنوات		9.0	9	20.0	20	14.5	29
من 5 إلى 10 سنوات		31.0	31	35.0	35	33.0	66
أكثر من 10 سنوات		60.0	60	45.0	45	52.5	105
المجموع		100.0	100	100.0	100	100.0	200

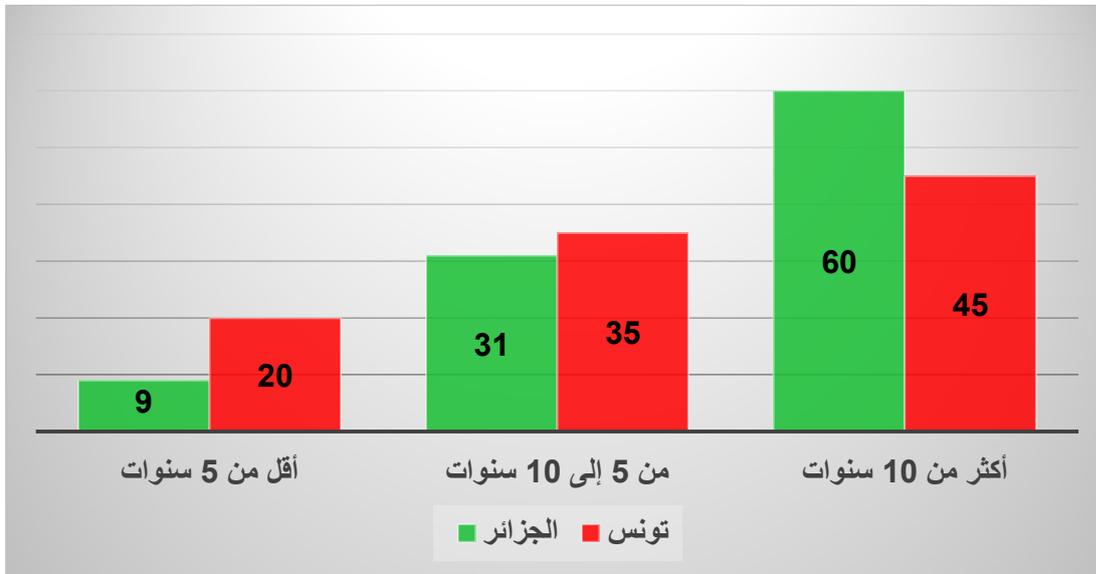
المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

توضح نتائج الجدول رقم(07) الخاص بالخبرة المهنية لأفراد العينة المدروسة ارتفاع ملحوظ في عدد الصحافيين المبحوثين ذوو الخبرة الطويلة في مجال الصحافة، فقد جاء أصحاب الفئة (أكثر من 10 سنوات) في المرتبة الأولى بنسبة بلغت 52.5 % أي أكثر من نصف العينة، يليهم في المرتبة الثانية

المبحوثين في الفئة (من 5 إلى 10 سنوات) بنسبة 66 %، بينما جاء أصحاب الفئة (أقل من 5 سنوات) في المرتبة الأخيرة بفارق كبير عن الفئتين السابقتين بنسبة 14.5 % .

كما يبين الجدول أعلاه تماثل في توزيع أفراد العينة بين البلدين محل الدراسة وفقا للخبرة المهنية، حيث تتفوق فئة أصحاب الخبرة العالية (أكثر من 10 سنوات) بنسبة بلغت 60% من إجمالي عدد المبحوثين في الجزائر وبنسبة 45 % من إجمالي عدد المبحوثين في تونس والمقدر بـ100 مفردة من كل بلد. وهو ما قد يرجع إلى أن الأشخاص الأكثر خبرة هم الأكثر إقبالا على ممارسة التدوين وهذا أمر متوقع على اعتبار أن فعل التدوين الالكتروني هو في أصله مرتبط بفعل الكتابة والتي تتطلب قدرا من المهارة والوعي والجرأة.

رسم بياني مقارن رقم(13): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب الخبرة المهنية



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(08): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب لغة العمل

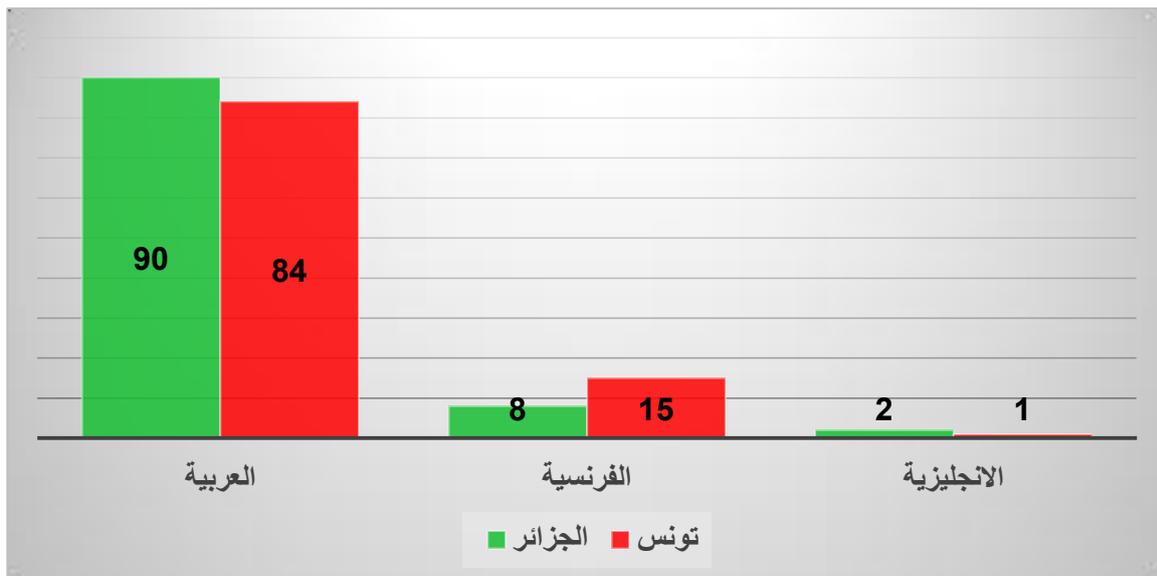
المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
اللغة	ك	%	ك	%	ك	%	ك
العربية	90	90.0	84	84.0	174	87.0	
الفرنسية	8	8.0	15	15.0	23	11.5	
الانجليزية	2	2.0	1	1.0	3	1.5	
المجموع	100	100.0	100	100.0	200	100.0	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

توضح نتائج الجدول أعلاه توزيع عينة الدراسة وفقاً للغة العمل في المؤسسة الصحفية حيث نجد أن معظم أفراد العينة وعددهم 174 مفردة بنسبة بلغت 87 % يستخدمون اللغة العربية في العمل، تليها اللغة الفرنسية بنسبة 11.5% من إجمالي عينة الدراسة وبلغ عددهم 23 مفردة، ثم نجد في الأخير اللغة الانجليزية بنسبة ضئيلة جدا بلغت 1.5% .

ومن خلال الإحصائيات المسجلة في الجدول رقم (08) وبالمقارنة بين البلدين نجد أن اللغة العربية هي الأكثر استخداما من طرف الصحافيين الجزائريين والتونسيين أفراد العينة بنسبة 90% و 84% على التوالي من إجمالي عدد المبحوثين في كل بلد والمقدر بـ100 مفردة.

رسم بياني مقارن رقم(14): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب لغة العمل



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(09): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب العضوية في نقابة الصحفيين

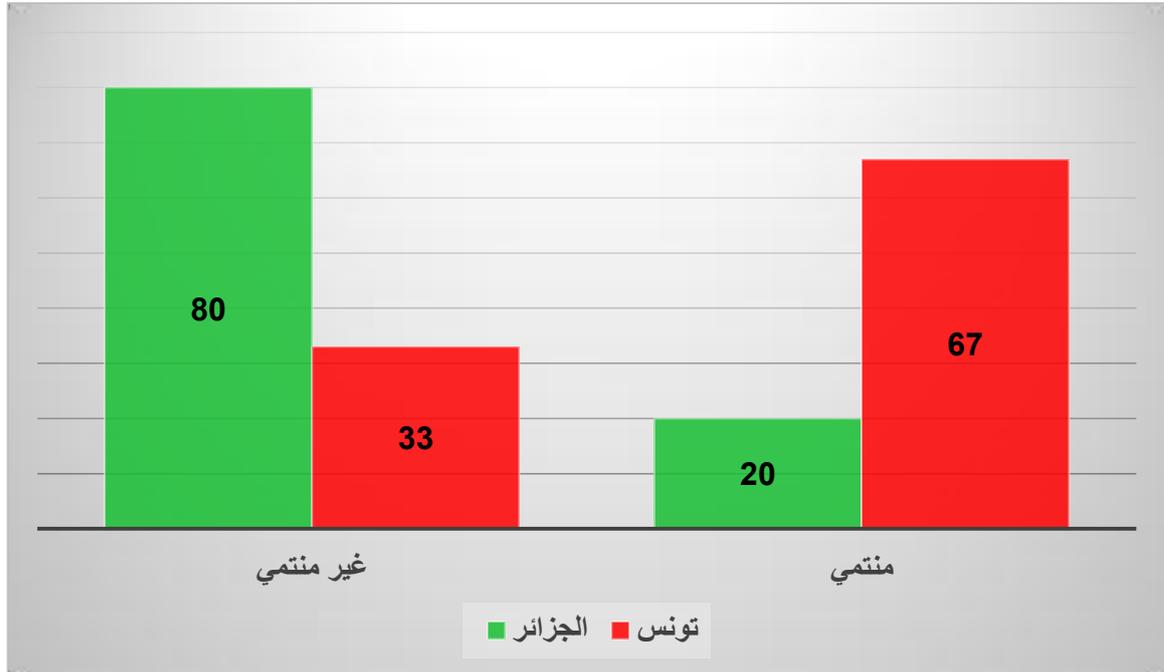
المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	النقابات
43.5	87	67.0	67	20.0	20	عضو في النقابة
56.5	113	33.0	33	80.0	80	غير منتمي للنقابة
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

كما تعكسه معطيات الجدول أعلاه فإن معظم المبحوثين الجزائريين ممن أجابوا على الاستبيان لا ينتمون إلى النقابات المهنية ونسبتهم 80% من إجمالي المبحوثين المقدر بـ100 مفردة، في حين أن 20% فقط منهم ينتمون إليها؛ وهو ما يمكن إرجاعه إلى عجز كل التنظيمات المهنية النقابية التي عرفت الساحة الإعلامية في الدفاع عن حقوق الصحفيين بما فيها النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين رغم أنها حاولت تجنب كل الأخطاء التي وقعت فيها التجارب التي سبقتها (جمعية الصحفيين الجزائريين ورابطة الصحفيين الجزائريين) كالتسييس المفرط والمناورات التي كانت تحول الأنظار عن مشاكل الأسرة الإعلامية (معيزي، 2015، صفحة 281)، لذلك هناك نوع من الهوة أو قلة ثقة من طرف الصحفيين في الجزائر اتجاه النقابات المهنية. وهذا بالرغم من المكانة التي اكتسبها المجلس الوطني للصحفيين الجزائريين في الآونة الأخيرة والذي يعرف نشاطا واسعا في الساحة الإعلامية الجزائرية عبر مختلف مكاتبه في أنحاء الوطن.

وبخلاف الجزائر، فإن غالبية الصحفيين التونسيين ينتمون للنقابات المهنية بنسبة بلغت 67% من إجمالي المبحوثين المقدر بـ100 مفردة مقابل 33% فقط لا ينتمون إلى هذه التنظيمات ويمكن تفسير هذه النتائج إلى المكانة البارزة التي اكتسبتها النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين من خلال انشغالها بالدفاع عن حقوق أصحاب المهنة الصحفية والمشاركة في كل اللقاءات والنقاشات والحوارات التي تتعلق بقطاع الصحافة والاتصال السمعي البصري وحرية التعبير وغيرها حتى مع أعلى هرم في السلطة وكل الهيئات الوطنية والأشخاص الفاعلين في البلد.

رسم بياني مقارن رقم(15): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب الانتماء إلى النقابات المهنية



المرجع: إعداد الباحثة

2.4 عادات وأنماط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين:

الجدول المقارن رقم(10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مدة امتلاك حساب على الفيسبوك

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	امتلاك حساب على الفيسبوك
3.0	6	6.0	6	0	0	من سنة إلى 3 سنوات
22.0	44	23.0	23	21.0	21	من 4 إلى 6 سنوات
75.0	150	71.0	71	79.0	79	أكثر من 6 سنوات
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

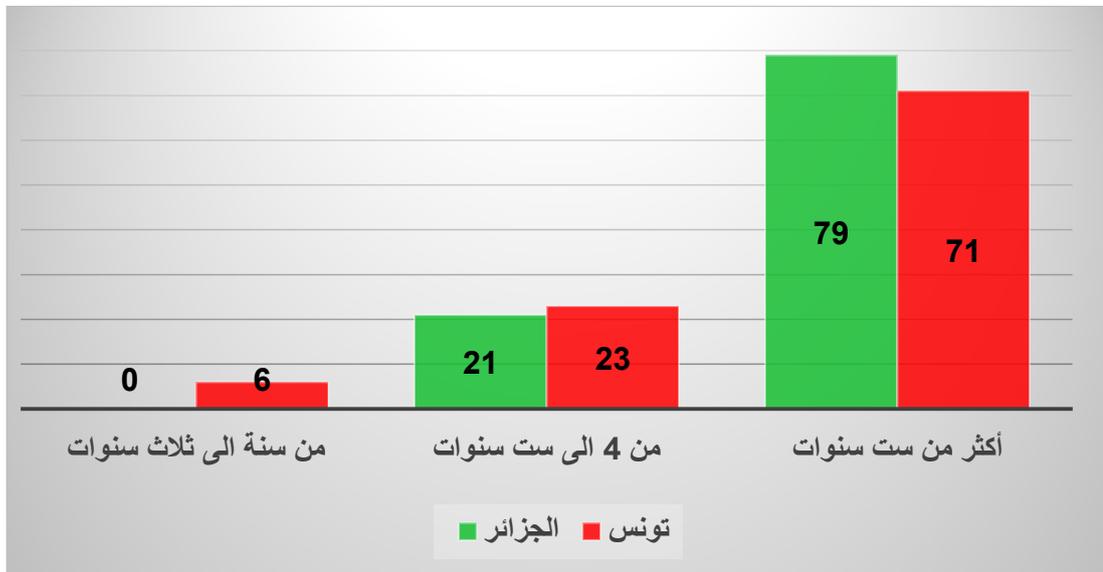
المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بفحص نتائج الجدول (10)، يتبين لنا أن أغلبية المبحوثين قد امتلكوا حساباً على موقع شبكة الفيسبوك منذ أكثر من 6 سنوات بنسبة بلغت 75% من إجمالي عينة الدراسة، في حين ذكر 22% من أفراد العينة أنهم فتحوا حساباً على الموقع منذ 4 إلى 6 سنوات، بينما قال 3% فقط من الصحفيين عينة الدراسة أنهم امتلكوا حساباً على الفيسبوك منذ سنة إلى ثلاث سنوات.

ويتضح من الجدول السابق، أن أغلبية الصحافيين عينة الدراسة سواء من الجزائر أو من تونس قد بدءوا استخدام موقع الفيسبوك وامتلاك حساب خاص فيه منذ أزيد من 6 سنوات بنسبة 79% و 71% من إجمالي عدد المبحوثين بكل بلد منهما وعلى التوالي، والذي يُقدر بـ100 مفردة ويعود ذلك للنمو الهائل لموقع الفيسبوك في العالم منذ بداية عام 2011، وهو الموقع الأكثر شعبية في الوطن العربي، إذ تشير الإحصائيات إلى أن الموقع يضم حوالي 156 مليون مستخدم فعال بحلول أوائل عام 2017، وذلك ارتفاعاً من 115 مليون مستخدم عن العام 2016. كما يشير التقرير أيضاً إلى أن هناك ما يقارب 17 مليون جزائري يستخدمون الفيسبوك بمعدل اختراق بلغ 43% من إجمالي عدد السكان وبزيادة قدرت بـ9.3 مليون مستخدم جديد، في حين وصل عدد مستخدمي الفيسبوك في تونس إلى حوالي 6 مليون بمعدل اختراق قدر بـ55% وبزيادة بلغت 1.4 مليون مستخدم جديد عن سنة 2014 (Salem, 2017, pp. 33-36).

وتتفق نتائج هذه الدراسة مع ما توصلت إليه الباحثة شهرزاد بن عمار حول "أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة-دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحافيين الجزائريين"، حيث تشير النتائج إلى أن أكثر من نصف أفراد العينة بدأوا في استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية - خصوصا الفيسبوك- منذ أكثر من سبع سنوات بنسبة بلغت 55% (بن حمودة، 2017، صفحة 159).

رسم بياني مقارن رقم (16): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب مدة امتلاك حساب في الفيسبوك



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(11): يوضح توزيع المبحوثين حسب طبيعة حساب الفيسبوك الخاص بهم

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	طبيعة الحساب
83.5	167	75.0	75	92.0	92	حقيقي
11.0	22	17.0	17	5.0	5	مستعار
5.5	11	8.0	8	3.0	3	مهني
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

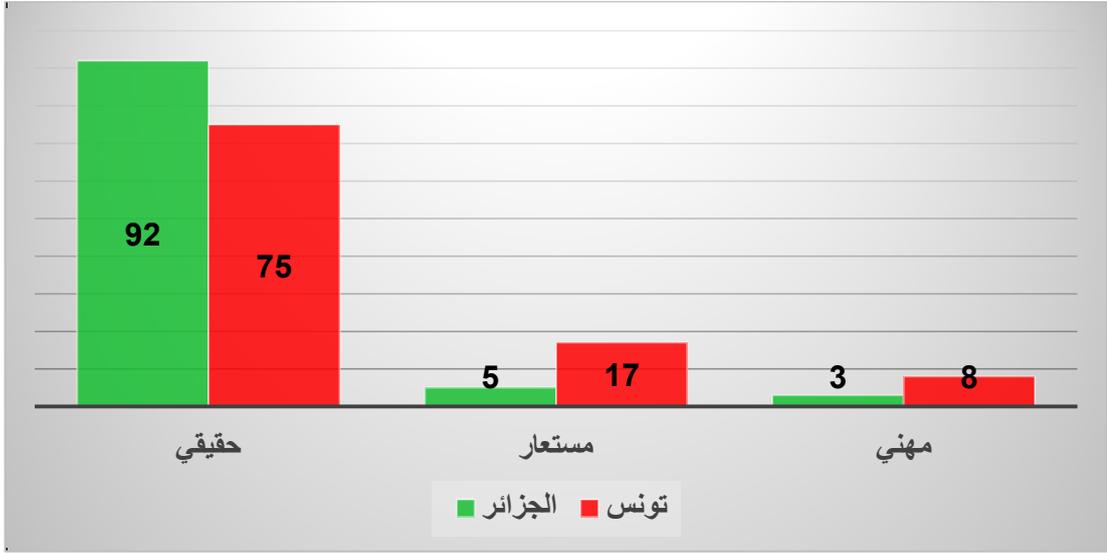
المراجع: بيانات الدراسة الميدانية

كما هو موضح في الجدول أعلاه، فإن غالبية أفراد العينة وعددهم 167 مفردة بما يعادل نسبة 83.5% من إجمالي عينة الدراسة يملكون حساب حقيقي على موقع شبكة الفيسبوك، في حين ذكر 11% من المبحوثين وعددهم 22 مفردة أن حساباتهم بأسماء مستعارة. في المقابل لا نجد سوى 5.5% من أفراد العينة وعددهم 11 مبحوث من إجمالي عينة الدراسة يملكون حساب مهني في الموقع.

ويتضح من الجدول السابق أيضاً عدم وجود فروق بين إجابات الصحافيين الجزائريين والتونسيين المبحوثين من حيث طبيعة الحساب الذي يمتلكونه على موقع الفيسبوك، حيث أن غالبية أفراد العينة ذكروا أن حساباتهم حقيقية (شخصية)، ما يعادل 92% من إجمالي المبحوثين المستجوبين من الجزائر والمقدر عددهم بـ100 مفردة، و75% من إجمالي المبحوثين المستجوبين من تونس وعددهم 100 مفردة أيضاً. وتتفق نتائج هذه الدراسة مع دراسة الباحثة التونسية إشراق بن حمودة حول مدى التزام الصحافيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك، فمن خلال رصد المحتويات المشاركة لعينة دراستها لاحظت أن غالبية الصحافيين يستخدمون الفيسبوك لغايات شخصية من خلال نشر صور عائلاتهم وأصدقائهم و مقاطع فيديو أو أغاني تعكس اهتماماتهم الشخصية، كما ينشرون مواقفهم الخاصة وخواطرهم... الخ (بن حمودة، 2017، صفحة 53).

وعلى ضوء هذه الإجابات، يتضح أن غالبية الصحافيين عينة الدراسة من كلا البلدين لا يحبذون إنشاء حسابات مهنية على موقع الفيسبوك، إذ يجدون في الحساب الشخصي نوعاً من الحرية التي لا تتوفر في مكان عملهم، وهم بذلك لا يلزمون مؤسساتهم الإعلامية بما ينشرونه في حساباتهم، رغم أنه من الصعب الفصل بين الحدود الشخصية والمهنية للصحفي حتى على حسابه الخاص في موقع الفيسبوك.

رسم بياني مقارن رقم (17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب طبيعة حساب الفيسبوك



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم (12) : يبين طبيعة الحساب في الفيسبوك حسب متغير الجنس في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين						
المجموع	طبيعة الحساب		المجموع	طبيعة الحساب		المجموع	طبيعة الحساب		الجنس				
	مهني	مستعار		حقيقي	مهني		مستعار	حقيقي			مهني	مستعار	حقيقي
46	2	4	40	76	2	3	71	122	4	7	111	ك	ذكر
46.0	25.0	23.5	53.3	76.0	66.7	60.0	77.2	61.0	36.4	31.8	66.5	%	
54	6	13	35	24	1	2	21	78	7	15	56	ك	أنثى
54.0	75.0	76.5	46.7	24.0	33.3	40.0	22.8	39.0	63.6	68.2	33.5	%	
100	8	17	75	100	3	5	92	200	11	22	167	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
6.500			0.915				12.780			قيمة اختبار كا ²			
0.039			0.633				0.002			الدلالة الإحصائية			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تهدف الباحثة من خلال إدراج الجدول أعلاه إلى معرفة أثر متغير الجنس على طبيعة الحساب المملوك في الفيسبوك (حقيقي، مستعار، مهني) للصحافيين المبحوثين، حيث نجد أنه في مجموع البلدين كانت قيمة كاف تربيع 12.780 بدلالة إحصائية أقل من 0.05 مما يعني وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع

وطبيعة الحساب؛ أي هناك فروق فردية بين الذكور والإناث من حيث طبيعة الحساب على الفيسبوك، حيث نجد أكبر عدد من الصحافيين الذين يملكون حساب باسمهم الحقيقي على الفيسبوك هم ذكور وعددهم 111 من أصل 167 صحافي ما يعادل نسبة 66.5% مقابل 33.5% للإناث وعددهم 56 صحافية؛ بينما غالبية الصحافيين المبحوثين الذين لديهم حساب مستعار وحتى مهني هم من الإناث بنسبة بلغت 68.2% من مجموع 22 صحافي يملك حساب باسم مستعار و63.6% من أصل 11 مبحوث يملكون حساب مهني.

وتوضح الإحصائيات المدرجة في الجدول المقارن رقم (12) وجود فروق بين البلدين محل الدراسة، ففي الجزائر قدرت قيمة كاف تربيع 0.915 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع وطبيعة الحساب للمبحوثين، أي أن جنس المبحوث لا يؤثر على طبيعة حسابه في موقع شبكة الفيسبوك.

أما في تونس فكانت قيمة كاف تربيع 6.500 بدلالة إحصائية أقل من 0.05 مما يعني وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير النوع وطبيعة حساب المبحوث، إذن هناك اختلافات جوهرية بين الجنسين حيث يميل الصحافيين التونسيين الذكور لاستخدام الاسم الحقيقي في حساباتهم، إذ نجد أنه من بين 53% ممن وضعوا اسما مستعاراً (وعدهم 75 مفردة) هم ذكور مقابل 46.7% للإناث؛ في حين يميل الصحافيين الإناث لاستخدام الاسم المستعار والاسم المهني في الفيسبوك بنسبة بلغت 76.5% (من أصل 17 مبحوث) و 75% (من مجموع 8 مبحوث) على التوالي.

الجدول المقارن رقم (13): يبين طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك حسب متغير التخصص العلمي في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين				التخصص		
طبيعة الحساب			طبيعة الحساب				طبيعة الحساب						
المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	ك	%
74	6	14	54	63	2	3	58	137	8	17	112	ك	إعلام واتصال
74.0	75.0	82.4	72.0	63.0	66.7	60.0	63.0	68.5	72.7	77.3	67.1	%	
5	1	0	4	18	1	2	15	23	2	2	19	ك	حقوق وعلوم سياسية
5.0	12.5	0.0	5.3	18.0	33.3	40.0	16.3	11.5	18.2	9.1	11.4	%	
6	0	0	6	11	0	0	11	17	0	0	17	ك	آداب ولغات
6.0	0.0	0.0	8.0	11.0	0.0	0.0	12.0	8.5	0.0	0.0	10.2	%	
15	1	3	11	8	0	0	8	23	1	3	19	ك	علوم اجتماعية
15.0	12.5	17.6	14.7	8.0	0.0	0.0	8.7	11.5	9.1	13.6	11.4	%	
100	8	17	75	100	3	5	92	200	11	22	167	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
4.087			3.549				4.371				قيمة اختبار كا2		
0.665			0.737				0.627				الدلالة الإحصائية		

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

نسعى من خلال هذا الجدول معرفة طبيعة الحساب المملوك في الفيسبوك للصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب تخصصهم العلمي، حيث نجد أنه في مجموع البلدين كانت قيمة كاف تربيع 4.371 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير التخصص وطبيعة الحساب.

كما توضح الإحصائيات المدرجة في الجدول المقارن رقم (13) عدم وجود فروق بين البلدين محل الدراسة، ففي الجزائر قدرت قيمة كاف تربيع 3.549 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، أما في تونس فكانت قيمة كاف تربيع 4.087 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، وهو ما يعني عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين متغير التخصص العلمي للمبحوثين من كلا البلدين وطبيعة الحساب، أي أن تخصص المبحوث (إعلام واتصال، حقوق وعلوم سياسية، آداب ولغات، علوم اجتماعية) لا يؤثر على طبيعة حسابه في موقع شبكة الفيسبوك.

الجدول المقارن رقم (14) : يبين طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين				طبيعة المؤسسة الإعلامية		
المجموع	طبيعة الحساب		طبيعة الحساب				طبيعة الحساب						
	مهني	مستعار	حقيقي	المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	ك	%
43	5	10	28	47	2	2	43	90	7	12	71	ك	عمومية
43.0	62.5	58.8	37.3	47.0	66.7	40.0	46.7	45.0	63.6	54.5	42.5	%	
57	3	7	47	53	1	3	49	110	4	10	96	ك	خاصة
57.0	37.5	41.2	62.7	53.0	33.3	60.0	53.3	55.0	36.4	45.5	57.5	%	
200	8	17	75	100	3	5	92	200	11	22	167	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
3.960			0.567				2.770				قيمة اختبار كاف تربيع		
0.138			0.753				0.250				الدالة الإحصائية		

المرجع : بيانات الدراسة الميدانية

من خلال هذا الجدول نسعى إلى معرفة أثر متغير طبيعة المؤسسة التي يشتغل بها الصحفيين عينة الدراسة على طبيعة الحساب الخاص بهم في موقع شبكة الفيسبوك، وقد بينت النتائج عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين نوع الحساب وطبيعة المؤسسة، حيث كانت قيمة كاف تربيع في مجموع البلدين تساوي 2.770

بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، مع الأخذ بعين الاعتبار أن غالبية الصحافيين عينة الدراسة الذين يملكون حساب حقيقي ينتمون إلى مؤسسات إعلامية خاصة بنسبة 57.5% (وعددهم 96 من أصل 167 مفردة) مقابل 42.5% يشتغلون بمؤسسات حكومية (وعددهم 71 من أصل 167 مبحوثاً). في حين يميل معظم صحافي القطاع العمومي الحسابات المستعارة والمهنية بنسبة 54.5% و 63.6% على التوالي، وهو أمر منطقي لما يوفره القطاع الإعلامي الخاص من حرية أكثر من المؤسسات العمومية.

وبالنظر إلى إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة، نجد أنه في الجزائر كانت قيمة كاف تربيع 0.567 وبدلالة إحصائية أكبر من 0.05، أما في تونس كانت قيمة كاف تربيع 3.960 وبدلالة إحصائية أكبر من 0.05 أيضاً، وهو ما يعني وجود علاقة غير دالة إحصائياً بين طبيعة المؤسسة وطبيعة الحساب الخاص بالصحافيين المبحوثين من الجزائر وتونس على حد سواء.

الجدول المقارن رقم (15) : يبين طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك حسب متغير لغة العمل في الجزائر وتونس

تونس				الجزائر				كلا البلدين				لغة العمل	
طبيعة الحساب				طبيعة الحساب				طبيعة الحساب					
المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	المجموع	مهني	مستعار	حقيقي	ك	%
84	7	17	60	90	3	5	82	174	10	22	142	ك	العربية
84.0	87.5	100.0	80.0	90.0	100.0	100.0	89.1	87.0	90.9	100.0	85.0	%	
15	1	0	14	8	0	0	8	23	1	0	22	ك	الفرنسية
15.0	12.5	0.0	18.7	8.0	0.0	0.0	8.7	11.5	9.1	0.0	13.2	%	
1	0	0	1	2	0	0	2	3	0	0	3	ك	الإنجليزية
1.0	0.0	0.0	1.3	2.0	0.0	0.0	2.2	1.5	0.0	0.0	1.8	%	
100	8	17	75	100	3	5	92	200	11	22	167	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
4.262				0.966				4.106				قيمة اختبار كاف تربيع	
0.372				0.915				0.392				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول رقم (15) عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين طبيعة الحساب الفيسبوكي الخاص بالصحافيين المبحوثين ولغة العمل (لغة المؤسسة)، حيث كانت قيمة كاف تربيع في كلا البلدين 4.106 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05.

ومن خلال النتائج المدرجة في الجدول "أعلاه تبين أيضاً عدم وجود فروق بين إجابات الصحافيين المبحوثين من البلدين محل الدراسة، ففي الجزائر بلغت قيمة كاف تربيع 0.966 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، أما في تونس كانت قيمة كاف تربيع 4.262 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، وهو ما يعني أن لغة العمل لا تؤثر أو ليس لها علاقة بطبيعة الحساب الفيسبوكي الخاص بالمبحوثين الجزائريين والتونسيين سواء كان شخصياً أو مهنياً وحتى مستعاراً.

الجدول المقارن رقم (16): يبين طبيعة الحساب الخاص في الفيسبوك للمبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين				الخبرة		
المجموع	طبيعة الحساب		المجموع	طبيعة الحساب		طبيعة الحساب			المجموع	مهني			مستعار
	مهني	مستعار		حقيقي	مهني	مستعار	حقيقي	مهني			مستعار	حقيقي	
20	8	3	9	9	1	0	8	29	9	3	17	ك	أقل من 5
20.0	100.0	17.6	12.0	9.0	33.3	0.0	8.7	14.5	81.8	13.6	10.2	%	
35	0	9	26	31	2	1	28	66	2	10	54	ك	من 5 إلى 10
35.0	0.0	52.9	34.7	31.0	66.7	20.0	30.4	33.0	18.2	45.5	32.3	%	
45	0	5	40	60	0	4	56	105	0	9	96	ك	أكثر من 10
45.0	0.0	29.4	53.3	60.0	0.0	80.0	60.9	52.5	0.0	40.9	57.5	%	
100	8	17	75	100	3	5	92	200	11	22	167	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
38.088			6.014				45.457				قيمة اختبار كاف تريي		
0.000			0.198				0.000				الدلالة الإحصائية		

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال إدراج هذا الجدول نسعى إلى معرفة أثر متغير الخبرة المهنية للصحافيين المبحوثين على طبيعة حساباتهم الخاصة في الفيسبوك، حيث نلاحظ أنه في مجموع البلدين كانت قيمة كاف تربيع 45.457 بدلالة إحصائية أقل من 0.05، وهو ما يعني وجود علاقة دالة إحصائياً بين الخبرة المهنية وطبيعة الحساب.

وتشير إحصائيات الجدول رقم(16) إلى أن قيمة كاف تربيع في الجزائر بلغت 6.01457 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، مما يعني عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين الخبرة المهنية وطبيعة الحساب حيث أن غالبية الصحافيين المستحيين من الجزائر وعددهم 92 من أصل 100 مفردة يستخدمون الاسم الحقيقي الشخصي في حساباتهم على الفيسبوك بغض النظر عن معدل الخبرة التي يتمتعون بها؛ بينما في تونس كانت قيمة كاف تربيع 38.088 بدلالة إحصائية أقل من 0.05 أي توجد علاقة دالة إحصائياً بين الخبرة المهنية للمبحوثين التونسيين وطبيعة حساباتهم على الفيسبوك. حيث نجد من بين 53.3 % من أصحاب الخبرة الطويلة (أكثر من 10 سنوات) يستخدمون الاسم الحقيقي في حساباتهم على الفيسبوك وعددهم 40 مفردة من أصل 75 مفردة، بينما يملك غالبية أصحاب الخبرة المتوسطة (من 5 إلى 10 سنوات) حساب باسم مستعار على الفيسبوك بنسبة 52.9% وعددهم 9 من أصل 17 مبحوث يميل كل الصحافيين المبحوثين الأقل خبرة إلى الاسم المهني بنسبة بلغت 100% (وعدهم 8 مفردات).

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى أن الصحافيين أصحاب الخبرة الطويلة هم الأكثر دراية بما يمكن أن تسببه لهم كتاباتهم ومنشوراتهم على الفيسبوك أمام مؤسساتهم، لذلك يعتقد غالبية الصحافيين أن الحساب الشخصي لا يُلزم الصحفي أمام مؤسسته الإعلامية، بينما يتجه أصحاب الخبرة القليلة إلى الحسابات المهنية كنوع من الرقابة الذاتية وبحثاً عن الانتشار وكسب أكبر عدد من المتابعين باستخدام سمعة مؤسساتهم واسمها.

الجدول المقارن رقم(17): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الفيسبوك

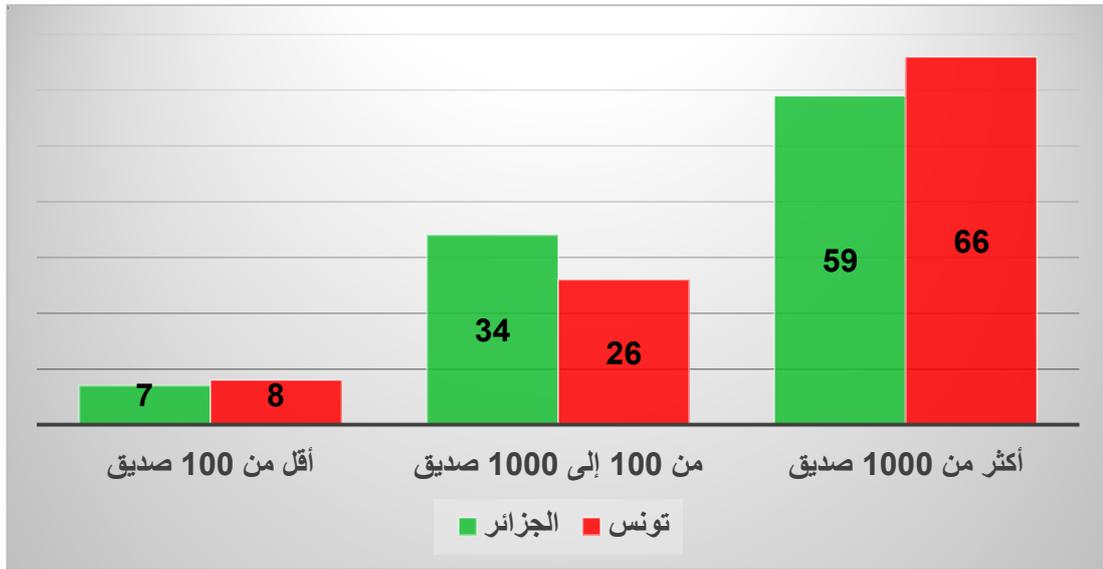
المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
عدد الأصدقاء		ك	%	ك	%	ك	%
أقل من 100 صديق		7	7.0	8	8.0	15	7.5
من 100 إلى 1000 صديق		34	34.0	26	26.0	60	30.0
أكثر من 1000 صديق		59	59.0	66	66.0	125	62.5
المجموع		100	100.0	100	100.0	200	100.0

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يظهر من الجدول رقم (17) ارتفاع عدد الأصدقاء على موقع الفيسبوك للصحافيين عينة الدراسة فقد ذكر أكثر من 62.5% من إجمالي عينة الدراسة وعددهم 125 مبحوث أن عدد أصدقائهم يتجاوز عتبة الألف 1000 صديق، يليهم مباشرة فئة (من 100 إلى 1000 صديق) بنسبة بلغت 30% وعددهم 60 مفردة من إجمالي عينة الدراسة، بينما جاءت فئة (أقل من 100 صديق) في المرتبة الأخيرة بفارق كبير عن الفئتين السابقتين بنسبة 7.5% من إجمالي عينة الدراسة.

ويلاحظ من الجدول أعلاه عدم وجود فرق في توزيع المبحوثين بين الجزائر وتونس من حيث عدد الأصدقاء على موقع الفيسبوك، حيث توافقت النتائج بين البلدين للفئة الأكبر (أكثر من 1000 صديق) بنسبة 59% في الجزائر و 66% في تونس من إجمالي المبحوثين المقدر بـ100 مفردة من كل بلد. وهو ما قد يرجع إلى طبيعة الحساب على الفيسبوك للمبحوثين، فوفقا لنتائج الجدول رقم (11) فغالبية أفراد العينة بنسبة 83.5% حساباتهم في الموقع بأسمائهم الحقيقية، أي أنهم معروفين وأكثر إقبالا ومتابعة لدى الجمهور، ما يفسر ارتفاع معدل الأصدقاء لأفراد العينة.

رسم بياني مقارن رقم (18): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب عدد الأصدقاء في الفيسبوك



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم (18): يوضح توزيع أفراد العينة حسب وتيرة النشر في الفيسبوك

المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
وتيرة النشر	ك	%	ك	%	ك	%	ك
يومي	68	68.0	66	66.0	134	67.0	134
أسبوعي	16	16.0	14	14.0	30	15.0	30
متقطع	16	16.0	20	20.0	36	18.0	36
المجموع	100	100.0	100	100.0	200	100.0	200

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

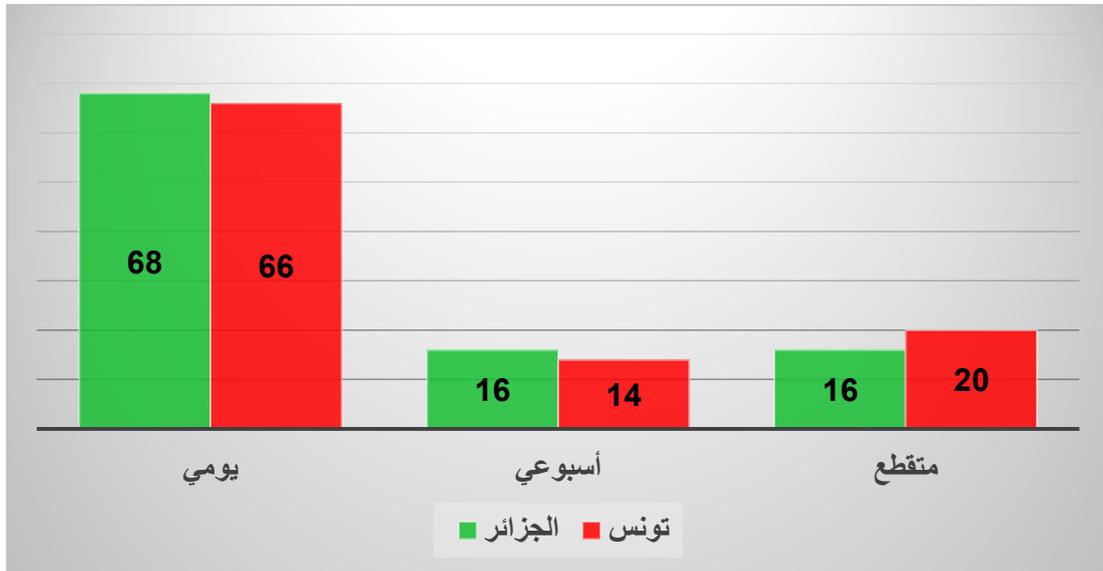
يبين الجدول رقم (18) وتيرة النشر في الفيسبوك لدى أفراد العينة المستجوبين وتشير نتائج الجدول إلى أن أكثر من نصف العينة وعددهم 134 مفردة ينشرون تدوينات على حساباتهم الفيسبوكية بشكل يومي وذلك بنسبة 67% من إجمالي عينة الدراسة، يليهم 18% يدونون بشكل متقطع وعددهم 36 مفردة، في حين ينشر 15% من إجمالي عينة الدراسة وعددهم 30 صحافي أسبوعيا على حساباتهم الخاصة في موقع الفيسبوك.

الملاحظ من الجدول السابق أيضاً عدم وجود فرق بين البلدين في توزيع عينة الدراسة، فقد ذكر غالبية الصحافيين المبحوثين من الجزائر بنسبة 68% ومن تونس بنسبة 66% وذلك من إجمالي

المبحوثين المقدر بـ100 مفردة من كل بلد أنهم ينشرون بشكل يومي في الفيسبوك. في حين أجاب 36% من الصحفيين التونسيين مقابل 16 % فقط من الجزائر بأنهم يكتبون تدوينات بصفة متقطعة وأجابت البقية منهم بأنهم يدونون بشكل أسبوعي على موقع الفيسبوك بنسبة بلغت 16% أيضاً من الصحفيين المستجوبين في الجزائر و15% من إجمالي الصحفيين المبحوثين من تونس والمقدر بـ100 مفردة. وتدعم نتائج هذا البحث مع ما توصلت له دراسة الباحث شهرزاد بن عمار فيما يخص معدل الاستخدام اليومي لمواقع الشبكات الاجتماعية من طرف الصحفيين عينة الدراسة (وقد بينت النتائج أن موقع الفيسبوك هو الأكثر استخداماً بين تلك المواقع من طرف العينة المدروسة)، حيث كانت النسبة الأعلى لفئة الاستخدام (أكثر من 6 مرات يومياً) والتي بلغت 60% (بن عمار، 2019، صفحة 160).

وتجدر الإشارة إلى أن كتابة تدوينات ونشرها له علاقة أكبر بالمستجدات والأحداث الحاصلة سواء داخل الوطن أو خارجه، وحتى بما يحدث مع الصحفيين داخل مؤسساتهم الإعلامية وما تم جمعه من أخبار أو مواقف تستدعي نشر آرائهم وتعليقاتهم عليها .

رسم بياني مقارن رقم (19): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب وتيرة النشر في الفيسبوك



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(19): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب اعتبار الكتابة في الفيسبوك "تدويناً"

المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
الكتابة على الفيسبوك "تدويناً"		ك	%	ك	%	ك	%
أوافق		46	46.0	64	64.0	110	55.0
لا أوافق		1	1.0	0	0	1	0.5
لا أعرف		53	53.0	36	36.0	89	44.5
المجموع		100	100.0	100	100.0	200	100.0

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

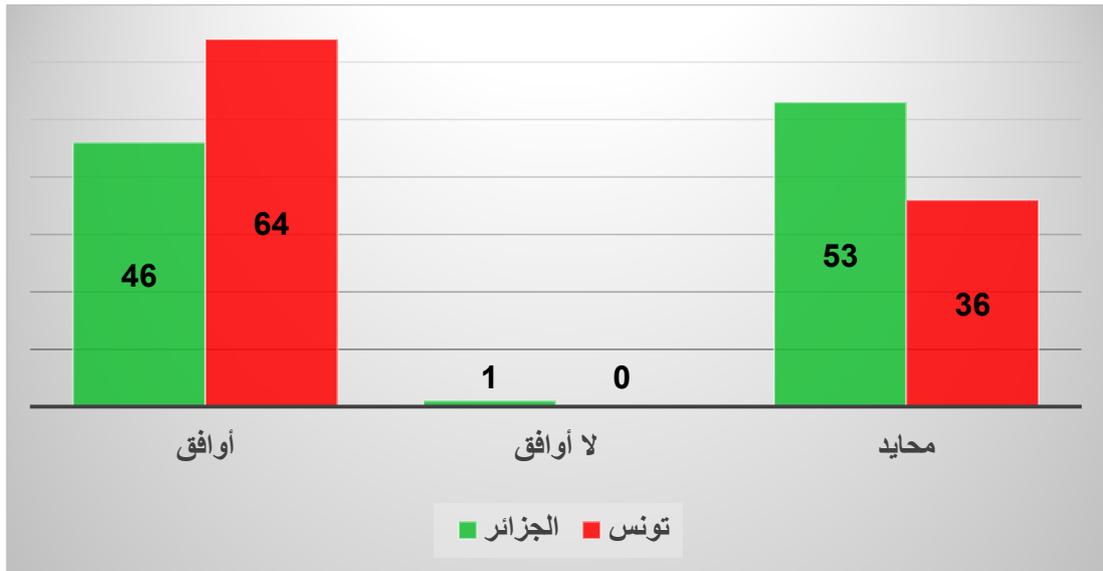
تهدف الباحثة من خلال إدراج هذا الجدول إلى معرفة آراء الصحافيين المبحوثين حول اعتبار الكتابة على موقع شبكة الفيسبوك "تدويناً" من عدمه، وقد جاءت الإجابات على النحو التالي: 55% من إجمالي المبحوثين عينة الدراسة اختار "أوافق" و نسبة 44.5% أجابوا بـ"لا أعرف"، فيما اتجهت نسبة ضئيلة جدا قُدرت بـ0.5% من إجمالي العينة المدروسة نحو الاقتراح المدرج "لا أوافق".

وتكشف إجابات المبحوثين في الجدول رقم(19) عدم توافق الاتجاهات بين الصحافيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة حول اعتبار الكتابة على الفيسبوك "تدويناً"، حيث اختارت النسبة الأعلى من الصحافيين التونسيين الاقتراح الأول (أوافق) بنسبة قدرت بـ64% بينما تحفظت نسبة 36% على إبداء رأي محدد بهذا الشأن، في المقابل ترى النسبة الأعلى من الصحافيين المستجيبين من الجزائر بمعدل بلغ 53% أنها لا تعرف هل الكتابة على الفيسبوك تدوين أم لا، وأن نسبة 46% من المبحوثين الجزائريين أجابوا "أوافق" وذلك من إجمالي أفراد العينة المستجيبين من كل بلد والمقدر عددهم بـ100 مفردة. وبالتالي انقسمت إجابات المبحوثين من البلدان محل الدراسة بين الخيارين "أوافق" و"لا أعرف"، وهذا الأخير قد يحمل في معانيه تجاوزا وفي الغالب العام صفة الموافقة الضمنية على اعتبار الكتابة والنشر على الفيسبوك فعل تدويني، وما يؤكد ذلك أن كل أفراد العينة تقريبا من البلدين ابعدوا الاختيار "لا أوافق" من اتجاهاتهم.

ويمكن تفسير هذه النتائج إلى تطور نشاط التدوين الإلكتروني في حد ذاته، والذي ارتبط لفترات طويلة بالمدونات التي يغلب في محتواها النصوص والروابط التشعبية، ولكن بظهور مواقع الشبكات

الاجتماعية وتطورها بذات خصائص ومزايا المدونات، جعل الأخيرة تنزوي وتتماهى كلياً في المنصات الجديدة، ولم تحتفظ المدونات إلا بفعل "التدوين" الذي تشكل فيما بعد حسب طبيعة الموقع أو الشبكة التي تحتويه، كما هو الحال في موقع فيسبوك الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية، والذي اعتمد للتدوين مصطلح "Post"، وهو أكثر تفاعلية من المدونة لكونه يتيح بالدرجة الأولى التعرف على أصدقاء جدد وتكوين شبكة من الصداقات على الانترنت (حسنين، 2010، صفحة 242).

رسم بياني مقارن رقم (20) يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب اعتبار الكتابة في الفيسبوك تدوينا



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم (20): يبين توزيع العينة حسب طبيعة التدوينات المنشورة على حساب الفيسبوك في الجزائر وتونس

الخيار	البلد		الجزائر		تونس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
آراء وتعليقات	96	38.10	93	37.20	189	37.6		
معلومات وأخبار	95	37.70	95	38.00	190	37.8		
مواد سمعية وبصرية	53	21.03	57	22.80	110	21.9		
مواد رفضت نشرها مؤسستك	8	3.17	5	2.00	13	2.6		
المجموع	252	100.00	250	100.00	502	100.0		

المرجع : بيانات الدراسة الميدانية

يلاحظ في بيانات الجدول (20) الخاص بطبيعة التدوينات المنشورة على الحساب الخاص في الفيسبوك للمبحوثين أن الصحفيين المبحوثين يدونون بالدرجة الأولى معلومات وأخبار وآراء وتعليقات بنسبة 37.8% و 37.6% على التوالي وذلك من مجموع تدوينات الصحفيين يليها بالدرجة الثانية مواد سمعية وبصرية بنسبة بلغت 21.9% وفي المرتبة الأخيرة وبفارق كبير جداً موضوعات رفضت مؤسساتهم الصحفية إخراجها للجمهور بمعدل 2.6% من مجموع التدوينات. من خلال الجدول المقارن أعلاه يتضح أن في الجزائر 96 مبحوث ينشرون على حسابهم آراء وتعليقات بحيث مثلت الآراء والتعليقات ما نسبته 38.10% من مجموع مختلف التدوينات للصحفيين، وأن نسبة 95 مبحوث منهم ينشرون معلومات وأخبار ما يعادل 37.7% من مجموع تدوينات المبحوثين، بينما 53 مبحوث ينشرون مواد سمعية وبصرية أي ما يساوي 21.03% من مجموع الإجابات، بينما 8 من المبحوثين ينشرون مواد رفضت مؤسساتهم الإعلامية إخراجها ما

تمثل 3.17% من مجموع تدوينات الصحفيين الجزائريين عينة الدراسة. وتتفق هذه النتائج مع دراسة الباحثة الجزائرية "شهرزاد عمار"، حيث توصلت إلى أن 22% فقط من الصحفيين يقومون بإعادة نشر موادهم الإعلامية على مواقع الشبكات الاجتماعية (خصوصا الفيسبوك) بصفة دائمة (بن عمار، 2019، صفحة 163).

أما في تونس فأجاب 95 صحفي من المبحوثين بأنهم ينشرون على حساباتهم معلومات وأخبار ما يعادل 38% من مجموع مختلف التدوينات المنشورة، فيما ذكر 93% مبحوث أنهم ينشرون على حسابهم آراء وتعليقات، بحيث مثلت الآراء والتعليقات ما نسبته 37.20% من مجموع مختلف التدوينات للصحفيين التونسيين، ومعدل 57 مبحوث منهم ينشرون مواد سمعية بصرية ما يقارب 22.8% من مجموع الإجابات.

بناءً على النتائج المعروضة في الجدول أعلاه، يتضح عدم وجود فروق بين إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة من حيث طبيعة التدوينات المنشورة على الفيسبوك، حيث نجد الصحفيين أفراد العينة من كلا البلدين ينشرون بالدرجة الأولى تدوينات تحوي آراء وتعليقات ومعلومات وأخبار أيضا مع فارق بسيط بينهما لا يكاد يُذكر ويرجع ذلك إلى أن التدوين منذ ظهوره مع المدونات الالكترونية أتاح لممارسيه التعبير عن آرائهم وأفكارهم وقصصهم اليومية، أما عن نشر المعلومات والأخبار بالمقام الأول فهو أمر طبيعي نظرا لكون المبحوثين هم صحفيين يتمثل نشاطهم الأساسي في جمع ونشر المعلومات والأخبار والآراء والأفكار ونقلها للعموم. وفي المقام الثاني ينشر المبحوثين مواد سمعية بصرية إذ أتاحت مواقع الشبكات الاجتماعية النشر باستخدام الوسائط المتعددة (نصوص، صور، فيديوهات). وفي الأخير نجد عدد قليل جدا من الصحفيين عينة الدراسة ينشرون نصوص رفضت مؤسستهم الصحفية نشرها.

الجدول المقارن رقم(21): يبين توزيع أفراد العينة حسب الموضوعات المفضلة للنشر في تدويناتهم

الخيار	البلد		الجزائر		تونس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الأحداث الشخصية والعائلية	36	14.34	51	18.28	87	16.42		
كواليس الصحافة	44	17.53	74	26.52	118	22.26		
الزعماء والسياسيين	42	16.73	28	10.04	70	13.21		
السياسة الداخلية	89	35.46	77	27.60	166	31.32		
انتهاكات حقوق الإنسان	23	9.16	47	16.85	70	13.21		
أخرى	17	6.77	2	0.72	19	3.58		
المجموع	251	100.00	279	100.00	530	100.00		

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بصفة عامة تظهر بيانات الجدول(21) الموضوعات التي يفضل الصحافيين المبحوثين نشرها في تدويناتهم، حيث نجد " السياسة الداخلية" في المرتبة الأولى بنسبة 31.32% من مجموع أفراد العينة، يليها "كواليس الصحافة" بنسبة 22.6% و"الأحداث الشخصية والعائلية" بنسبة 16.42% ثم مواضيع انتهاكات حقوق الإنسان من جهة والزعماء والسياسيين من جهة أخرى في نفس المرتبة بنسبة 13.21% لكل واحد فيهم، وفي الأخير نجد مواضيع أخرى بنسبة 3.85% تمثلت عموما في قضايا الشأن الاجتماعي والثقافي والرياضي والاقتصادي وحتى المجال الديني.

وتظهر نتائج الجدول المقارن أعلاه تماثل في إجابات المبحوثين من البلدين حيث نجد أن "السياسة الداخلية" كانت الاختيار الأول في إجابات المبحوثين الجزائريين بنسبة 35.46%، يليه "كواليس الصحافة" بمعدل 17.53% ثم أخبار "الزعماء والسياسيين" بنسبة 16.73% و"الأحداث الشخصية والعائلية" بنسبة 14.34%، وفي النهاية قضايا "انتهاكات حقوق الإنسان" بنسبة بلغت 9.16% وقضايا أخرى بنسبة 6.77% من مجموع أفراد العينة.

أما في تونس فجاءت قضايا "السياسة الداخلية" في المرتبة الأولى بنسبة 27.60%، يليه في المقام الثاني "كواليس الصحافة" بنسبة 26.52%، ثم "الأحداث الشخصية والعائلية" في المقام الثالث بنسبة

18.28% و"انتهاكات حقوق الإنسان" و"الزعماء والسياسيين" في المقام الرابع والخامس بنسبة 16.85% و10.04% على التوالي، ثم مواضيع أخرى بنسبة 3.58% من إجمالي إجابات الصحفيين المستجيبين في تونس.

ويلاحظ أن هذه النتائج تظهر حرص الصحفيين المبحوثين من كلا البلدين محل الدراسة (دون تسجيل فوارق تذكر) تتبع القضايا والموضوعات التي ارتبطت بالتدوين كإعلام بديل بداية مع المدونات وصولاً إلى موقع شبكة الفيسبوك سواء ما تعلق بنقد الأحوال الداخلية و كواليس الصحافة، بالإضافة إلى انتهاكات حقوق الإنسان ونقد الشخصيات السياسية، فضلاً عن "الأحداث الشخصية والعائلية" وهي الخاصة التي جذبت المستخدمين إلى موقع الفيسبوك منذ بداياته الأولى، حيث كان عبارة عن مكان لعرض الصور الشخصية مع الأصدقاء والعائلة إلى جانب تفضيل المبحوثين قضايا أخرى تتعلق خصوصاً بتخصص المبحوث والركن الذي يجذبه في مؤسسته الإعلامية.

الجدول رقم(22) : يبين توزيع عينة الدراسة وفقا للأسباب التي دفعت الصحافيين المبحوثين إلى ممارسة التدوين الالكتروني

المجموع		تونس		الجزائر		البلد الخيار
1 %	ك	1 %	ك	% 1	ك	
15.5	105	13.77	46	17.10	59	التدوين يمنح فضاء من الحرية أوسع من العمل
8.0	54	8.68	29	7.25	25	حرية القرار الصحفي في اختيار الموضوعات
25.2	171	22.75	76	27.54	95	فرصة للتعبير عن موقفي الخاص من القضايا
16.5	112	21.26	71	11.88	41	نشر الأعمال الصحفية
1.8	12	1.20	4	2.32	8	الترويج لتوجهات مؤسستك الإعلامية
21.6	147	23.05	77	20.29	70	تعزيز العلاقة التفاعلية مع الجمهور
11.5	78	9.28	31	13.62	47	الرغبة في التعبير عن الذات
100.0	679	100.00	334	100.00	345	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

توضح نتائج الجدول رقم (22) الأسباب التي دفعت الصحافيين عينة الدراسة لممارسة التدوين إلى جانب العمل في مؤسسات الإعلام الرسمية، وأول هذه الأسباب هو أن التدوين فرصة للتعبير عن موقف الصحفي الخاص به اتجاه القضايا المختلفة في المجتمع وذلك بنسبة 27.54% من إجمالي المبحوثين في الجزائر ويتفق ذلك مع طبيعة التدوين على موقع الفيسبوك الذي يكفل للمدون قدرا من الحرية بعيدا عن مقص الرقابة، ويأتي ذلك بنسبة 20.29% السبب الخاص بتعزيز العلاقة التفاعلية مع الجمهور ثم بنسبة 17.10% الحرية التي يمنحها التدوين للصحفي مقارنة بما هو متوفر عن طريق المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها ثم بنسبة أقل اختار 13.62% الرغبة للتعبير عن الذات كدافع للتدوين، وأجاب 11.88% أن نشر أعمال الصحفي هي السبب وراء ذلك، بينما قال 7.25% منهم أن السبب الخاص بحرية قرار الصحفي في اختيار الموضوعات ونشرها، وكان السبب الأخير في إجابات المبحوثين الجزائريين الترويج لتوجهات مؤسساتهم الصحفية بنسبة 2.32% من إجمالي أفراد العينة.

من جهة أخرى يبين الجدول السابق وجود اختلاف في دوافع التدوين بين الصحافيين الجزائريين مقارنة بالصحافيين التونسيين عينة الدراسة، حيث نجد أن 23.05% من المبحوثين التونسيين دفعهم الأول هو تعزيز العلاقة التفاعلية مع الجمهور، يليهم 22.75% منهم اختار الدافع الأول للمبحوثين الجزائريين وهو التعبير عن المواقف الخاصة حول مختلف القضايا، ثم السبب الخاص بنشر أعمال الصحفي بنسبة 21.26% وبالتالي مع فارق بسيط بين الثلاث أسباب المذكورة سلفاً، وبنسبة أقل اختار 13.77% من الصحافيين التونسيين أفراد العينة "التدوين يمنح فضاء من الحرية أوسع من المتوفرة في مؤسساتهم الصحفية" كسبب رابع دفعهم لممارسة التدوين، يليه التعبير عن الذات كسبب خامس بنسبة 9.28% من التونسيين المبحوثين ثم يليهم 8.68% يعتبرون حرية القرار الصحفي في اختيار الموضوعات ونشرها كدافع خامس، وكان السبب الأخير في اختيارات الصحافيين التونسيين عينة الدراسة هو الترويج لتوجهات مؤسساتهم الإعلامية وهو ما يتفق عليه كلا المبحوثين من البلدين ويتوافق مع نتائج الجدول رقم (11) الذي يبين أن عدد قليل جدا من المبحوثين بنسبة 5.5% حساباتهم على الفيسبوك هي بأسمائهم المهنية.

3.4 مدى مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين

الجدول رقم (23) : يبين توزيع إجابات المبحوثين حسب اهتمام مؤسساتهم الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية

المجموع		تونس		الجزائر		البلد الخيار
%1	ك	%1	ك	% 1	ك	
35.64	103	32.48	51	39.39	52	اجتماعات التحرير والنقاشات
8.65	25	14.65	23	1.52	2	منتديات وأيام إعلامية
27.68	80	30.57	48	24.24	32	ورشات تدريبية وتكوينية
25.95	75	19.75	31	33.33	44	لا تهتم
2.08	6	2.55	4	1.52	2	أخرى
100.00	289	100.00	157	100.00	132	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

وحول مدى اهتمام المؤسسات الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير والضوابط الأخلاقية تظهر بيانات الجدول (23) اقتراب إجابات المبحوثين من البلدين، حيث نجد أن "اجتماعات التحرير والنقاشات" كانت الاختيار الأول في إجابات الصحفيين الجزائريين بنسبة 39.39%؛ في حين ذكر 33.33% أن مؤسساتهم الإعلامية لا تهتم صحفييها المعايير الأخلاقية والمهنية إطلاقاً، يليه "ورشات تدريبية وتكوينية" بمعدل 24.24% ثم "منتديات وأيام إعلامية" و"أخرى بنسبة" 1.52% "من مجموع أفراد العينة.

أما في تونس فجاءت "اجتماعات التحرير والنقاشات" في المرتبة الأولى بنسبة 32.48%، يليه في المقام الثاني "ورشات تدريبية وتكوينية" بنسبة 30.57%، في حين ذكر 19.75% من الصحفيين التونسيين أن مؤسساتهم الإعلامية لا تهتم بتلقيين صحافييها المعايير الأخلاقية والمهنية، بينما ذكر 14.65% من المبحوثين أن مؤسساتهم تهتم بذلك من خلال تنظيم "منتديات وأيام إعلامية".

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه الباحثة التونسية إشراق بن حمودة في دراستها إلى أنه من الضروري تقييم ممارسات الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا الفيسبوك خلال جلسات التحرير التي تعتبر من أهم آليات التنظيم الذاتي، إذ تفتح باب النقاش والمداولات حول مختلف القضايا المهنية والتي يتم فيها محاولة التقليل من كل التجاوزات المهنية والأخلاقية (بن حمودة، 2017، صفحة 87).

الجدول المقارن رقم (24): آلية الضبط الذاتي "Régulation" الموجودة في المؤسسات الإعلامية التي يشتغل فيها الصحفيون المبحوثون

المجموع		تونس		الجزائر		البلد الخيار
1 %	ك	1 %	ك	1 %	ك	
34.5	112	29.41	45	38.95	67	السياسة التحريرية
11.7	38	23.53	36	1.16	2	مدونة سلوك
13.8	45	17.65	27	10.47	18	ميثاق الشرف الصحفي
5.2	17	6.54	10	4.07	7	مذكرات توجيهية
4.3	14	1.31	2	6.98	12	بنود ضمن اتفاقية جماعية
15.4	50	6.54	10	23.26	40	أوامر شفوية
15.1	49	15.03	23	15.12	26	لا توجد
100.0	325	100.00	153	100.00	172	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تظهر نتائج الجدول (24) آليات الضبط الذاتي الموجودة في المؤسسات الإعلامية التي يشتغل بها المبحوثين، حيث ذكر 38.95% من الصحافيين الجزائريين أن أبرز آلية للضبط الذاتي موجودة في مؤسساتهم الإعلامية هي السياسة التحريرية، يليها أوامر شفوية بنسبة 23.26%، في حين أجاب 15.12% من المبحوثين أنه لا توجد أي آلية للضبط في مؤسساتهم، بينما ذكر 10.47% أن ميثاق الشرف الصحفي هو الدليل الذي تعتمد عليه المؤسسة الصحفية التي ينتمون إليها في مقابل 6.98% ذكروا أن مؤسساتهم تعتمد على بنود ضمن اتفاقية جماعية.

أما في تونس فقد أجاب 29.41% من أفراد العينة بأن مؤسساتهم تعتمد على السياسة التحريرية، يليها في المقام الثاني مدونات سلوك بنسبة 23.53%، ثم ميثاق الشرف الصحفي بنسبة 17.65% ومن ثم 15.03% ذكروا أنه لا توجد أي آلية للضبط، يليها مذكرات توجيهية وأوامر شفوية بنسبة 6.54%، وفي الأخير بنود ضمن اتفاقية جماعية بنسبة ضئيلة جدا.

وفي هذا الشأن توصلت الباحثة التونسية إشراق بن حمودة أنه من الضروري تقييم ممارسات الصحفيين على مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصا الفيسبوك، وذلك خلال جلسات التحرير التي تعتبر من أهم آليات الضبط الذاتي إذ تفتح باب النقاش والمداولات حول مختلف القضايا المهنية ويتم فيها محاولات التقليص من المخالفات المحتملة للمعايير الأخلاقية (بن حمودة، 2017، صفحة 88).

الجدول المقارن رقم(25): يوضح التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في المؤسسات التي وضعت آلية الضبط الذاتي

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط
25.5	51	22.0	22	29.0	29	نعم
50	100	55	55	45	45	لا
24.5	49	23.0	23	26.0	26	غير معني بالسؤال(لا توجد آلية)
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

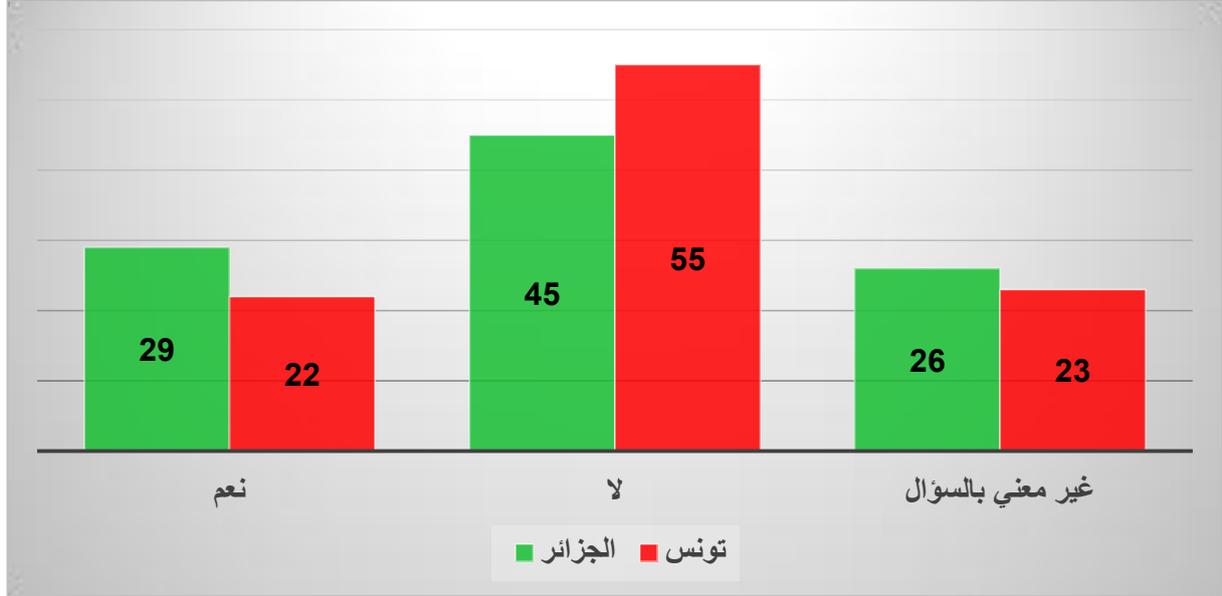
المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بناءً على بيانات الجدول السابق ونتائج الجدول المقارن رقم (25) يتضح أن غالبية الصحفيين المبحوثين ذكروا أنه لم يتم التنصيص على كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط التي تعتمد عليها مؤسساتهم الإعلامية وذلك بنسبة 45 % و 55 % من إجمالي الصحفيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة والمقدر عددهم بـ74 مفردة و77 مفردة على التوالي من الذين قالوا أن مؤسساتهم تعتمد إحدى آليات الضبط المذكورة في الجدول السابق.

ويلاحظ من النتائج المدرجة أعلاه عدم وجود فروق في إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة من حيث التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات بشكل عام، رغم أن الأخلاقيات التقليدية تبقى صالحة في تلك المواقع حتى بدون تحيين في المواثيق أو آليات الضبط المعتمدة من بعض المؤسسات، وذلك لانتماء الصحفي إلى مؤسسة حريصة على صورتها من جهة وباعتباره فاعل اجتماعي من جهة ثانية عليه أن يتحلى بالمسؤولية الاجتماعية. إضافة إلى ذلك بدأت مسألة التزام الصحفيين للأخلاقيات المهنية على مواقع الشبكات الاجتماعية في العالم العربي في السنوات الأخيرة فقط، فالإشكالية تكمن في تعامل ونظرة وتفكير الصحفيين العرب إزاء ذلك، فجل الإعلاميين يعتقدون أن لهم الحق كمواطنين عاديين قبل أن يكون صحفيين في التعبير عن آرائهم وأفكارهم بكل حرية و دائماً ما

يُبررون ذلك بالتواصل الإنساني الشخصي وليس المهني في منشوراتهم على تلك المواقع (الحمامي و آخرون، 2016).

رسم بياني مقارن رقم (21): يوضح التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في المؤسسات الإعلامية التي وضعت آلية الضبط الذاتي



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(26): يوضح توزيع أفراد العينة وفق أسباب عدم قيام مؤسساتهم الإعلامية بالتنصيص على الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط

المجموع		تونس		الجزائر		البلد الخيار
%	ك	%	ك	%	ك	
17.6	13	15.38	4	18.75	9	عدم اهتمام المؤسسة
36.5	27	53.85	14	27.08	13	اعتبارها صحافة مواطن فقط
9.5	7	3.85	1	12.50	6	نقص الكوادر المتخصصة
13.5	10	19.23	5	10.42	5	سياسة المؤسسة غير واضحة
23.0	17	7.69	2	31.25	15	انعدام ثقافة التنظيم الذاتي
100.0	74	100.00	26	100.00	48	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يبين الجدول المقارن أعلاه توزيع أفراد العينة وفق أسباب عدم قيام مؤسساتهم الإعلامية بالتنصيص على الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الخاصة بها وذلك بناء على ما تم التوصل إليه في الجدول المقارن السابق، فكما هو موضح في الجدول مجموع العينة أقل من 100 مفردة لكل بلد أي أن إجابات الجدول تعني فقط من أجابوا بـ "لا" في السؤال (36). ولقد ذكر غالبية المستجوبين الجزائريين وعددهم 15 من أصل 48 مفردة أن أحد أبرز الأسباب التي جعلت مؤسساتهم الإعلامية لا تنص على كيفية استخدام الشبكات والمدونات في آلية الضبط الخاصة بهم هي انعدام ثقافة التنظيم الذاتي لدى الصحفيين أنفسهم، ومن ثم اعتبار هذه المواقع صحافة مواطن فقط وعددهم (13) يليه عدم اهتمام المؤسسة الإعلامية بهذا الأمر من الأساس، وفي الأخير السياسة التحريرية للمؤسسة غير واضحة فضلا عن نقص الكوادر المتخصصة وعددهم 6 و5 مفردات على التوالي.

أما في تونس فقد ذكر غالبية المستجوبين بمعدل 14 مبحوث من أصل 26 أن أحد أبرز الأسباب التي أدت بمؤسساتهم الإعلامية إلى عدم التنصيص على الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط التي تتبناها هي اعتبار هذه المواقع صحافة مواطن فقط، وفي هذا الشأن يذكر نقيب الصحفيين التونسيين "تاجي البغوري" أن هذه النظرة جعلت النقابة عاجزة عن اتخاذ إجراءات مناسبة للحفاظ على النظام الداخلي للنقابة وميثاق أخلاقيات المهنة استنادا للمبدأ الثامن لميثاق شرف الصحفي التونسي الذي تم تحيينه عام 2018، وقد نص هذا البند على ضرورة "احترام الصحفي آراء زملائه وعدم تلبهم ويتعامل مع المختلفين معه في الرأي بروح من التسامح وينسحب ذلك على صفحات التواصل الاجتماعي"، فبعض المنشورات والتعليقات على الفيسبوك بالذات لدى بعض الصحفيين لا تحترم هذا البند، حيث تلقت النقابة عشرات الشكاوي المقدمة من الصحفيين في زملائهم، وعادة ما يُفسر المتجاوزين ذلك أن هذه الشبكات هي مواقع لصحافة المواطنة، وأنهم ليسوا بصفته المهنية في موقع الفيسبوك (البغوري، 2016).

وفي هذا الشأن ذكرت الصحفية في الإذاعة التونسية فوزية الغيلوفي، عضو المكتب التنفيذي للنقابة الوطنية للصحفيين، رغم أن مؤسساتها الإعلامية عملت ميثاق إلا أنها بقت حبر على ورق وغير مفعلة، فعند متابعة تدوينات الصحفيين يطبق القانون على البعض ولا يطبق على البعض الآخر. ولو كان العكس لبدأ الصحفي مراجعة نفسه ويتحكم فيها قبل أن يكتب تدوينة على صفحته (الحمامي و آخرون، 2016).

الجدول المقارن رقم (27): يبين كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتك
39.5	79	18.0	18	42	42	دون الرجوع إلى مؤسستك الإعلامية
38.5	77	41.0	41	36.0	36	بعد النشر في موقع المؤسسة
4.0	8	4.0	4	4.0	4	بعد النشر في مواقع أخرى
18	36	37.0	37	18	18	بعد التحري من صحتها
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

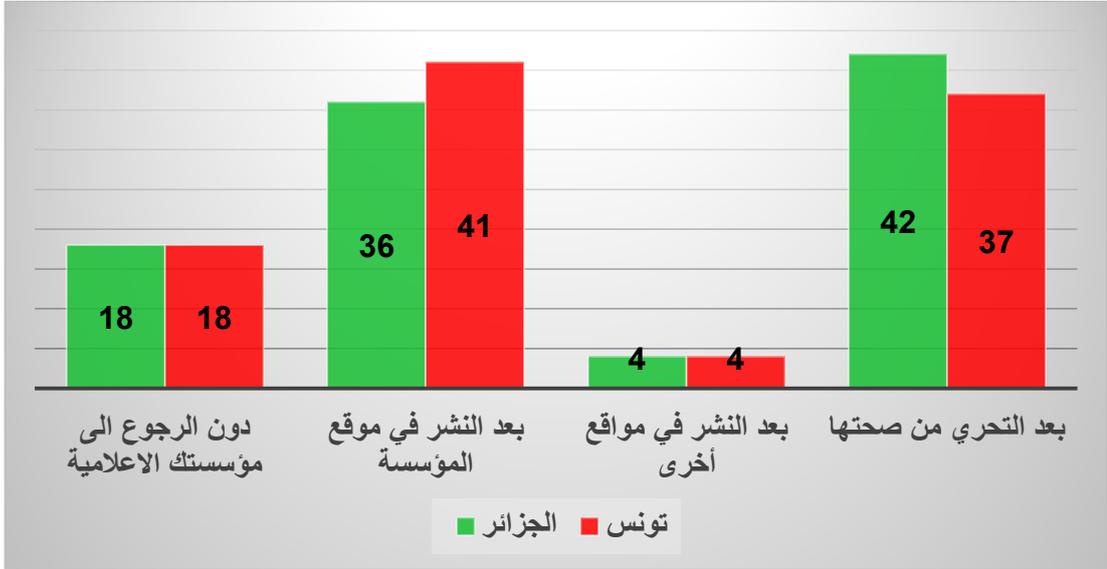
المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تكشف إجابات المبحوثين في الجدول رقم (27) اختلاف الاتجاهات بين الصحافيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة حول كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم، حيث ذكرت النسبة الأعلى من الصحافيين الجزائريين أنهم ينشرونها دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية بنسبة قدرت بـ 42%، بينما ذكرت نسبة 36% أنهم ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة بعد نشرها في الموقع الرسمي لمؤسساتهم الإعلامية، يليها 18% ذكروا أنهم ينشرونها بعد التحري من صحتها وفي المقام الأخير بنسبة قدرت بـ 4% ذكروا أنهم ينشرون المعلومات الحصرية بعد النشر في مواقع أخرى. ويمكن تفسير هذه النتائج وردها إلى نظرة الصحفيين أنفسهم إلى هذه المواقع، والسعي وراء السبق الصحفي والتشويق كركيزتين أساسيتين لجذب أكبر عدد من المتابعين على موقع الفيسبوك.

في المقابل ترى النسبة الأعلى من الصحافيين المستجيبين من تونس بمعدل بلغ 41% من إجمالي المستجيبين والمقدر عددهم بـ 100 مفردة أنهم ينشرون المعلومات الحصرية في تدويناتهم بعد نشرها في موقع مؤسساتهم الإعلامية، وأن نسبة 37% من الصحافيين التونسيين ينشرون الأخبار الحصرية بعد التحري من صحتها، يليها 18% من الصحافيين ينشرونها دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية و بعد النشر في مواقع أخرى بمعدل 4%. وهذا يعني أن أصحاب المهنة على دراية تامة بكل المبادئ الأخلاقية ولكن يبقى المشكل في تفعيل هذه المبادئ وتمثلها في الحياة اليومية انطلاقاً من مبدأ المسؤولية

الاجتماعية؛ وبعيدا عن حدود الشخصي والمهني الغير كافية، فالمثل الأعلى الذي يجب ان يكون طاقة الصحفي هو الحقيقة ولا شيء غير البحث عن الحقيقة لأنه لم يعد اليوم صانع رأي وحده ولا ناقد ولا سائل للسلطة (الحمامي و آخرون، 2016).

رسم بياني مقارن رقم(22): يوضح نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات المبحوثين في الجزائر وتونس



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم (28): يبين كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير الجنس

المتغير		كلا البلدين				الجزائر				تونس					
الجنس	المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية			
		دون الرجوع إلى مؤسستك	بعد النشر في مواقع أخرى	بعد النشر في مواقع المؤسسة	بعد النشر في مواقع أخرى		دون الرجوع إلى مؤسستك	بعد النشر في مواقع أخرى	بعد النشر في مواقع المؤسسة	بعد النشر في مواقع أخرى		دون الرجوع إلى مؤسستك	بعد النشر في مواقع المؤسسة	بعد النشر في مواقع أخرى	بعد النشر في مواقع المؤسسة
ك	ذكر	19	52	3	48	32	28	2	14	76	5	24	1	16	46
%		52.8	67.5	37.5	60.8	77.8	77.8	50.0	76.2	76.0	27.8	58.5	25.0	43.2	46.0
ك	أنثى	17	25	5	31	10	8	2	4	24	13	17	3	21	54
%		41.2	32.5	62.5	39.2	22.2	22.2	50.0	23.8	24.0	72.2	41.5	75.0	56.8	54.0
ك	المجموع	36	77	8	79	42	36	4	18	100	18	41	4	37	100
%		100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100
قيمة اختبار كا2		4.263				1.577				5.824					
الدلالة الإحصائية		0.234				0.665				0.121					

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تبين إحصائيات الجدول المقارن أعلاه أثر متغير الجنس على نشر الصحافيين المبحوثين للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على موقع الفيسبوك، حيث نجد أنه في مجموع البلدين كانت قيمة كاف تربيع 4.263 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، أي لا توجد علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين.

كما توضح النتائج المدرجة في الجدول (28) عدم وجود اختلافات بين الصحافيين الذكور والإناث من أفراد العينة من كلا البلدين، حيث نجد أن قيمة كاف تربيع بلغت 1.577 في الجزائر بدلالة إحصائية أكبر من 0.05؛ حيث ذكر غالبية الصحافيين والصحافيات من الجزائر أنهم ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على موقع الفيسبوك دون الرجوع إلى مؤسستهم الإعلامية .

أما في تونس فقد بلغت قيمة كاف تربيع 5.824 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05 حيث ذكر غالبية الصحافيين التونسيين الذكور والإناث على حد سواء من تونس أنهم ينشرون المعلومات الحصرية بعد التحري من صحتها وبعد النشر في موقع مؤسساتهم الإعلامية .

الجدول المقارن رقم(29): يبين كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين حسب متغير التخصص العلمي في الجزائر وتونس

تونس					الجزائر					كلا البلدين					التخصص	
المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية					
	خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		
74	32	1	31	10	63	24	3	23	13	137	56	4	54	23	التكرار	إعلام
74.0	86.5	25.0	75.6	55.6	63.0	57.1	75.0	63.9	72.2	68.5	70.9	50.0	70.1	63.9	النسبة %	واتصال
5	0	1	3	1	18	8	0	8	2	23	8	(i)	11	3	التكرار	حقوق
5.0	0.0	25.0	7.3	5.6	18.0	19.0	0.0	22.2	11.1	11.5	10.1	12.5	14.3	8.3	النسبة %	وعلوم سياسية
6	0	0	4	2	11	7	1	1	2	17	7	11	5	4	التكرار	آداب
6.0	0.0	0.0	9.8	11.1	11.0	16.7	25.0	2.8	11.1	8.5	8.9	12.5	6.5	11.1	النسبة %	ولغات
15	5	2	3	5	8	3	0	4	1	23	8	2	7	6	التكرار	علوم
15.0	13.5	50.0	7.3	27.8	8.0	7.1	0.0	11.1	5.6	11.5	10.1	25.0	9.1	16.7	النسبة %	اجتماعية
100	37	4	41	18	100	42	4	36	18	200	79	8	77	36	التكرار	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	النسبة %	
19.522					7.224					5.015					قيمة اختبار كاف	
0.021					0.614					0.833					تربيع	
															الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال هذا الجدول المقارن تهدف الباحثة التعرف على كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين أفراد العينة من الجزائر وتونس وفق تخصصهم العلمي، حيث نجد أنه في مجموع البلدين كانت قيمة كاف تربيع 5.015 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05 مما يعني عدم وجود علاقة دالة إحصائياً بين تخصص المبحوثين وكيفية نشرهم للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على موقع الفيسبوك .

من جهة أخرى تشير بيانات الجدول رقم (29) وجود اختلافات في إجابات المبحوثين من البلدين، ففي الجزائر قدرت قيمة كاف تربيع 7.224 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05؛ أي أن تخصص المبحوث لا يؤثر على طريقة نشره للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناته على موقع الفيسبوك تحقيقاً للسبق الصحفي.

أما في تونس فكانت قيمة كاف تربيع 19.522 بدلالة إحصائية أقل من 0.05، حيث نجد أن غالبية أفراد العينة ممن ذكروا أنهم لا ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة في حساباتهم على الفيسبوك إلا بعد نشرها في الموقع الرسمي لمؤسساتهم الإعلامية التي يشتغلون بها أو بعد التحري من صحتها وهم أهل الاختصاص أي أصحاب تخصص إعلام واتصال وعددهم 31 مبحوث من أصل 41 و 32 مبحوث من أصل 37 صحفي على التوالي. وهو أمر منطقي أن أصحاب التخصص هم الأكثر دراية بأخلاقيات المهنة الصحفية التي تتطلب الدقة في نشر الأخبار والاعتماد على مصادر موثوقة قبل نشرها.

الجدول المقارن رقم(30): يبين كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير طبيعة مؤسستهم الإعلامية

تونس					الجزائر					كلا البلدين					المتغير	
المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				طبيعة المؤسسة	
	دون الرجوع إلى مؤسساتك الإعلامية	لعد النشر في موقع المؤسسة	بعد النشر في مواقع أخرى	بعد التحري من صحتها		دون الرجوع إلى مؤسساتك الإعلامية	بعد النشر في مواقع أخرى	بعد النشر في موقع المؤسسة	بعد التحري من صحتها		دون الرجوع إلى مؤسساتك الإعلامية	بعد النشر في مواقع أخرى	بعد النشر في موقع المؤسسة	بعد التحري من صحتها		
43	19	1	22	1	47	5	0	21	21	90	40	1	43	6	ك	عمومية
43.0	51.4	25.0	53.7	5.6	47.0	50.0	0.0	58.3	27.8	45.0	50.6	12.5	55.8	16.7	النسبة %	
57	18	3	19	17	53	13	4	15	21	110	39	7	34	30	ك	خاصة
57.0	48.6	75.0	46.3	94.4	53.0	50.0	100.0	41.7	72.2	55.0	49.4	87.5	44.2	83.3	النسبة %	
100	37	4	41	18	100	18	4	36	42	200	79	8	77	36	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	النسبة %	
13.779					8.225					19.762					قيمة اختبار كا 2	
0.003					0.042					0.000					الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال هذا الجدول نسعى إلى معرفة أثر متغير طبيعة المؤسسة التي يشتغل بها الصحفيين عينة الدراسة على طبيعة الحساب الخاص بهم في موقع شبكة الفيسبوك، وقد بينت النتائج وجود علاقة دالة إحصائياً بين المتغيرين، حيث كانت قيمة كاف تربيعة في مجموع البلدين تساوي 19.762 بدلالة إحصائية أقل من 0.05.

ومن نتائج الجدول أعلاه اتضح للباحثة عدم وجود اختلافات في إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة، حيث نجد أن العلاقة دالة إحصائياً في الجزائر وتونس على حد سواء عند مستوى معنوية بلغت 0.042 و 0.003 على التوالي . وهو ما يعني أن طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يشتغل بها الصحفيين المبحوثين تؤثر على طريقة نشره للمعلومات الحصرية والعاجلة في حسابه على الفيسبوك. ففي الجزائر نجد أن غالبية الصحفيين الذين ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية ينتمون إلى مؤسسات إعلامية خاصة وعددهم 21 صحفي من أصل 42 مبحوث. أما في تونس فمعظم الصحفيين الذين ذكروا أنهم لا ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة إلا بعد نشرها في الموقع الرسمي لمؤسساتهم الإعلامية يشتغلون بمؤسسات عمومية؛ وهو أمر منطقي فالحرية التي يحظى بها صحفي القطاع العمومي محدودة جداً بالمقارنة مع القطاع الخاص في كلا البلدين.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة الباحثة الجزائرية شهرزاد بن عمار التي خلصت إلى أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في التزام الصحفيين بأخلاقيات الإعلام حسب متغير طبيعة المؤسسة، حيث بلغت قيمة اختبار التباين الأحادي 3.87 وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة حرية قدرت بـ3 (بن عمار، 2019، صفحات 180، 181).

الجدول المقارن رقم (31): يبين كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير لغة العمل

تونس					الجزائر					كلا البلدين					لغة العمل	
المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية					
	خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		
84	32	3	34	15	90	41	4	30	15	174	73	7	64	30	ك	العربية
84.0	86.5	75.0	82.9	83.3	90.0	97.6	100.0	83.3	83.3	87.0	92.4	87.5	83.1	83.3	%	
15	5	1	6	3	8	1	0	6	1	23	6	1	12	4	ك	الفرنسية
15.0	13.5	25.0	14.6	16.7	8.0	2.4	0.0	16.7	5.6	11.5	7.6	12.5	15.6	11.1	%	
1	0	0	1	0	2	0	0	0	2	3	0	0	1	2	ك	الإنجليزية
1.0	0.0	0.0	2.4	0.0	2.0	0.0	0.0	0.0	11.1	1.5	0.0	0.0	1.3	5.6	%	
100	37	4	41	18	100	42	4	36	18	200	79	8	77	36	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
1.870					15.185					7.904					قيمة اختبار كا2	
0.931					0.019					0.245					الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول رقم (31) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين نشر الصحفيين المبحوثين للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على الفيسبوك ولغة العمل التي تعتمدها مؤسساتهم الإعلامية وذلك عند مستوى معنوية أقل من 0.05 حيث بلغت قيمة اختبار كا2 7.904 بدلالة إحصائية قدرت بـ 0.245

وقد بينت النتائج وجود اختلافات في إجابات المبحوثين عينة الدراسة من البلدين، ففي الجزائر قدرت كا2 بـ 3.019 وبدلالة إحصائية أقل من 0.05، حيث ذكر غالبية الصحافيين المبحوثين الذين ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية وعددهم 41 مبحوث من أصل 42 ممن يستخدمون اللغة العربية على حساب الفرنسية والانجليزية؛ أما في تونس فقد بلغت قيمة اختبار كاف تربيع 1.870 بدلالة إحصائية أكثر من 0.05، أي لا تؤثر لغة العمل التي يعتمدها الصحافيين على طريقة نشرهم للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على الفيسبوك.

وهي النتيجة التي توصلت إليها الباحثة الجزائرية شهرزاد بن عمار حيث خلصت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في التزام الصحافيين بأخلاقيات الإعلام حسب متغير لغة المؤسسة، التي بلغت قيمة الإحصائي (F) 3.53 وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة حرية قدرت بـ 4 (بن عمار، 2019، صفحة 181) .

الجدول المقارن رقم(32): يبين كيفية نشر المعلومات الحصرية والعاجلة في تدوينات الصحافيين المبحوثين في الجزائر وتونس حسب متغير الخبرة المهنية

تونس					الجزائر					كلا البلدين					المتغير	
المجموع ع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				الخبرة المهنية	
	خيار4	خيار3	خيار2	خيار1		خيار4	خيار3	خيار2	خيار1		خيار4	خيار3	خيار2	خيار1		
20	5	1	8	6	9	5	0	0	4	29	10	1	8	10	ك	أقل من 5
20.0	13.5	25.0	19.5	33.3	9.0	11.9	0.0	0.0	22.2	14.5	12.7	12.5	10.4	27.8	%	
35	15	2	11	7	31	11	2	12	6	66	26	4	23	13	ك	من 5 إلى 10
35.0	40.5	50.0	26.8	38.9	31.0	26.2	50.0	33.3	33.3	33.0	32.9	50.0	29.9	36.1	%	
45	17	1	22	5	60	26	2	24	8	105	43	3	46	13	ك	أكثر من 10
45.0	45.9	25.0	53.7	27.8	60.0	61.9	50.0	66.7	44.4	52.5	54.4	37.5	59.7	36.1	%	
100	37	4	41	18	100	42	4	36	18	200	79	8	77	36	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
6.107					9.449					9.526					قيمة اختبار كا2	
0.411					0.150					0.146					الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

اتضح للباحثة من خلال الجدول المقارن أعلاه عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين الخبرة المهنية للمبحوثين وطريقة نشرهم للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على الفيسبوك ، فضلا عن عدم وجود فروق بين إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة. ففي الجزائر بلغت كا 2 9.449 وفي تونس 6.107 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05 . وتختلف هذه النتائج مع دراسة الباحثة شهرزاد بن عمار والتي خلصت إلى أن هناك اختلاف حول مدى التزام الصحفيين الجزائريين أفراد العينة للأخلاقيات المهنية حسب متغير الخبرة المهنية.

الجدول رقم(33): يبين توزيع إجابات المبحوثين الجزائريين حسب التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الذاتي ونشر المعلومات الحصرية وفقا لطبيعة المؤسسة الإعلامية

خاصة					عمومية					المتغير	
المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				النص على التدوين في آلية الضبط	
	خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1	ك	نعم
9	2	2	5	0	36	15	0	16	5	ك	نعم
17.0	9.5	50.0	33.3	0.0	76.6	71.4	0.0	76.2	100.0	%	
18	8	0	6	4	11	6	0	5	0	ك	لا
34.0	38.1	0.0	40.0	30.8	23.4	28.6	0.0	23.8	0.0	%	
26	11	2	4	9	0	0	0	0	0	ك	غير معني
49.1	52.4	50.0	26.7	69.2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	%	
53	21	4	15	13	47	21	0	21	5	ك	المجموع ع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
12.149					1.842					قيمة اختبار كا2	
0.059					0.398					الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يبين الجدول رقم (33) توزيع إجابات المبحوثين الجزائريين حسب التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الذاتي وكيفية نشر المعلومات الحصرية وذلك وفقا لطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يشتغلون بها، حيث كانت العلاقة دالة إحصائيا في المؤسسات الإعلامية الخاصة.

فجل المبحوثين وعددهم 4 صحافيين من أصل 13 مبحوث (9 غير معنيين بالسؤال) ممن ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية ذكروا أنه لم يتم التنصيص على أخلاقيات التدوين في آلية الضبط التي تعتمد مؤسساتهم الإعلامية الخاصة.

واتضح للباحثة من خلال البيانات المدرجة في الجدول أعلاه أن النسب الأكبر ممن ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم بعد نشرها في مواقع أخرى قد تم التنصيص عليها في آلية الضبط التي تعتمد مؤسساتهم الصحفية.

الجدول رقم (34) يبين توزيع إجابات المبحوثين التونسيين حسب التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الذاتي ونشر المعلومات الحصرية وفقا لطبيعة مؤسستهم الإعلامية

خاصة					عمومية					المتغير	
المجموع	نشر المعلومات الحصرية				المجموع	نشر المعلومات الحصرية				تنصيص المؤسسة على التدوين	
	خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1		خيار 4	خيار 3	خيار 2	خيار 1	ك	نعم
25	7	0	13	5	30	14	1	15	0	ك	نعم
43.9	38.9	0.0	68.4	29.4	69.8	73.7	100.0	68.2	0.0	%	
12	6	0	0	6	10	5	0	5	0	ك	لا
21.1	33.3	0.0	0.0	35.3	23.3	26.3	0.0	22.7	0.0	%	
20	5	3	6	6	3	0	0	2	1	ك	غير
35.1	27.8	100.0	31.6	35.3	7.0	0.0	0.0	9.1	100.0	%	معني
57	18	3	19	17	43	19	1	22	1	ك	المجمو
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	ع
16.342					15.362					قيمة اختبار كا2	
0.012					0.018					الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بناءً على معطيات الجدول السابق رقم (34) ونتائج الجدول الحالي يتضح للباحثة وجود فروق بين المبحوثين من البلدين محل الدراسة، ففي تونس كانت قيمة اختبار كا2 دالة إحصائياً في المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة على حد سواء بدلالة إحصائية أقل من 0.05. وعلى خلاف الجزائر التي كانت قيمة اختبار كا2 دالة إحصائياً فقط في المؤسسات الإعلامية الخاصة، فغالبية الصحافيين من الإعلام العمومي الذين ذكروا أنهم ينشرون المعلومات الحصرية بعد التحري من صحتها وعددهم 14 مبحوث من أصل 19 صرحوا أنه تم التنصيص على كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية الإلكترونية في آلية الضبط التي تعتمدها مؤسساتهم الإعلامية. كما هو الحال مع غالبية الصحافيين الذين ذكروا أنهم ينشرون المعلومات الحصرية والسبق الصحفي بعد نشره في الموقع الرسمي للمؤسسة الإعلامية وعددهم 15 صحفي من أصل 22 مبحوث مع الأخذ بعين الاعتبار غير المعنيين بالسؤال وعددهم 2 صحفي. في المقابل نجد أن غالبية صحافي القطاع الخاص الذين ذكروا أنهم ينشرون المعلومات الحصرية دون استشارة مؤسساتهم الإعلامية وعددهم 6 مبحوث من أصل 17 (7 غير معنيين بالسؤال)، قد ذكروا أنه لم يتم التنصيص على كيفية استخدام هذه الشبكات في آلية الضبط التي اعتمدها مؤسساتهم الإعلامية.

كما توضح البيانات المدرجة في الجدول أعلاه أن غالبية الصحافيين ممن ينشرون المعلومات الحصرية بعد التحري من صحتها وعددهم 7 من أصل 18 مبحوث (5 غير معنيين بالسؤال) قد صرحوا أنه تم التنصيص على كيفية استخدام صحافيها الشبكات الاجتماعية و المدونات في آلية الضبط الذاتي التي تعتمدها المؤسسة.

4.4 مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين:

الجدول رقم (35): يبين توزيع أفراد العينة وفق الإجراء الذي تتخذه إدارة مؤسساتهم في حال ارتكابهم لتجاوزات على الشبكات الاجتماعية في الجزائر وتونس

المجموع		تونس		الجزائر		البلد الخيار
		%	ك	%	ك	
54.5	126	51.20	64	58.49	62	تحذير
7.8	18	12.80	16	1.89	2	توبيخ
4.3	10	7.20	9	0.94	1	تعليق الحساب أو غلق المدونة
0.9	2	0	0	1.89	2	التوقيف عن العمل لفترة
2.2	5	4.00	5	0	0	الفصل من المؤسسة
30.3	70	24.80	31	36.79	39	لا شيء
100.0	231	100.00	125	100.00	106	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من نتائج الجدول أعلاه الخاص بتوزيع الصحافيين المبحوثين وفق طريقة الإجراء الذي تتخذه مؤسساتهم الإعلامية في حال ارتكابهم لتجاوزات مهنية وأخلاقية في تدويناتهم على الشبكات الاجتماعية، ففي تبين أن غالبية الصحافيين الجزائريين قد ذكروا أن مؤسساتهم الإعلامية قد وجهت لهم تحذير بنسبة بلغت 58.49% على أساس مجموع أفراد العينة، يليها في المرتبة الثانية بنسبة 36.79% أجابوا ب لا شيء، وفي الأخير نجد أن التوقيف عن العمل لفترة أو تعليق الحساب الفيسبوكي (أو المدونة) بنسبة ضئيلة جدا. ويمكن تفسير هذه النتائج لغياب مدونات السلوك ومواثيق الشرف التي تنظم طريقة عمل صحفيي المؤسسات الإعلامية الجزائرية إن لم نقل انعدامها.

أما في تونس فقد تماثلت الإجابات مع الجزائر، حيث أجاب معظم الصحافيين التونسيين عينة الدراسة أن إدارة مؤسساتهم قد وجهت لهم تحذير نتيجة تجاوزاتهم في مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات بنسبة 51.20% ، يليها في المقام الثاني بنسبة 24.80% لم تتخذ المؤسسة أي تدبير اتجاه الصحافيين المبحوثين، ولكن يليه قرار الفصل من المؤسسة حيث صرح 5 صحافيين بذلك وهو نقطة الاختلاف بين إجابات المبحوثين من البلدين، ويمكن رد ذلك إلى أن هناك 5 مؤسسات صحفية تونسية قامت بالتنصيص على كيفية استخدام ونشاط صحفيها على مواقع الشبكات الاجتماعية مقارنة مع المؤسسات الإعلامية الجزائرية. (انظر الفصل الثاني ص146)

الجدول المقارن رقم(36) : يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط

التدوين لدى الصحافيين

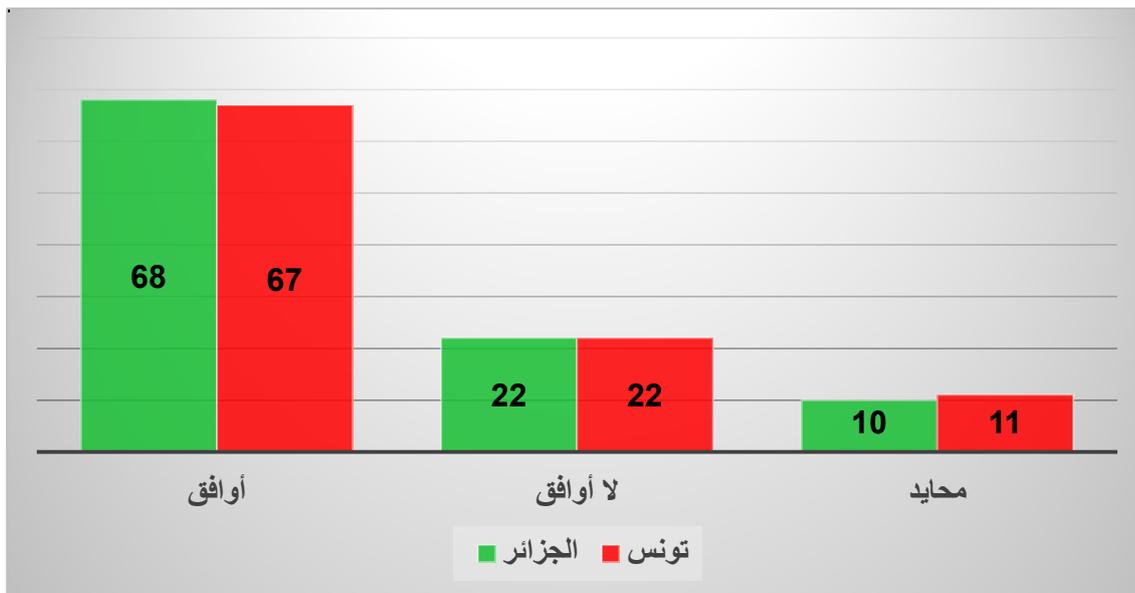
المتغير		الجزائر		تونس		المجموع	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي							
أوافق	68	68.0	67	67.0	135	67.5	
لا أوافق	22	22.0	22	22.0	44	22.0	
ليس لي رأي محدد	10	10.0	11	11.0	21	10.5	
المجموع	100	100.0	100	100.0	200	100.0	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يهدف التعرف على آراء المبحوثين حول ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحفيين المحترفين، أوضحت نتائج الجدول رقم (36) توافق إجابات المبحوثين من البلدين. حيث ذكر معظم أفراد العينة من الجزائر بنسبة 68% أنهم يوافقون على وضع ميثاق خاص بالتدوين الإلكتروني مقابل 22% فقط لا يوافقون على ذلك، وفي الأخير نجد 10% من الصحفيين الجزائريين ليس لهم رأي محدد والذي يمكن ضم إجاباتهم تجاوزا مع الخيار "لا أوافق". وبينما صرح 67% من إجمالي المبحوثين في تونس أنهم يوافقون على إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني، أجاب 22% من المبحوثين بـ"لا أوافق"، يليه وبنسبة ضئيلة جدا بلغت 11% ذكروا أنه ليس لهم رأي محدد بخصوص ذلك.

رسم بياني مقارن رقم (23): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص

بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحفيين في الجزائر وتونس



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(37) : يبين الأسباب التي يرى من خلالها الصحفيين المبحوثين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي يضبط التدوين الإلكتروني

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	تعليق الموافقة(أوافق)
11.9	16	13.4	9	10.3	7	حماية حرية التدوين من خلال تحديد حقوق وواجبات الصحفيين المدونين على الشبكات الاجتماعية والمدونات.
8.9	12	3.0	2	14.7	10	الشبكات الاجتماعية والمدونات فضاء حر بدون رقابة و يجب وضع حدود وفواصل له من خلال ميثاق أخلاقي.
14.1	19	19.4	13	8.8	6	الصحفي المهني ملزم باحترام أخلاقيات المهنة حتى في فضائه الخاص على الفيسبوك أو أي من الشبكات الاجتماعية الأخرى باعتباره من قادة الرأي وصناعه
8.9	12	9.0	6	8.8	6	الصحفي ليس حرا في فضاء الشبكات الاجتماعية كما يعتقد الغالبية، بل هو يمثل مؤسسة إعلامية تسعى جاهدة للحفاظ على سمعتها

25.9	35	22.4	15	29.4	20	لحد من التجاوزات والانتهاكات الأخلاقية الحاصلة على مواقع الشبكات الاجتماعية (من سب و شتم و تجريح والتعدي على خصوصية الآخرين...الخ)
4.4	6	4.5	3	4.4	3	تنظيم علاقة الصحفي المدون بالجمهور التفاعلي والحد من التعليقات المخربة
11.1	15	13.4	9	8.8	6	حماية حرية التدوين والحد من القوانين والتشريعات الزجرية خصوصا قانون العقوبات
0.7	1	0.0	0	1.5	1	الكثير من الصحفيين يبحثون عن الشهرة حتى على حساب نشر الشائعات والتعدي على حقوق الغير لذلك وجب ضبط التدوين
11.9	16	11.9	8	11.8	8	الحفاظ على مصداقية الصحفي المدون لدى الجمهور على اعتبار ان ذلك سيؤثر على عمله الصحفي خصوصا في علاقته مع مصادره
2.2	3	3.0	2	1.5	1	أخرى
100.0	135	100.0	67	100.0	68	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بناءً على معطيات الجدول السابق، بين الجدول المقارن رقم (37) الأسباب التي يرى من خلالها الصحفيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي ينظم نشاط التدوين الإلكتروني. وصنفت الباحثة إجابات أفراد العينة على السؤال المفتوح في 10 فئات، حيث سجلنا بعض الاختلافات في إجابات المبحوثين من البلدين؛ وقد ذكر الصحفيين أفراد العينة أن العامل الرئيسي لإنشاء الميثاق هو الحد من التجاوزات و الانتهاكات الأخلاقية الحاصلة على مواقع الشبكات الاجتماعية من سب و شتم وتجريح وتعدي على خصوصية الآخرين.

ووفقاً لإجابات الصحفيين الجزائريين يأتي في المقام الثاني العامل الخاص باعتبار الشبكات الاجتماعية الإلكترونية فضاء حر بدون رقابة و يجب وضع حدود و فواصل له من خلال ميثاق خاص، يليه في المقام الثالث السبب الخاص بالحفاظ على مصداقية الصحفي المدون لدى الجمهور على اعتبار أن ذلك سيؤثر على عمله الصحفي خصوصاً في علاقته مع المصادر، وفي هذا الشأن يذكر الباحث الجزائري نصر الدين العياضي أن الصحفي الذي يفقد مصداقيته على مواقع الشبكات الاجتماعية لا يمكن له أن يستردها في عمله الصحفي (العياضي، 2019). ثم يأتي في المقام الرابع العامل الخاص بحماية حرية التدوين من خلال تحديد حقوق وواجبات الصحفيين المدونين على الشبكات الاجتماعية. يليها في المقام الخامس أن الصحفي المهني ملزم باحترام أخلاقيات المهنة حتى في فضائه الخاص على الفيسبوك أو أي من الشبكات الاجتماعية الأخرى باعتباره من قادة الرأي وصناعه، فهو يمثل مؤسسة إعلامية تسعى جاهدة للحفاظ على سمعتها.

أما في تونس فقد صرح الصحفيين أفراد العينة ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي للتدوين الإلكتروني بسبب أن الصحفي المهني ملزم باحترام أخلاقيات المهنة حتى في فضائه الخاص على الفيسبوك أو أي من الشبكات الاجتماعية الأخرى باعتباره من قادة الرأي وصناعه، يليها في المقام الثالث السبب الخاص بحماية حرية التدوين من خلال تحديد حقوق وواجبات الصحفيين المدونين على الشبكات الاجتماعية والمدونات، فضلاً عن الحد من القوانين والتشريعات الزجرية خصوصاً قانون العقوبات. ثم في المقام الرابع العامل الخاص بالحفاظ على مصداقية الصحفي المدون لدى الجمهور على اعتبار أن ذلك سيؤثر على عمله الصحفي خصوصاً في علاقته مع المصادر،

وفي المقام الخامس يأتي السبب الخاص بأن الصحفي ليس حراً في فضاء الشبكات الاجتماعية كما يعتقد الغالبية، بل هو يمثل مؤسسة إعلامية تسعى جاهدة للحفاظ على سمعتها.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة الباحث التونسي الصادق الحمامي بعنوان "الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية" (الحمامي، 2013)، الذي توصل إلى أن حرية الصحفي في الفضاء الافتراضي ليست مطلقة بل تخضع إلى عدد من الضوابط وقواعد السلوك المهني مصدرها الأساسي مؤسسات الميديا والصحفيين التي يضعونها في إطار التنظيم الذاتي لمهنتهم وذلك استناداً إلى أبرز التجارب العالمية (انظر الفصل الأول ص 24).

الجدول المقارن رقم (38) : يبين الأسباب التي يرى من خلالها الصحفيين المبحوثين عدم موافقتهم على إنشاء ميثاق أخلاقي يضبط التدوين الإلكتروني.

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	
						تعليق المعارضة والحياد (لا أوافق + ليس لي رأي محدد)
15.4	10	12.1	4	18.8	6	الأخلاقيات منبعها الضمير المهني للصحفي ولا يحتاج إلى ميثاق ليلتزم بها
33.8	22	36.4	12	31.1	10	يعتبر التدوين مهرباً للصحفي من ضغط رئيس التحرير وتوجهات مؤسسته الإعلامية
27.7	18	33.3	11	21.9	7	الميثاق سيعمل على التضييق على حرية الرأي والتعبير
6.2	4	0.0	0	12.5	4	شبكات التواصل الاجتماعي لا بد أن تخضع إلى تنظيم شامل و قانون عام وليس ميثاق
4.6	3	3.0	11	6.3	2	الشبكات الاجتماعية والمدونات فضاء خاص يعبر فيه الصحفي عن آرائه الشخصية ولا يلزم بها مؤسسته الإعلامية
10.8	7	12.1	4	9.4	3	الشبكات الاجتماعية فضاء افتراضي مفتوح تكثر فيه الأسماء المستعارة ويصعب فرض الرقابة على محتواها
1.5	1	3.0	1	0.0	0	أخرى
100.0	65	100.0	33	100.0	32	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

بناءً على معطيات الجدول رقم (38)، يبين الجدول أعلاه الأسباب التي يرى من خلالها الباحثون عينة الدراسة عدم وجود ضرورة لإنشاء ميثاق أخلاقي يضبط نشاط التدوين الإلكتروني، حيث توافقت الإجابات بين الصحافيين أفراد العينة من البلدين حول السبب المتعلق باعتبار التدوين مهراً للصحفي من رئيس التحرير وتوجهات السياسة التحريرية لمؤسستهم الإعلامية، يليها في المقام الثاني العامل الخاص بأن الميثاق سيعمل على التضييق على حرية الرأي والتعبير، ثم تأتي في المرتبة الثالثة العامل الخاص باعتبار أن الأخلاقيات المهنية منبعا الضمير المهني للصحفي ولا تحتاج إلى ميثاق يلتزم بها، إضافة إلى أن شبكات التواصل الاجتماعي لا بد أن تخضع إلى تنظيم شامل و قانون عام وليس ميثاق فضلا عن أسباب أخرى كما هي مبينة في الجدول أعلاه.

الجدول المقارن رقم(39): يبين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحافيين حسب متغير الجنس

تونس			الجزائر				كلا البلدين			الجنس			
المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي						
	ليس لي رأي محدد	لا أوافق		أوافق	ليس لي رأي محدد		لا أوافق	أوافق	ليس لي رأي محدد	لا أوافق	أوافق		
46	2	10	34	76	8	14	54	122	10	24	88	ك	ذكر
46.0	18.2	45.5	50.7	76.0	80.0	63.6	79.4	61.0	47.6	54.5	65.2	%	
54	9	12	33	24	2	8	14	78	11	20	47	ك	أنثى
54.0	81.8	54.5	49.3	24.0	20.0	36.4	20.6	39.0	54.4	45.5	34.8	%	
100	11	22	67	100	10	22	68	200	21	44	135	ك	المجموع
100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	%	
4.037			2.365				3.345			قيمة اختبار كاف تربيع			
0.133			0.306				0.188			الدلالة الإحصائية			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول رقم (39) عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين ضرورة إنشاء ميثاق خاص بتنظيم نشاط التدوين الالكتروني ومتغير الجنس، حيث بلغت قيمة اختبار كاف تربيع 2.395 و 4.037 بدلالة إحصائية أقل من 0.05 في الجزائر وتونس على التوالي . وهو ما يعني عدم وجود فروق بين الصحافيين من الجنسين ومن البلدين حول ضرورة وضع ميثاق أخلاقي للتدوين الالكتروني.

الجدول المقارن رقم(40): يبين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحافيين المبحوثين وفق متغير التخصص العلمي

تونس			الجزائر			كلا البلدين							
المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		التخصص				
	أوافق	لا أوافق		أوافق	لا أوافق		أوافق	لا أوافق			دون رأي محدد		
74	8	12	54	63	7	12	44	137	15	24	98	ك	إعلام واتصال
74.0	72.7	54.5	80.6	63.0	70.0	54.5	64.7	68.5	71.4	54.5	72.6	%	
5	0	4	1	18	1	6	11	23	1	10	12	ك	حقوق وعلوم سياسية
5.0	0.0	18.2	1.5	18.0	10.0	27.3	16.2	11.5	4.8	22.7	8.9	%	
6	0	1	5	11	1	3	7	17	1	4	12	ك	آداب ولغات
6.0	0.0	4.5	7.5	11.0	10.0	13.6	10.3	8.5	4.8	9.1	8.9	%	
15	3	5	7	8	1	1	6	23	4	6	13	ك	علوم اجتماعية
15.0	27.3	22.7	10.4	8.0	10.0	4.5	8.8	11.5	19.0	13.6	9.6	%	
100	11	22	67	100	10	22	68	200	21	44	135	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
15.248			2.506			10.072			قيمة اختبار كا2				
0.018			0.868			0.122			الدلالة الإحصائية				

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تظهر نتائج الجدول المقارن أعلاه وجود فروق بين إجابات المبحوثين من البلدين، حيث بلغت قيمة اختبار كا² في الجزائر 2.506 بدلالة إحصائية أقل من 0.05 ، أي أن تخصص المبحوث لا يؤثر على رأيه حول ضرورة وضع ميثاق أخلاقي ينظم نشاط التدوين الإلكتروني. أما في تونس فتبين النتائج وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين، فغالبية الصحافيين التونسيين أفراد العينة ممن أجابوا بـ"أوافق" هم أهل التخصص (إعلام واتصال) وعددهم 54 مبحوث من أصل 67 مفردة مقارنة بالتخصصات العلمية الأخرى (آداب ولغات، حقوق وعلوم سياسية، وعلوم اجتماعية).

الجدول المقارن رقم(41): يبين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحافيين المبحوثين حسب متغير طبيعة المؤسسة

تونس			الجزائر			كلا البلدين							
المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		طبيعة المؤسسة				
	محايد	معارض		موافق	محايد		معارض	موافق			محايد	معارض	موافق
43	7	7	29	47	3	4	40	90	10	11	69	ك	عمومية
43.0	63.6	31.8	43.3	47.0	30.0	18.2	58.8	45.0	47.6	25.0	51.1	%	
57	4	15	38	53	7	18	28	110	11	33	66	ك	خاصة
57.0	36.4	68.2	56.7	53.0	70.0	81.8	41.2	55.0	52.4	75.0	48.9	%	
100	11	22	67	100	10	22	68	200	21	44	135	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
3.036			12.311			9.206			قيمة اختبار كاف تربيع				
0.219			0.002			0.010			الدلالة الإحصائية				

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من نتائج الجدول أعلاه تبين أن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إجابات المبحوثين من البلدين، حيث بلغت قيمة اختبار كا² في الجزائر 12.311 بدلالة إحصائية أقل من 0.05، وهو ما يعني أن طبيعة المؤسسة الإعلامية تؤثر على آراء المبحوثين بخصوص إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بالتدوين الإلكتروني فجل الصحفيين الجزائريين أفراد العينة بنسبة 58.8% (وعددهم 40 مبحوث من أصل 68 مفردة) ممن أجابوا بـ "أوافق" ينتمون إلى قطاع الإعلام العمومي، في حين 18 مبحوث ممن أجابوا بـ "لا أوافق" بنسبة 81.8% يشغلون بمؤسسات إعلامية خاصة. وبشكل عام تؤكد هذه النتائج نظرة الباحثة حول أن صحفيي قطاع الإعلام الخاص يتمتعون بحرية أكبر مقارنة مع القطاع العمومي.

في المقابل قدرت قيمة اختبار كا² في تونس 3.036 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، فغالبيتها الصحفيين المبحوثين سواء الذين أجابوا بـ "أوافق" أو "لا أوافق" ينتمون إلى القطاع الإعلامي الخاص، أي لا وجود لعلاقة دالة إحصائية بين المتغيرين.

الجدول المقارن رقم(42): يبين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين لدى الصحافيين حسب متغير لغة العمل في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين						
المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		لغة العمل				
	ليس لي رأي محدد	لا أوافق		أوافق	ليس لي رأي محدد		لا أوافق	أوافق			ليس لي رأي محدد	لا أوافق	أوافق
84	11	17	56	90	10	20	60	174	21	37	116	ك	العربية
84.0	100.0	77.3	83.6	90.0	100.0	90.9	88.2	87.0	100.0	84.1	85.9	%	
15	0	5	10	8	0	2	6	23	0	7	16	ك	الفرنسية
15.0	0.0	22.7	14.9	8.0	0.0	9.1	8.8	11.5	0.0	15.9	11.9	%	
1	0	0	1	2	0	0	2	3	0	0	3	ك	الإنجليزية
1.0	0.0	0.0	1.5	2.0	0.0	0.0	2.9	1.5	0.0	0.0	2.2	%	
100	11	22	67	100	10	22	68	200	21	44	135	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
3.474			1.968				5.086			قيمة اختبار كا2			
0.482			0.742				0.279			الدلالة الإحصائية			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تبين البيانات المدرجة أعلاه أثر متغير لغة العمل على آراء المبحوثين الجزائريين والتونسيين بخصوص إنشاء ميثاق أخلاقي للتدوين الإلكتروني، وقد أسفرت النتائج إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين في كلا البلدين مع عدم تسجيل فوارق بينهما، حيث بلغت قيمة اختبار كا2 في الجزائر 1.968 في الجزائر و 3.474 في تونس بدلالة إحصائية أكبر من 0.05 في كلا البلدين.

الجدول المقارن رقم(43): يبين ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحافيين المبحوثين حسب متغير الخبرة المهنية

تونس			الجزائر			كلا البلدين			الخبرة المهنية				
المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي		المجموع	ضرورة إنشاء ميثاق أخلاقي						
	محايد	معارض		موافق	محايد		معارض	موافق	محايد	معارض	موافق		
20	3	4	13	9	2	3	4	29	5	7	17	ك	أقل من 5
20.0	27.3	18.2	19.4	9.0	20.0	13.6	5.9	14.5	23.8	15.9	12.6	%	
35	7	12	16	31	4	13	14	66	11	25	30	ك	من 5 إلى 10
35.0	63.6	54.5	23.9	31.0	40.0	59.1	20.6	33.0	52.4	56.8	22.2	%	
45	1	6	38	60	4	6	50	105	5	12	88	ك	أكثر من 10
45.0	9.1	27.3	56.7	60.0	40.0	27.3	73.5	52.5	23.8	27.3	65.2	%	
100	11	22	67	100	10	22	68	200	21	44	135	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
14.417			17.512			29.125			قيمة اختبار كاف تربيع				
0.006			0.002			0.00			الدلالة الإحصائية				

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول رقم (43) وجود علاقة دالة إحصائياً بين الخبرة المهنية للمبحوثين ورأيهم بخصوص إنشاء ميثاق أخلاقي للتدوين الإلكتروني، حيث بلغت قيمة اختبار كا² في مجموع البلدين 29.125 بدلالة إحصائية أقل من 0.05.

وتبين النتائج المدرجة أعلاه عدم وجود اختلافات في آراء المبحوثين من البلدين، ففي الجزائر نجد أن أصحاب الخبرة الطويلة لأكثر من 10 سنوات أجابوا بـ "أوافق" وعددهم 50 مبحوث من مجموع 68 مفردة وبنسبة 73.5 %، في المقابل يميل أصحاب الخبرة المتوسطة (من 5 إلى 10 سنوات) إلى الخيار "لا أوافق" وعددهم 13 مبحوث من أصل 22 مفردة بنسبة بلغت 59.1%.

في المقابل اختار غالبية الصحفيين المبحوثين من تونس ذوو الخبرة الطويلة لأكثر من 10 سنوات الخيار "أوافق" وعددهم 38 مبحوث من 67 مفردة بمعدل 56.7%، يليها أصحاب الخبرة المتوسطة وعددهم 12 مبحوثاً من بين 22 مفردة أجابوا على السؤال بالخيار "لا أوافق"، فيما ذكر 7 صحافيين فقط من أصل 11 مبحوثاً أنه ليس لهم رأي محدد.

4.4 مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين

الجدول المقارن رقم(44): يوضح درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في تدويناته الإلكترونية في الجزائر

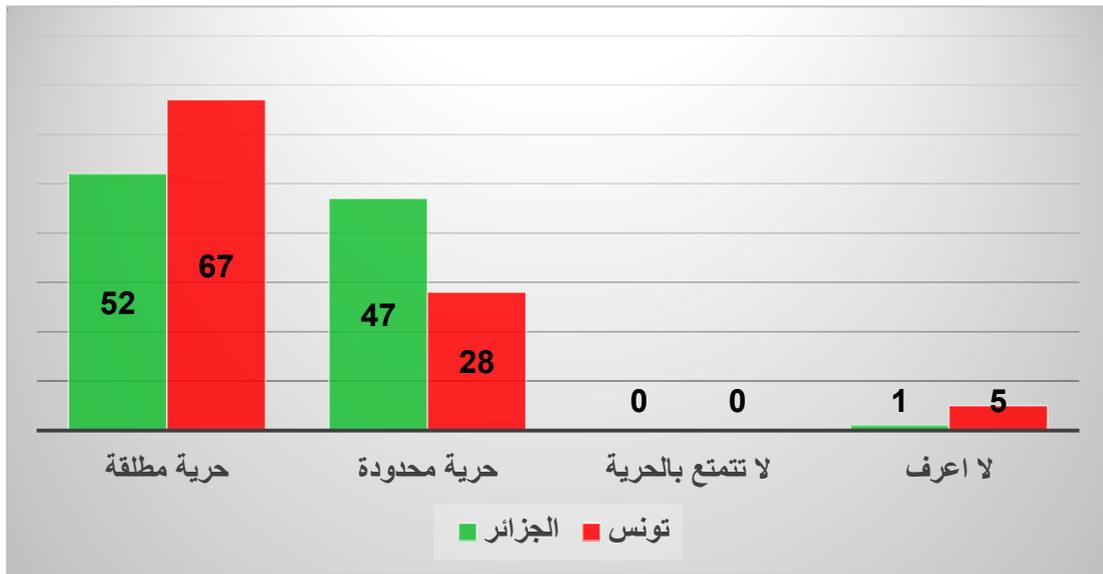
وتونس

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	درجة الحرية في التدوين
59.5	119	67.0	67	52.0	52	حرية مطلقة
37.5	75	28.0	28	47.0	47	حرية محدودة
0	0	0	0	0	0	لا تتمتع بالحرية
3.0	6	5.0	5	1.0	1	لا أعرف
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يوضح الجدول المقارن أعلاه درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين الالكتروني، حيث ذكر غالبية المبحوثين من البلدين أنهم يتمتعون بحرية مطلقة بنسبة بلغت 52% في الجزائر و 67% في تونس، يليها ونسبة 47% و 28% في كلا البلدين وعلى التوالي أنهم يتمتعون بحرية محدودة . ويمكن رد هذه النتائج إلى غياب إطار قانوني وتشريعي خاص بتنظيم نشاط التدوين الالكتروني في كلا البلدين.

رسم بياني مقارن رقم (24): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(45): يبين درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين حسب متغير الجنس في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين			الجنس			
المجموع	حرية التدوين		المجموع	حرية التدوين		المجموع	حرية التدوين						
	لا أعرف	محدودة		مطلقة	لا أعرف		محدودة	مطلقة	لا أعرف	محدودة	مطلقة		
46	1	16	29	76	0	38	38	122	1	54	67	ك	ذكر
46.0	20.0	57.1	43.3	76.0	0.0	80.9	73.1	61.0	16.7	72.0	56.3	%	
54	4	12	38	24	1	9	14	78	5	21	52	ك	أنثى
54.0	80.0	42.9	56.7	24.0	100.0	19.1	26.9	39.0	83.3	28.0	43.7	%	
100	5	28	67	100	1	47	52	200	6	75	119	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
2.959			4.017				9.875			قيمة اختبار كا2			
0.228			0.134				0.007			الدلالة الإحصائية			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول المقارن أعلاه عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفيين المبحوثين في التدوين الإلكتروني ومتغير الجنس حيث قدرت قيمة كا² في الجزائر 4.017 و2.995 في تونس بدلالة إحصائية أكبر من 0.05؛ وهو ما يعني عدم وجود اختلافات بين إجابات الصحفيين الذكور والإناث من أفراد العينة في كلا البلدين. حيث أن غالبية الصحفيين المبحوثين من الجزائر الذين ذكروا أنهم يتمتعون بحرية مطلقة بنسبة بلغت 38% هم من الذكور مقابل 26.9% للإناث، كما أن جل الصحفيين الذين ذكروا أنهم يتمتعون بحرية محدودة هم من الذكور أيضا بنسبة بلغت 38% مقابل 19.1% للإناث. وتشير بيانات الجدول أعلاه إلى عدم توافق الإجابات بين المبحوثين من البلدين حيث أن معظم الصحفيين من تونس الذين صرحوا أنهم يتمتعون بحرية مطلقة بنسبة بلغت 56.7% هم من الإناث مقابل 43.3% للذكور، في حين أن غالبية الصحفيين المبحوثين ممن أجابوا بحرية محدودة هم من الذكور بنسبة بلغت 57.1% مقابل 42.9% .

الجدول المقارن رقم(46): يبين درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين حسب متغير التخصص العلمي للمبجوثين

تونس			الجزائر			كلا البلدين			المتغير				
المجموع	حرية التدوين		المجموع	حرية التدوين		المجموع	حرية التدوين		التخصص				
	لا أعرف	محدودة		مطلقة	لا أعرف		محدودة	مطلقة			لا أعرف	محدودة	مطلقة
74	1	24	49	63	0	33	30	137	1	57	79	التكرار	إعلام واتصال
74.0	20.0	85.7	73.1	63.0	0.0	70.2	57.7	68.5	16.7	76.0	66.4	النسبة المئوية	
5	0	0	5	18	1	9	8	23	1	9	13	التكرار	حقوق وعلوم سياسية
5.0	0.0	0.0	7.5	18.0	100.0	19.1	15.4	11.5	16.7	12.0	10.9	النسبة المئوية	
6	1	1	4	11	0	1	10	17	1	2	14	التكرار	آداب ولغات
6.0	20.0	3.6	6.0	11.0	0.0	2.1	19.2	8.5	16.7	2.7	11.8	النسبة المئوية	
15	3	3	9	8	0	4	4	23	3	7	13	التكرار	علوم اجتماعية
15.0	60.0	10.7	13.4	8.0	0.0	8.5	7.7	11.5	50.0	9.3	10.9	النسبة المئوية	
100	5	28	67	100	1	47	52	200	6	75	119	التكرار	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	النسبة المئوية	
14.070			11.996			16.276			قيمة اختبار كاف تربيع				
0.029			0.062			0.012			الدلالة الإحصائية				

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تشير بيانات الجدول المقارن رقم (46) إلى وجود علاقة دالة إحصائية بين تخصص المبحوث ودرجة الحرية التي يتمتع بها في التدوين الإلكتروني، حيث بلغت قيمة كا2 في مجموع البلدين 16.275 بدلالة إحصائية أقل من 0.05.

كما توضح النتائج المسجلة أعلاه وجود فروق في إجابات المبحوثين من البلدين، ففي الجزائر بلغت قيمة اختبار كاف تربيع 11.996 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، حيث أن غالبية المبحوثين ذوو تخصص إعلام واتصال يتمتعون بحرية محدودة في التدوين الإلكتروني بمعدل 33 مبحوث من أصل 63 مفردة؛ أما في تونس فقدرت قيمة اختبار كاف تربيع بـ14.070 بدلالة إحصائية أقل من 0.05، فغالبية الصحافيين الذين ذكروا أنهم يتمتعون بحرية مطلقة في التدوين الإلكتروني هم أهل التخصص (إعلام واتصال) وعددهم 24 مبحوث من أصل 28 مفردة.

الجدول المقارن رقم(47): يبين درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفيين المبحوثين في التدوين الالكتروني حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر			كلا البلدين							
المجموع	حرية التدوين		المجموع	حرية التدوين		المجموع	حرية التدوين		طبيعة المؤسسة				
	لا أعرف	محدودة		مطلقة	لا أعرف		محدودة	مطلقة			لا أعرف	محدودة	مطلقة
43	1	20	22	47	0	31	16	90	1	51	38	ك	عمومية
43.0	20.0	71.4	32.8	47.0	0.0	66.0	30.8	45.0	16.7	68.0	31.9	%	
57	4	8	45	53	1	16	36	110	5	24	81	ك	خاصة
57.0	80.0	28.6	67.2	53.0	100.0	34.0	69.2	55.0	83.3	32.0	68.1	%	
100	5	28	67	100	1	47	52	200	6	75	119	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
13.136			13.167			26.186			قيمة اختبار كاف تربيع				
0.001			0.001			0.000			الدلالة الإحصائية				

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يلاحظ من الجدول أعلاه وجود علاقة دالة إحصائية بين طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يشتغل بها الصحافيين عينة الدراسة ودرجة الحرية التي يتمتعون بها حيث بلغت قيمة اختبار كاف ترييع 13.167 في الجزائر و 13.136 في تونس بدلالة إحصائية أقل من 0.05، وهو ما يعني أن معظم الصحافيين الجزائريين الذين ذكروا أنهم يتمتعون بحرية مطلقة ينتمون إلى قطاع الإعلام الخاص وعددهم 36 مبحوث من أصل 52 مفردة ، في المقابل ذكر 31 مبحوث من بين 47 مفردة من الذين صرحوا أنهم يتمتعون بحرية محدودة في تدويناتهم الالكترونية ينتمون إلى قطاع الإعلام العمومي .

وقد بينت النتائج توافق إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة، حيث أن 45 مبحوث تونسي من أصل 67 مفردة ممن ذكروا أنهم يتمتعون بحرية مطلقة في التدوين الالكتروني هم في الواقع ينتمون إلى قطاع الإعلام الخاص، بينما أقر 20 مبحوث من بين 28 مفردة الذين صرحوا أنهم يتمتعون بحرية محدودة هم في الأصل ينتمون إلى قطاع الإعلام العمومي.

الجدول المقارن رقم(48): يبين درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين حسب متغير الخبرة المهنية في الجزائر وتونس

تونس			الجزائر				كلا البلدين						
المجموع	حرية التدوين			المجموع	حرية التدوين			المجموع	حرية التدوين			الخبرة	
	لا أعرف	محدودة	مطلقة		أعرف	محدودة	مطلقة		لا أعرف	محدودة	مطلقة		
20	1	4	15	9	0	3	6	29	1	7	21	ك	أقل من 5
20.0	20.0	14.3	22.4	9.0	0.0	6.4	11.5	14.5	16.7	9.3	17.6	%	
35	3	10	22	31	1	13	17	66	4	23	39	ك	من 5 إلى 10
35.0	60.0	35.7	32.8	31.0	100.0	27.7	32.7	33.0	66.7	30.7	32.8	%	
45	1	14	30	60	0	31	29	105	1	45	59	ك	أكثر من 10
45.0	20.0	50.0	44.8	60.0	0.0	66.0	55.8	52.5	16.7	60.0	49.6	%	
100	5	28	67	100	1	47	52	200	6	75	119	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
2.486				3.606				6.864				قيمة اختبار كاف تربيع	
0.647				0.462				0.143				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

سعت الباحثة من خلال الجدول رقم(48) إلى معرفة أثر متغير الخبرة المهنية على درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في تدويناته الالكترونية، وقد بينت النتائج المسجلة أعلاه عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين المتغيرين حيث بلغت قيمة اختبار كاف تربيع 3.606 في الجزائر و 2.486 في تونس بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، مع الأخذ عين الاعتبار عدم تسجيل فروق بين البلدين محل الدراسة.

الجدول المقارن رقم(49): يبين درجة الحرية التي يتمتع بها الصحفي المهني في التدوين الالكتروني حسب متغير لغة العمل

تونس			الجزائر				كلا البلدين			لغة العمل			
المجموع	حرية التدوين			المجموع	حرية التدوين			المجموع	حرية التدوين			ك	%
	لا أعرف	محدودة	مطلقة		لا أعرف	محدودة	مطلقة		لا أعرف	محدودة	مطلقة		
84	5	22	57	90	1	42	47	174	6	64	104	ك	العربية
84.0	100.0	78.6	85.1	90.0	100.0	89.4	90.4	87.0	100.0	85.3	87.4	%	
15	0	6	9	8	0	5	3	23	0	11	12	ك	الفرنسية
15.0	0.0	21.4	13.4	8.0	0.0	10.6	5.8	11.5	0.0	14.7	10.1	%	
1	0	0	1	2	0	0	2	3	0	0	3	ك	الإنجليزية
1.0	0.0	0.0	1.5	2.0	0.0	0.0	3.8	1.5	0.0	0.0	2.5	%	
100	5	28	67	100	1	47	52	200	6	75	119	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
2.383			2.673				3.736			قيمة اختبار كاف تربيع			
0.666			0.614				0.443			الدلالة الإحصائية			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

توضح نتائج الجدول المقارن رقم(49)عدم وجود علاقة دالة إحصائيا بين لغة العمل التي يعتمدها الصحافيين المبحوثين من البلدين ودرجة الحرية التي يتمتعون بها في تدويناتهم الالكترونية، حيث بلغت قيمة اختبار كاف تربيع 2.673 و 2.383 في الجزائر وتونس على التوالي وبدلالة إحصائية أقل من 0.05 في كلا البلدين.

الجدول المقارن رقم(50): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم التونسي رقم 115) في تنظيم التدوين الالكتروني واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

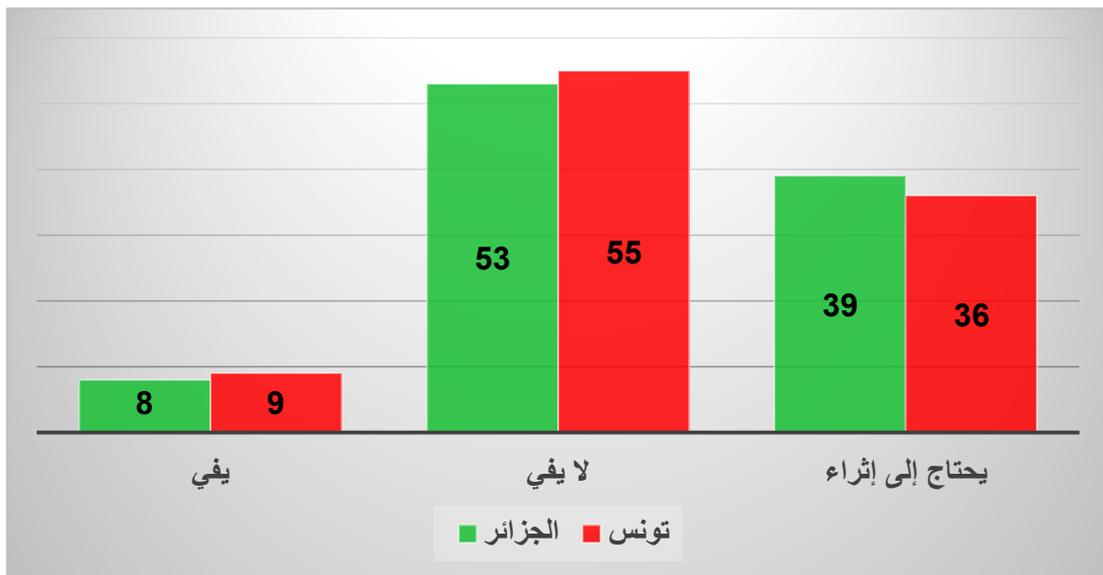
المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	فاعلية القوانين في تنظيم التدوين
8.5	17	9.0	9	8.0	8	يفي
54.0	108	55.0	55	53.0	53	لا يفي
37.5	75	36.0	36	39.0	39	يحتاج إلى إثراء
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتضح من الجدول أعلاه توافق إجابات المبحوثين عينة الدراسة من البلدين حول مدى فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم التونسي رقم 115) في تنظيم نشاط التدوين الالكتروني واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث صرح غالبية الصحافيين أفراد العينة من الجزائر وتونس بنسبة بلغت 53% و 55% على التوالي أن قوانين الإعلام سابقة الذكر لا تفي لتنظيم نشاط التدوين، في حين ذكر 39% من المبحوثين الجزائريين و36% من المبحوثين التونسيين أن قوانين الإعلام في البلدين محل الدراسة تحتاج إلى إثراء، وفي الأخير أقر وبنسبة ضئيلة جدا قدرت بـ8% و 9% من إجمالي أفراد العينة من البلدين محل الدراسة على التوالي على أن هذه القوانين تفي لتنظيم استخدام الشبكات الاجتماعية.

وتتوافق هذه النتائج مع دراسة الباحثة فايزة الصديق هارون حيث توصلت الدراسة إلى أن هناك فئة بلغت نسبتهم 23.9 % توافق إلى حد ما على أن قوانين الصحافة القديمة في البلدان العربية محل الدراسة من قارتي آسيا وأفريقيا تستطيع أن تضبط المخالفات التي يرتكبها مستخدموا شبكات التواصل الاجتماعي والذي يعتبر الصحفيين جزء منهم، كما أن أغلبية المبحوثين أجمعوا على عدم فعالية التشريعات الحالية فيما تقدمه هذه الوسائط (الصديق هارون، 2017، صفحة 275).

رسم بياني مقارن رقم (25): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية



الجدول المقارن رقم(51): يبين فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير الجنس

تونس				الجزائر				كلا البلدين				الجنس	
المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام				
	يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		
46	25	19	2	76	34	37	5	122	59	56	7	التكرار	ذكر
46.0	69.4	34.5	22.2	76.0	87.2	69.8	62.5	61.0	78.7	51.9	41.2	النسبة المئوية	
54	11	36	7	24	5	16	3	78	16	52	10	التكرار	أنثى
54.0	30.6	65.5	77.8	24.0	12.8	30.2	37.5	39.0	21.3	48.1	58.8	النسبة المئوية	
100	36	55	9	100	39	53	8	200	75	108	17	التكرار	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	النسبة المئوية	
12.919				4.585				16.447				قيمة اختبار كاف تربيع	
0.002				0.101				0.000				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يبين الجدول المقارن أعلاه أثر متغير الجنس على رأي الصحافيين المبحوثين في مدى فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس في تنظيم التدوين الالكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية ممثلة في قانون الإعلام الجزائري 2012 والمرسوم التونسي رقم (115) ، حيث بينت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين البلدين محل الدراسة، ففي الجزائر قدرت قيمة كا2 بـ4.585 بدلالة إحصائية أكبر من 0.05، وهو ما يعني أن جنس المبحوث لا يؤثر على رأي الصحافيين بخصوص فاعلية قوانين الإعلام لتنظيم نشاط التدوين الالكتروني؛ بينما في تونس قدرت قيمة كا2 بـ12.919 بدلالة إحصائية أقل من 0.05، فغالبية الصحافيين التونسيين الذين ذكروا أن قانون الإعلام التونسي (المرسوم رقم 115) يحتاج إلى إثراء هم من جنس الذكور بمعدل 25 مبحوث من أصل 36 مفردة، في المقابل فمعظم الصحافيين الذين ذكروا أن المرسوم لا يفي بتنظيم نشاط التدوين هم من الإناث بمعدل 36 مبحوث من أصل 55 مفردة.

الجدول المقارن رقم(52): يبين فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير التخصص العلمي

تونس			الجزائر					كلا البلدين					
المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			التخصص	
	يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		
74	29	36	9	63	27	32	4	137	56	68	13	ك	إعلام واتصال
74.0	80.6	65.5	100.0	63.0	69.2	60.4	50.0	68.5	74.7	63.0	76.5	%	
5	2	3	0	18	4	12	2	23	6	15	2	ك	حقوق وعلوم سياسية
5.0	5.6	5.5	0.0	18.0	10.3	22.6	25.0	11.5	8.0	13.9	11.8	%	
6	2	4	0	11	6	4	1	17	8	8	1	ك	آداب ولغات
6.0	5.6	7.3	0.0	11.0	15.4	7.5	12.5	8.5	10.7	7.4	5.9	%	
15	3	12	0	8	2	5	1	23	5	17	1	ك	علوم اجتماعية
15.0	8.3	21.8	0.0	8.0	5.1	9.4	12.5	11.5	6.7	15.7	5.9	%	
100	36	55	9	100	39	53	8	200	75	108	17	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
6.890				4.677				6.775				قيمة اختبار كا2	
0.331				0.586				0.342				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تشير بيانات الجدول المقارن رقم (59) إلى عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير التخصص العلمي للصحافيين المبحوثين ورأيهم في مدى نجاعة قوانين الإعلام لضبط نشاط التدوين واستخدام الشبكات الاجتماعية في الجزائر وتونس على حد سواء، حيث قدرت قيمة اختبار كا² بـ 4.677 و 6.890 في البلدين على التوالي وبدلالة إحصائية أقل من 0.05.

الجدول المقارن رقم(53): يبين فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم التدوين الالكتروني واستخدام

الشبكات الاجتماعية حسب متغير طبيعة المؤسسة الإعلامية

تونس				الجزائر				كلا البلدين					
المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			طبيعة المؤسسة	
	يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		
43	22	12	9	47	26	20	1	90	48	32	10	ك	عمومية
43.0	61.1	21.8	100.0	47.0	66.7	37.7	12.5	45.0	64.0	29.6	58.8	%	
57	14	43	0	53	13	33	7	110	27	76	7	ك	خاصة
57.0	38.9	78.2	0.0	53.0	33.3	62.3	87.5	55.0	36.0	70.4	41.2	%	
100	36	55	9	100	39	53	8	200	75	108	17	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
26.816				11.704				22.561				قيمة اختبار كاف تربيع	
0.000				0.003				0.000				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

تبين النتائج المدرجة في الجدول رقم (53) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المؤسسة الإعلامية التي يشتغل بها الصحفيين ورأيهم في مدى نجاعة قوانين الإعلام الجزائرية والتونسية على حد سواء في تنظيم نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث نجد غالبية الصحفيين الذين ذكروا أن القانون يحتاج إلى إثراء هم من القطاع العمومي، في المقابل جل الصحفيين أفراد العينة من الذين صرحوا أن قوانين الإعلام لا تفي لتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني هم من القطاع الخاص، حيث أن قيمة اختبار كا² كانت ذات دلالة إحصائية أقل من 0.05 في كلا البلدين.

الجدول المقارن رقم(54): يبين فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير لغة العمل

تونس				الجزائر				كلا البلدين				المتغير	
المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			لغة العمل	
	يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		
84	29	46	9	90	37	45	8	174	66	91	17	ك	العربية
84.0	80.6	83.6	100.0	90.0	94.9	84.9	100.0	87.0	88.0	84.3	100.0	%	
15	6	9	0	8	0	8	0	23	6	17	0	ك	الفرنسية
15.0	16.7	16.4	0.0	8.0	0.0	15.1	0.0	11.5	8.0	15.7	0.0	%	
1	1	0	0	2	2	0	0	3	3	0	0	ك	الإنجليزية
1.0	2.8	0.0	0.0	2.0	5.1	0.0	0.0	1.5	4.0	0.0	0.0	%	
100	36	55	9	100	39	53	8	200	75	108	17	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
3.589				10.567				9.875				قيمة اختبار كاف تربيع	
0.465				0.032				0.043				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

نستنتج من خلال البيانات المدرجة في الجدول أعلاه وجود فروق في إجابات المبحوثين من البلدين محل الدراسة، حيث قدرت قيمة اختبار كا² بـ 10.567 في الجزائر بدلالة إحصائية أقل من 0.05، أما في تونس فقدرت بـ 3.589 وبدلالة إحصائية أكبر من 0.05، أي أن لغة العمل التي يشتغل بها الصحافيين المبحوثين من تونس لا تؤثر على آرائهم حول فاعلية المرسوم التونسي رقم 115 في تنظيم نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية.

الجدول المقارن رقم(55): يبين فاعلية قوانين الإعلام في الجزائر وتونس (قانون الإعلام 2012 والمرسوم 115 على التوالي) في تنظيم التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية حسب متغير الخبرة المهنية

تونس				الجزائر				كلا البلدين				الخبرة	
المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام			المجموع	الرأي في قانون الإعلام				
	يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		يحتاج إثراء	لا يفي	يفي		
20	5	53	4	9	1	5	3	29	6	16	7	ك	أقل من 5
20.0	13.9	100.0	44.4	9.0	2.6	9.4	37.5	14.5	8.0	14.8	41.2	%	
35	17	0	4	31	12	15	4	66	29	29	8	ك	من 5 إلى 10
35.0	47.2	0.0	44.4	31.0	30.8	28.3	50.0	33.0	38.7	26.9	47.1	%	
45	14	0	1	60	26	33	1	105	40	63	2	ك	أكثر من 10
45.0	38.9	0.0	11.1	60.0	66.7	62.3	12.5	52.5	53.3	58.3	11.8	%	
100	36	53	9	100	39	53	8	200	75	108	17	ك	المجموع
100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	%	
10.268				13.425				19.604				قيمة اختبار كاف تربيع	
0.036				0.009				0.001				الدلالة الإحصائية	

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يتبين من الجدول رقم (55) وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين خبرة المبحوثين ورأيهم الخاص بفاعلية قوانين الإعلام في ضبط نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية، حيث بلغت قيمة اختبار كاف تربيع في الجزائر 13.425 وفي تونس 10.268 بدلالة إحصائية أقل من 0.05 في كلا البلدين، فغالبية الصحافيين أفراد العينة الذين ذكروا أن قوانين الإعلام في كلا البلدين لا تفي وتحتاج إلى إثراء هم أصحاب الخبرة الطويلة (أكثر من 10 سنوات).

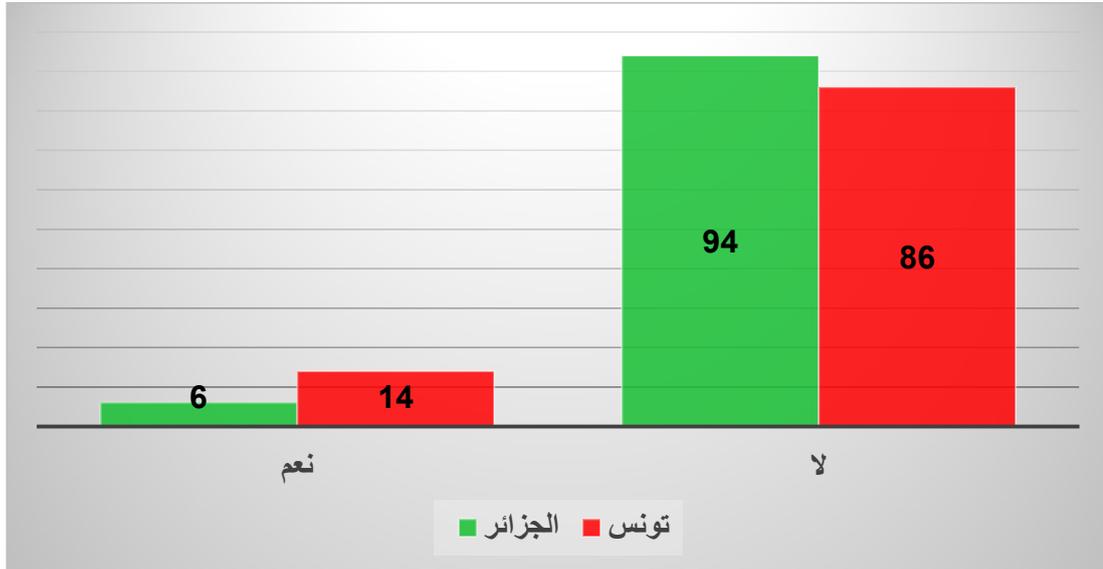
الجدول المقارن رقم(56): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب التعرض للمساءلة القانونية بسبب إحدى تدويناتهم

المجموع		تونس		الجزائر		المتغير
%	ك	%	ك	%	ك	التعرض للمساءلة القانونية
10.0	20	14.0	14	6.0	6	نعم
90.0	180	86.0	86	94.0	94	لا
100.0	200	100.0	100	100.0	100	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يلاحظ من خلال بيانات الجدول رقم (56) أن غالبية أفراد العينة بنسبة 94% من الصحافيين الجزائريين و86% من الصحافيين التونسيين، قد صرحوا أنه لم يسبق لهم أن تعرضوا للمساءلة القانونية بسبب إحدى تدويناتهم الإلكترونية؛ وبذلك تتوافق إجابات المبحوثين من البلدين، ويمكن رد هذه النتيجة إلى غياب إطار قانوني تشريعي خاص بالتدوين ومواقع الشبكات الاجتماعية في كلا البلدين محل الدراسة، فضلا عن أن قوانين الإعلام (قانون الإعلام الجزائري 2012 والمرسوم التونسي (115) لم تدرج هذه المواقع (انظر الجدول رقم 51).

رسم بياني مقارن رقم (26): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب التعرض للمساءلة القانونية بسبب إدعى تدويناتهم



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم (57): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب نجاعة الإجراءات القضائية التي نص عليها قانون مكافحة الجريمة الالكترونية 2009 في الجزائر وقانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2012 في تونس في ضبط أشكال ممارسات النشر والتدوين الالكتروني

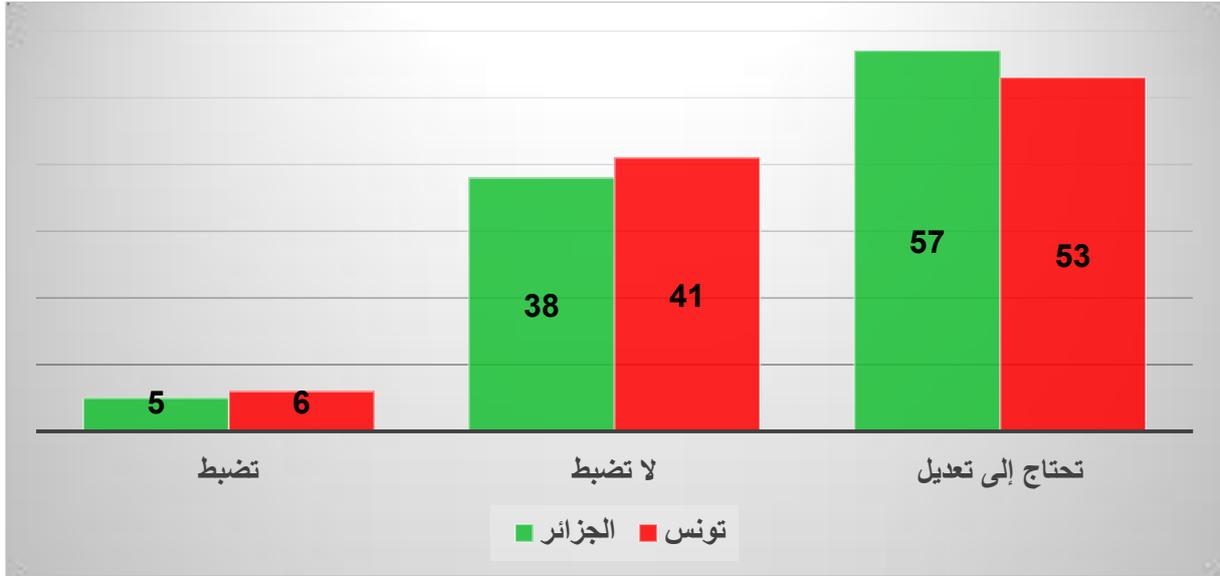
المتغير	الجزائر		تونس		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
نجاعة القوانين						
تضبط	5	5.0	6	6.0	11	5.5
لا تضبط	38	38.0	41	41.0	79	39.5
تحتاج إلى تعديل	57	57.0	53	53.0	110	55.0
المجموع	100	100.0	100	100.0	200	100.0

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

ذكرت غالبية الصحافيين الجزائريين والتونسيين -عينة الدراسة- بنسبة 57% و 53% على التوالي أن الإجراءات القضائية التي نص عليها قانون مكافحة الجريمة الالكترونية 2009 في الجزائر وقانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2012 في تونس يحتاج إلى تعديل حتى يضبط أشكال

ممارسات النشر والتدوين الإلكتروني، بينما ذكر 38 % من إجمالي حجم العينة في الجزائر و 41% في تونس هذه القوانين لا تضبط نشاط النشر الإلكتروني بكل أشكاله.

رسم بياني مقارن رقم(27): يوضح توزيع إجابات أفراد العينة حسب نجاعة قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية (قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 وقانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2012) في ضبط أشكال ممارسات النشر والتدوين الإلكتروني.



المرجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم(58): يبين توزيع العينة حسب الصفة التي يتحملها الصحفي في المساءلة القانونية في الجزائر وتونس

المجموع	تونس		الجزائر		البلد الخيار
	ك	%	ك	%	
1 %	ك	%	ك	%	مواطن عادي
39.3	105	26.23	32	50.34	73
54.3	145	63.93	78	46.21	67
6.4	17	9.84	12	3.45	5
100.0	267	100.00	122	100.00	145

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يلاحظ من الجدول المقارن أعلاه وجود فروق في إجابات المبحوثين من كلا البلدين حول الصفة التي يتحملها الصحفي عند تعرضه لمساءلة قانونية، ففي الجزائر ذكر غالبية الصحفيين المبحوثين بنسبة 50.34% من إجمالي حجم العينة (المقدر بـ 100 مفردة) أن الصحفي يتحمل المسؤولية بصفته مواطن عادي، يليه في المقام الثاني بصفته صحفي مهني بنسبة بلغت 41.21%، ثم في الأخير بسبب ضئيلة جدا قدرت بـ 3.45% الصحفي ومؤسسته الإعلامية. في المقابل سجلنا اختلاف في إجابات الصحفيين التونسيين حيث صرح جل المبحوثين بنسبة بلغت 63.93% أن الصحفي يتحمل المساءلة القانونية بصفته صحفي مهني، ثم بصفته مواطن عادي بنسبة بلغت 26.3%، وفي المرتبة الأخيرة الصحفي ومؤسسته الإعلامية بنسبة منخفضة قدرت بـ 9.84%.

الجدول المقارن رقم(59): يبين توزيع العينة حسب العوامل المقيدة للصحفي للالتزام بأخلاقيات التدوين الالكتروني في

تونس والجزائر

المجموع		تونس		الجزائر		البلد الخيار
%1	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
23.23	151	23.36	75	23.10	76	المسؤولية الاجتماعية
14.00	91	13.40	43	14.59	48	إنشاء ميثاق شرف للمؤسسة
19.85	129	18.07	58	21.58	71	تفعيل مجالس الأخلاقيات
5.69	37	5.92	19	5.47	18	قواعد وتشريعات قانونية
22.00	143	21.18	68	22.80	75	التدريب المهني المتخصص
14.77	96	18.07	58	11.55	38	مقياس الاستخدام الأخلاقي
0.46	3	0.00	0	0.91	3	أخرى
100.0	647	100.00	321	100.00	326	المجموع

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

توضح نتائج الجدول أعلاه العوامل المقيدة للصحفي للالتزام بأخلاقيات التدوين الالكتروني، حيث توافقت إلى حد كبير الإجابات بين الصحافيين المبحوثين من البلدين، فقد صرح جل المبحوثين من الجزائر أن العامل الرئيسي الذي يلزم الصحفي لاحترام أخلاقيات المهنة هي المسؤولية الاجتماعية والضمير المهني للصحفي، يليها في المقام الثاني العامل الخاص بالتدريب المهني المتخصص، ثم في المقام الثالث ذكر الصحافيين أن تفعيل مجالس الأخلاقيات يعد عامل أساسي هو الآخر، يليه إنشاء ميثاق شرف للمؤسسة الإعلامية كعامل رابع، ومن ثم العامل الخاص باستحداث مقياس خاص بالاستخدام الأخلاقي للشبكات الاجتماعية الالكترونية في المؤسسات الجامعية. وفي الأخير ضرورة وضع قواعد وتشريعات قانونية خاصة بالتدوين الالكتروني ومختلف أشكال النشر عبر الشبكة تجعل الصحفي يتقيد بالأخلاقيات المهنية في حسابه حتى الشخصي على تلك المواقع.

5.4 تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني

الجدول المقارن رقم (60) : يبين تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين للمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتهم على موقع الفيسبوك

الترتيب	الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة (السؤال)	البلد
6	متوسط	0.93	3.22	س17. هل يمكن أن تكتب تدوينات تتعارض مع السياسة التحريرية لمؤسستك الإعلامية؟	الجزائر
5	متوسط	1.19	3.24	س18. هل تعبر عن آرائك السياسية وانتماءاتك الحزبية في تدويناتك؟	
3	مرتفع	1.04	4.16	س19. هل استخدام ألفاظ غير مقبولة في تدوينات هو أمر جائز للتعبير عن الرأي؟	
4	مرتفع	0.96	3.84	س20. هل تنتشر معلومات وأخبار غير محددة المصادر؟	
1	مرتفع	0.78	4.49	س21. هل تقوم بحذف الأخبار والمعلومات المنشورة التي تبين عدم صحتها؟	
8	منخفض	0.94	1.64	س22. هل تقوم بتصحيح الأخطاء سريعا والاعتذار عن ذلك بوضوح؟	
7	منخفض	1.01	2.14	س23. هل تتابع تعليقات الجمهور على تدويناتك لحذف المسيء منها	
2	مرتفع	0.87	4.39	س24. هل تعتقد أنه يحق لك كصحافي عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتك بحجة الفورية وسرعة التفاعل على موقع الفيسبوك؟	
متوسط		0.42	3.39	المقياس	
8	متوسط	1.11	3.09	س17. هل يمكن أن تكتب تدوينات تتعارض مع السياسة التحريرية لمؤسستك الإعلامية؟	تونس

6	مرتفع	0.83	4.07	س18. هل تعبر عن آرائك السياسية وانتماءاتك الحزبية في تدويناتك؟
2	مرتفع	0.90	4.33	س19. هل استخدام ألفاظ غير مقبولة في تدوينات هو أمر جائز للتعبير عن الرأي؟
4	مرتفع	0.90	4.20	س20. هل تنشر معلومات وأخبار غير محددة المصادر؟
3	مرتفع	1.09	4.26	س21. هل تقوم بحذف الأخبار والمعلومات المنشورة التي تبين عدم صحتها؟
5	منخفض	1.00	1.91	س22. هل تقوم بتصحيح الأخطاء سريعا والاعتذار عن ذلك بوضوح؟
7	منخفض	1.06	2.44	س23. هل تتابع تعليقات الجمهور على تدويناتك لحذف المسيء منها
1	مرتفع	0.83	4.50	س24. هل تعتقد أنه يحق لك كصحافي عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتك بحجة الفورية وسرعة التفاعل على موقع الفيسبوك؟
متوسط		0.43	3.60	المقياس
الدلالة الإحصائية = 0.001			درجة الحرية = 198	قيمة ت = -3.435

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

يبين الجدول المقارن أعلاه أن مؤشر التساؤل الثالث للدراسة حول تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين للأخلاقيات المهنية في ممارستهم التدوين الإلكتروني ومدى مراعاتهم لها في منشوراتهم و تدويناتهم التي يُحدّثون بها حساباتهم على موقع الفيسبوك فضلا عن الفروق بين المبحوثين من البلدين، قد تمت معالجته في 8 معايير (8 أسئلة)؛ وعليه قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لكل معيار حسب البلد؛ حيث نجد أن قيمة اختبار "ت" (T Test) قدرت بـ 3.435- عند درجة حرية 198، وكانت الدلالة الإحصائية تساوي 0.001 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05؛ ما يدل على وجود فروق واختلافات في آراء وتمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة حول واقع الأخلاقيات المهنية في ممارستهم التدوين الإلكتروني.

وقد جاء متوسط المقياس من كلا البلدين في مجال الجودة المتوسط، والذي قدر في الجزائر بـ 3.39 وانحراف معياري قدره 0.42، بينما في تونس بلغ المتوسط الحسابي 3.60 وانحراف معياري قدره 0.438، ما يعني أن ممارسة أخلاقيات التدوين الإلكتروني في تونس هي أعلى مما عليه في الجزائر، فالصحفيين التونسيين يمثلون للمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتهم ومنشوراتهم على موقع الشبكة الاجتماعية "الفيسبوك" مقارنة بالصحفيين الجزائريين. ولتوضيح هذه النتائج أكثر نسرّد التحليل التالي:

تصدرت العبارة 1 الخاصة بـ (س 21). هل تقوم بحذف الأخبار والمعلومات المنشورة التي تبين عدم صحتها؟) تمثلات الصحفيين الجزائريين المستجيبين بنسبة كبيرة جدا بلغت 63% أجابوا فيها على السؤال بالخيار "دائما" (كما هو موضح في الرسم البياني رقم 20)، فقد جاء في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي عال قدره (4.49) وبانحراف معياري قدره 0.78؛ في المقابل ذكر 59% من المبحوثين التونسيين أنهم أيضا دائما ما يحذفون الأخبار المغلوطة بمتوسط حسابي مرتفع قدره (4.26) وبانحراف معياري بلغ (1.09)، وهو ما يوضح توافق آراء الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين حول هذا المعيار بوقوعه في مجال الجودة المرتفع، وما هذه النتيجة إلا تأكيداً مرة أخرى على السهولة التقنية التي يتميز بها التدوين والنشر على موقع الفيسبوك، وإمكانية حذف أو تعديل أو إضافة معلومات لأي تدوينة بسرعة فائقة وفي ثواني معدودة، وفي هذا الشأن تتصح الباحثة الأمريكية ريبيكا بلود (R.Blood) المدونين بعدم حذف المعلومات المغلوطة والتصحيح في التدوينات اللاحقة مع الاحتفاظ بالتدوينة الأصلية حتى لا يثير شكوك القراء ويزعزع ثقتهم في الصحفي المدون (عبد الحميد، 2009، صفحة 184).

يظهر ثاني أعلى متوسط حسابي، حسبما يبينه الجدول، في (س24. هل تعتقد أنه يحق لك كصحافي عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتك بحجة الفورية وسرعة التفاعل على موقع الفيسبوك؟) والذي يقدر بـ4.39 بانحراف معياري قدره 0.87، فقد عبر أكثر من نصف أفراد العينة من الصحفيين الجزائريين بنسبة 58 % على أنه لا يسمح للصحفي عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية في منشوراتهم على الفيسبوك بسبب سرعة التفاعل على الموقع، في المقابل جاء (س24) في المرتبة الأولى بالنسبة للصحفيين التونسيين بمتوسط حسابي مرتفع أيضا بلغ 4.50 وبانحراف معياري قدره 0.83، إذ ذكر غالبيتهم بنسبة 66 % أنه لا يحق للصحفي عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية على موقع الفيسبوك بحجة الفورية. وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة الباحثة التونسية إشراق بن حمودة والتي توصلت إلى أن 90% من الصحفيين التونسيين لم يسقطوا في المس من أخلاقيات المهنة على موقع الفيسبوك (بن حمودة، 2017، صفحة 84).

وفي هذا الشأن يرى الباحث التونسي الصادق الحمامي أن الصحفي لا يتخلى عن مبادئه المهنية في مواقع الشبكات الاجتماعية لأي سبب كان وحتى في حسابه الخاص والشخصي ان الإشكالية الأساسية تكمن في تعامل ونظرة وتفكير الصحفيين العرب عموما إزاء ذلك، فجل الإعلاميين يعتقدون أن لهم الحق كمواطنين عاديين قبل أن يكون صحفيين في التعبير عن آرائهم وأفكارهم بكل حرية التي قد تتجاوز أخلاقيات المهنة في بعض الأحيان، لكن دائما ما يُبررون ذلك بالتواصل الإنساني الشخصي وليس المهني في منشوراتهم على تلك المنصات الالكترونية. وهو ما نصت عليه العديد من الموثائق الدولية وحتى العربية (شبكة الجزيرة أنموذجا). إذ يشير ميثاق وكالة أنباء رويترز على سبيل المثال إلى أن الصحفي يظل ملتزما بقيم المسؤولية والتوازن وعدم الانحياز والإنصاف على تلك المواقع. كما لا ينشر الصحفي في حساباته ما لا يقبل بنشره في صحيفته وفقا لدليل الجمعية الأمريكية للناشرين (الحمامي، الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي، 2016، صفحة 61).

جاء في المرتبة الثالثة في تمثلات المبحوثين الجزائريين المعيار الخاص بـ(س19. هل استخدام ألفاظ غير مقبولة في تدوينات الصحفي هو أمر جائز للتعبير عن الرأي؟) بمتوسط حسابي عال بلغ 4.16 وانحراف معياري معدله 1.04، حيث عبر غالبية الصحفيين بنسبة كبيرة بلغت 53% على السؤال المطروح بالخيار "أبدا" (كما هو موضح في الرسم البياني رقم 20)؛ في المقابل ذكر أيضا 56% من المبحوثين التونسيين أنه لا يحق للصحفي بشكل قاطع استخدام ألفاظ غير مقبولة في تدويناته في سبيل

التعبير عن رأيه ولأي سب كان، وبالتالي كانت تمثلات المبحوثين من كلا البلدين متقاربة لبعضها البعض، ويمكن تفسير ذلك بما قاله الباحث الجزائري "نصر الدين العياضي" أن الناس تنتظر إلى الصحفي في شبكة الأنترنت على أساس عمله الصحفي الذي يمتننه، وليس باعتباره شخص عادي يعبر عن فرحه أو غضبه أو يمارس حريته في التعبير، فالصحافي الذي يفقد صداقيته في فضاء الانترنت، لا يمكن أن يكتسبها في مؤسسته الإعلامية (العياضي، مقابلة مع الأستاذ الباحث نصر الدين العياضي عبر موقع الفايبيوك، 2019)، فضلا عن أن حرية الصحفي على مواقع الشبكات الاجتماعية ليست مطلقة، خصوصا إذا كان مرتبطا بمؤسسة إعلامية، على اعتبار ان هذه المواقع متاحة للجميع بدون استثناء؛ فكل ما يقوم به الصحفي في حياته الاجتماعية أو على مواقع الشبكات الاجتماعية ينعكس بالضرورة على الواقع وعلى صداقيته أمام الجمهور وثقتهم فيه.

يليهما الفقرة الخاصة بـ(س20. هل تنشر معلومات وأخبار غير محددة المصادر؟) في المرتبة الرابعة بالنسبة للمبحوثين من البلدين، ففي الجزائر كان متوسط العبارة مرتفع قدره 3.84 وبانحراف معياري بلغ 0.96، حيث أجاب غالبية المستجيبين الجزائريين بنسبة 34% أنهم ينشرون أخبار ومعلومات غير محددة المصادر "أحيانا"؛ ويمكن رد هذه النتيجة إلى التدفق السريع للأخبار وتوفر كم هائل للمعلومات على موقع الفيسبوك بالذات التي قد تدفع الصحفي لتحقيق سبق على حساب التأكد من المعلومات ومصادرها خصوصا في ظل غياب ميثاق أخلاقي يضبط ممارسات الصحفي على مواقع الشبكات الاجتماعية.

وحسب نتائج الجدول أعلاه لا تتوافق إجابات المبحوثين من تونس مع الصحفيين الجزائريين أفراد عينة الدراسة، حيث أجاب 49% من المبحوثين بالخيار "أبدا"، بمتوسط حسابي مرتفع قدره 4.20 وبانحراف معياري بلغ 0.90، وهو ما يمكن رده إلى تبني بعض المؤسسات الإعلامية التونسية على خلاف الجزائر لمدونات سلوك أدمجت طرق استخدام وظهور صحفييها في مواقع الشبكات الاجتماعية.

وقد جاءت العبارة الخاصة بـ(س18. هل تعبر عن آرائك السياسية وانتماءاتك الحزبية في تدويناتك؟) في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي قدره (3.24) وبانحراف معياري بلغ 1.19، حيث أجاب 32% من إجمالي المبحوثين الجزائريين والمقدر عددهم بـ100 مفردة أنهم يعبرون عن آرائهم السياسية "أحيانا" في تدويناتهم، وهو ما لا يتوافق مع الحيادية إحدى الضوابط الأخلاقية الأساسية لمهنة الصحفي؛

أما في تونس فقد أجاب 37% من المبحوثين على أنهم لا يعبرون عن آرائهم السياسية في تدويناتهم على الفيسبوك بشكل كامل، بمتوسط حسابي بلغ 3.24 وانحراف معياري قدره 1.19.

ويمكن تفسير ذلك في ضوء ما قاله الخبير الجزائري والمختص في الإعلام "كمال منصاري"، أن على الصحفي أن يكون دوره حياديا على مواقع الشبكات الاجتماعية حتى لا يقع في المغالطات التي تؤدي به إلى الانحراف عن المبادئ الأساسية لمهنة الصحافة والإعلام، فغالبا ما يفتح الصحفي حسابا خاص ويستعمله لتمرير رسالات لمحاربة النظام مثلا أو الدخول في سجالات سياسية وغيرها وهو ما يؤثر على مصداقيته (جميلة، 2016).

فالبعض يعتبر هذه المواقع فضاءً لاستعراض بطولاتهم أمام متابعيهم - خصوصا في أوقات الاحتجاجات والحراك الشعبي والانتفاضات العربية -، دون مراعاة لما قد يترتب عن ذلك من تأطير للرأي العام حول قضايا معينة قد ينخرط فيها الصحفي بآرائه. وتظهر هذه المشكلة عموما عندما يخلط الصحفي بين دوره في نقل المعلومة والإخبار وبين روح "النضال" في منصات التواصل الاجتماعي (عزام، 2017). وبذلك يجب أن لا يكون هناك فرق كبير بين ما يكتبه الصحفي في مؤسسته الصحفية وبين ما ينادي به في حساباته على مواقع الشبكات الاجتماعية، وإلا سيصبح مزدوج الشخصية، إضافة إلى أن الخروج عن القيم والضوابط الأخلاقية قد يضر بالصحفي ويسبب له ولزملائه العديد من العراقيل والمشاكل على سبيل المثال صعوبة الوصول إلى المعلومات والحصول على تصريحات من بعض المصادر والشخصيات السياسية المهمة (الخوري، طانيوس، حداد، و الشرفاوي، 2017).

وجاءت إجابات المبحوثين من كلا البلدين متقاربة من بعضها البعض حول (س17. هل يمكن أن تكتب تدوينات تتعارض مع السياسة التحريرية لمؤسستك الإعلامية؟) ففي الجزائر قدر المتوسط الحسابي بـ(3.22) وانحراف معياري بلغ 0.93 حيث احتلت العبارة الرتبة السادسة، فقد ذكر 58% من إجمالي المبحوثين الجزائريين والمقدر عددهم بـ100 مفردة أنهم "أحيانا" ما يكتبون تدوينات تتعارض مع السياسة التحريرية لمؤسساتهم الإعلامية، واحتل بذلك المعيار (س23) المرتبة السادسة، وهو ما يمكن رده إلى غياب مواثيق أخلاقية في معظم المؤسسات الإعلامية الجزائرية حول كيفية تعامل الصحفيين مع مواقع الشبكات الاجتماعية على إثر بعض التجارب العالمية والعربية والتي قامت بها العديد من المؤسسات الإعلامية الدولية والعربية كوكالة الأنباء الفرنسية ووكالة أنباء رويترز الأمريكية وصحيفة نيويورك تايمز وشبكة الجزيرة وغيرها.

أما في تونس فقد بلغ المتوسط الحسابي للعبارة 3.09 بانحراف معياري قدره 1.11، حيث أجاب غالبية أفراد العينة بنسبة 43% أيضا بالخيار "أحيانا"، فعلى الرغم من قيام بعض المؤسسات الإعلامية التونسية بإدماج فصول وبنود في موائيقها التحريرية حول طرق استخدام صحفيتها لمواقع الشبكات الاجتماعية إلا أنها بقيت حبر على ورق؛ وهو ما يتوافق مع نتائج دراسة الباحثة التونسية إشراق بن حمودة، فالعديد من الصحفيين التونسيين يعتبرون أن حساباتهم الخاصة على الفيسبوك تعبر عن مواقفهم الشخصية ولا تلزم مؤسساتهم الإعلامية، كما أجمع الصحفيين على اعتراضهم تنظيم الفيسبوك والتصيص على كيفية استخدامه في موائيق مؤسساتهم الإعلامية (بن حمودة، 2017، صفحة 84).

وفي هذا الشأن ذكرت الصحفية والكاتبة العامة في نقابة الصحفيين في الإذاعة التونسية، أن الصحفي ليس مواطن عادي فهو من النخبة وفاعل اجتماعي، ويجب أن يلتزم بالضوابط المهنية والأخلاقية في تدويناته حفاظا على مصداقيته أمام الجمهور، فبالرغم من أن الإذاعة التونسية قد وضعت ميثاق تحريري أو مدونة سلوك، ضم النشر الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي، إلا أنه بقي حبرا على ورق فهو غير مفعّل، فعند متابعة تدوينات للصحفيين يطبق القانون على البعض ولا يطبق على البعض الآخر (النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، 2016).

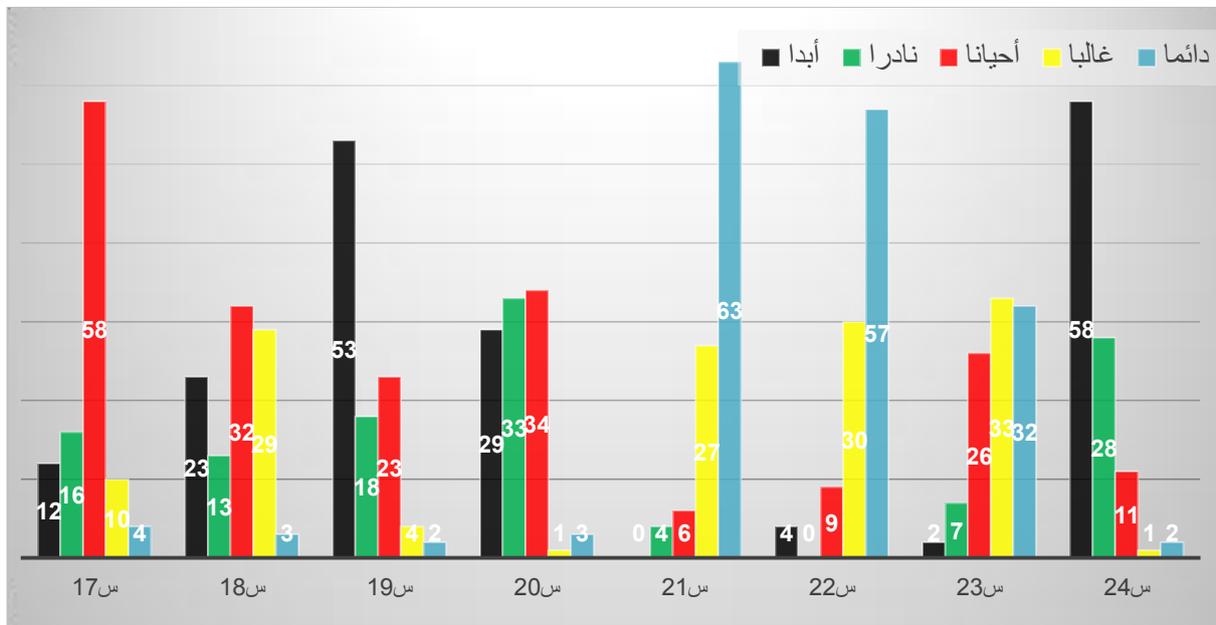
وقد جاءت في المرتبة السابعة العبارة الخاصة بـ(س23. هل تتابع تعليقات الجمهور على تدويناتك لحذف المسيء منها؟) بمتوسط حسابي منخفض قدره (2.14) وبانحراف معياري بلغ 1.01 حيث أجاب 33% من إجمالي المبحوثين الجزائريين والمقدر عددهم بـ100 مفردة أنهم "نادرا" ما يحذفون التعليقات المخربة، فالصحفيين عينة الدراسة لا يولون اهتمام لذلك نظرا لغياب ميثاق أخلاقي أو قانون خاص يضبط ممارسة التدوين الإلكتروني في مواقع الشبكات الاجتماعية في الجزائر.

في المقابل ذكر 39% من الصحفيين التونسيين أنهم أيضا نادرا ما يحذفون التعليقات المسيئة والمخربة بمتوسط حسابي منخفض قدره (2.44) وبانحراف معياري بلغ 1.06، ورغم أن هذا البند من أبرز الإشكالات التي تطرحها ظاهرة التدوين على الشبكات، فوفقا لقرار "المحكمة الأوروبية لحقوق الإنسان" الصادر في 16 جوان 2015، يتحمل أصحاب المدونات والمواقع الإلكترونية المسؤولية المشتركة أمام المحاكم مع كاتب التعليقات على الموقع (Bădău, 2018, p. 160)، إلا أن الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين لا يمثلون لذلك.

ووفقا لإجابات المبحوثين الجزائريين جاء (س22. هل تقوم بتصحيح الأخطاء سريعا والاعتذار عن ذلك بوضوح؟) في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي منخفض قدر بـ 1.64 وبانحراف معياري بلغ 0.94 حيث ذكر أكثر من نصف المبحوثين بنسبة 57% من إجمالي المستجيبين الجزائريين والمقدر عددهم بـ 100 مفردة أنهم لا يقومون بتصحيح الأخطاء؛ ويعتبر هذا الأمر من أهم معالم الشفافية لدى الصحفيين، كما تتفق هذه النتائج مع دراسة الباحثة الجزائرية شهرزاد عمار التي توصلت إلى أن 53% من الصحافيين الجزائريين عينة دراستها قاموا بنشر أخبار على مواقع الشبكات الاجتماعية وتبين أنها غير صحيحة، فضلا عن أن 88.3% من الصحافيين المبحوثين يقومون بتصحيح الأخبار الخاطئة على مواقع الشبكات الاجتماعية (بن عمار، 2019، صفحات 166، 167).

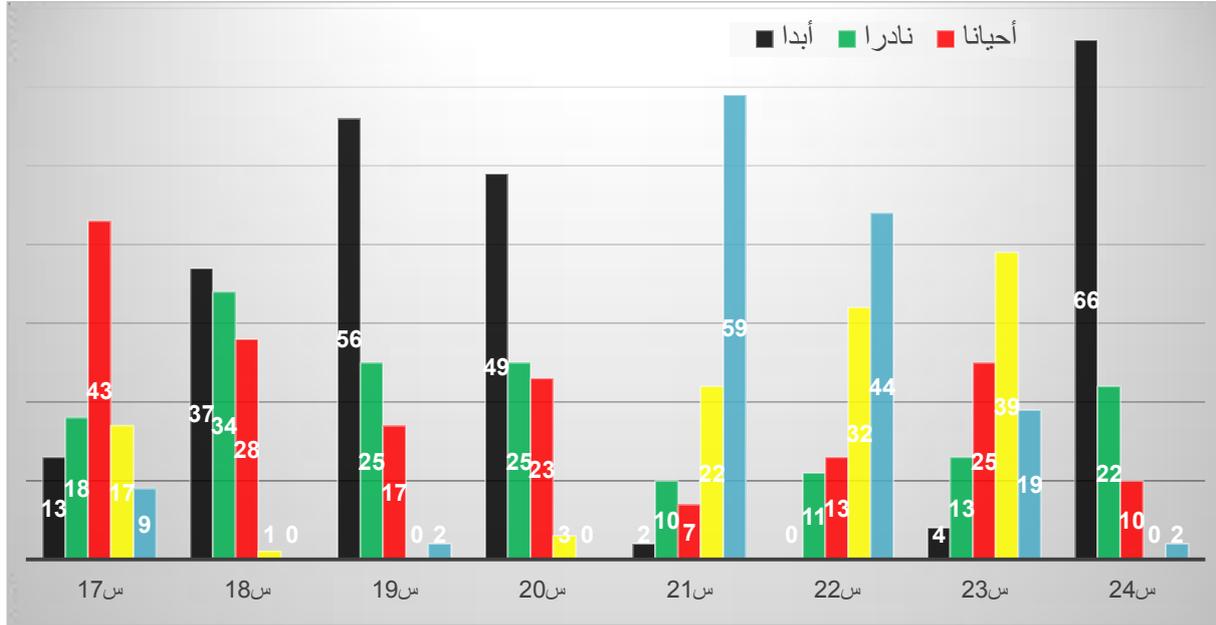
في المقابل ذكر أيضا أكثر من نصف أفراد العينة أن 57% من الصحفيين التونسيين أنهم لا يقومون بتصحيح الأخطاء أو الاعتذار عنها، حيث حققت العبارة متوسط حسابي منخفض بلغ 2.44 بانحراف معياري عال يبلغ 1.00 وهو ما يتوافق مع دراسة الباحثة التونسية إشراق بن حمودة التي توصلت إلى أن الفيسبوك يمثل مجالا خطيرا بالنسبة للصحفيين لنشر الأخبار الزائفة أو الإشاعات التي يعيدون نشرها قبل التأكد منها والتحقيق فيها (بن حمودة، 2017، صفحة 90).

رسم بياني رقم (28): يوضح تمثلات الصحفيين الجزائريين لواقع الأخلاقيات المهنية في التدوين الإلكتروني



المرجع: إعداد الباحثة

رسم بياني رقم (29): يبين تمثلات الصحفيين التونسيين عينة الدراسة للمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتهم على موقع الفيسبوك



المراجع: إعداد الباحثة

الجدول المقارن رقم (61) : يبين الفروق في تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في

ممارستهم التدوين الإلكتروني حسب متغير الجنس

البلد	الجنس	ك	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
الجزائر	ذكر	76	3.96	0.56	0.600	98	0.550
	أنثى	24	3.89	0.57			
تونس	ذكر	46	4.12	0.57	1.677	98	0.097
	أنثى	54	3.92	0.58			
المجموع	ذكر	122	4.02	0.56	1.335	198	0.183
	أنثى	78	3.91	0.57			

المراجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال الجدول السابق نجد أن اختبار ت (T test) غير دال إحصائياً في كل الحالات لأن قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05، ما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائية في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارستهم التدوين الإلكتروني وفق الجنس حيث تقاربت المتوسطات عند الذكور والإناث سواء في الجزائر أو تونس وحتى في مجموع البلدين.

وهذا شيء منطقي لأن أخلاقيات مهنة الصحافة والإعلام تضبط الصحفيين والصحفيات على حد سواء وفي كل أقطار الكون فكما يقول الباحث التونسي ومدير المركز الإفريقي لتدريب الصحفيين والاتصاليين الصادق الحمامي لا يمكن بأي حال من الأحوال لأي صحفي أن يكون مهني إذا لم يلتزم بأخلاقيات المهنة الصحفية الكونية، التي يجب أن لا يتم إقحامها هي الأخرى في السياق " Le cadre normatif" أو ما يُعبر عنه بالخصوصية المحلية، لأنها تعتبر على حد قول الباحث باب لكل التجاوزات وكل أنواع السيطرة على مهنة الصحافة خصوصا في العالم العربي (الحمامي، 2019).

الجدول المقارن رقم(62): يبين الفروق في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارستهم

التدوين الإلكتروني حسب التخصص العلمي

البلد	التخصص	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة فيشر	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
الجزائر	إعلام واتصال	63	4.04	0.54	2.299	3	0.082
	حقوق وعلوم سياسية	18	3.88	0.60			
	آداب ولغات	11	3.64	0.47			
	علوم إنسانية	8	3.75	0.56			
تونس	إعلام واتصال	74	4.16	0.53	11.398	3	0.000
	حقوق وعلوم سياسية	5	3.90	0.27			
	آداب ولغات	6	4.02	0.31			
	علوم إنسانية	15	3.33	0.50			
المجموع	إعلام واتصال	137	4.11	0.53	10.733	3	0.000
	حقوق وعلوم سياسية	23	3.88	0.54			
	آداب ولغات	17	3.77	0.45			
	علوم إنسانية	23	3.47	0.55			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال النتائج المدرجة في الجدول المقارن أعلاه، نجد أن اختبار تحليل التباين لفيشر دال إحصائياً في حالة المجموع وفي حالة تونس لأن قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05 ، وهذا يعني وجود فروق دالة إحصائياً في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الإلكتروني حسب تخصصهم العلمي، إذ نجد أن أصحاب تخصص إعلام واتصال أكثر إدراكاً لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الإلكتروني، يليهم أصحاب تخصصي الحقوق والعلوم السياسية والآداب واللغات، بينما يأتي في المرتبة الأخيرة أصحاب تخصص العلوم الإنسانية والاجتماعية. في المقابل نجد أن اختبار تحليل التباين لفيشر غير دال إحصائياً في تمثلات الصحفيين الجزائريين حسب التخصص لأن قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05، وهو أمر طبيعي حيث أن غياب قانون خاص بالصحفيين في الجزائر جعل مهنة الصحافة مهنة من لا مهنة له في ظل غياب قانون خاص يضبط الصحفيين في الجزائر. بالرغم من أن علوم الإعلام والاتصال هي جسر أكاديمي لباقي العلوم الاجتماعية والإنسانية والسياسية.

ويمكن تفسير هذه النتائج أيضاً إلى أن بعض المؤسسات الإعلامية في تونس وضعت موائيق ومدونات سلوك أدمجت فيها كيفية تعامل واستخدام وظهور صحفيها على مواقع الشبكات الاجتماعية خصوصاً موقع الفيسبوك مقارنة مع الجزائر التي تكاد تنعدم فيها الموائيق ما عدا تجربتي الخبر وليبرتي في بداية الأفينيات وقبل ظهور وتطور مواقع الشبكات الاجتماعية والتدوين بالشكل الذي عليه الآن. فضلاً عن ميثاق شرف النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين الموضوع منذ عام 1983، والذي تم تغييره مرة واحدة عام 2018 وأدمج بند حول ثلب الزملاء الصحفيين لبعضهم البعض على موقع الفيسبوك.

الجدول المقارن رقم (63): يبين الفروق في تمثلات الصحفيين التونسيين والجزائريين لواقع الأخلاقيات المهنية في

ممارسة التدوين الإلكتروني حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية

البلد	المؤسسة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
الجزائر	عمومية	47	4.31	0.41	62.163	1	0.000
	خاصة	53	3.62	0.46			
تونس	عمومية	43	4.30	0.41	21.940	1	0.000
	خاصة	57	3.80	0.60			
المجموع	عمومية	90	4.30	0.41	73.313	1	0.000
	خاصة	110	3.71	0.54			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال الجدول السابق نجد أن اختبار ت (T test) دال إحصائيا في كل الحالات لأن قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05 ، ما يعني وجود فروق دالة إحصائيا في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الإلكتروني حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي لدى صحفيي المؤسسة العمومية في الجزائر مرتفع مقارنة بنظيره في المؤسسة الخاصة.

وتتوافق هذه النتائج مع ما توصلت إليه دراسة الباحثة شهرزاد عمار حيث خلصت إلى أن هناك فروقا ذات دلالة إحصائية في تمثلات الصحفيين لأخلاقيات الإعلام في ظل الميديا الجديدة حسب متغير لغة المؤسسة حيث بلغ اختبار التباين الأحادي 4.26 وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة 0.05 وعند درجة حرية قدرت بـ4. ويمكن رد هذه النتائج إلى ما توفره المؤسسات الإعلامية الخاصة من حرية للصحفي مقارنة بالمؤسسات العمومية سواء في تونس أو الجزائر .

الجدول المقارن رقم (64) : يبين الفروق في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة

التدوين الالكتروني حسب الخبرة المهنية

البلد	الخبرة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة فيشر	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
الجزائر	أقل من 5	9	3.71	0.55	2.690	2	0.073
	من 5 إلى 10	31	3.82	0.62			
	أكثر من 10	60	4.05	0.50			
تونس	أقل من 5	20	3.74	0.69	5.853	2	0.004
	من 5 إلى 10	35	3.91	0.60			
	أكثر من 10	45	4.21	0.43			
المجموع	أقل من 5	29	3.73	0.64	7.558	2	0.001
	من 5 إلى 10	66	3.87	0.61			
	أكثر من 10	105	4.12	0.48			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال الجدول المقارن أعلاه نجد أن اختبار تحليل التباين لفischer دال إحصائياً في حالة المجموع وفي حالة تونس لأن قيمة الدلالة الإحصائية أقل من 0.05، ما يدل على وجود فروق دالة إحصائياً في تمثلات الصحفيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب الخبرة المهنية، إذ نجد أنه كلما زادت الخبرة المهنية للصحفي زاد متوسط واقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني.

بينما في حالة الجزائر نجد أن اختبار تحليل التباين لفischer غير دال إحصائياً لأن قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05، وهو ما يعني عدم وجود فروق دالة إحصائياً في تمثلات الصحفيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب الخبرة المهنية.

ويمكن تفسير ذلك بالدور الذي تقوم به نقابة الصحفيين التونسيين منذ نشأتها من دورات تكوينية وتدريب مهني للصحفيين، كما أن النقابة أنشأت مرصداً لأخلاقيات المهنة الصحفية في الصحافة

المطبوعة والالكترونية حيث يسهر على التدريب المستمر للصحفيين والتوعية باحترام أكبر لأخلاقيات المهنة الصحفية مع لعب دور الموفق الإعلامي وتشريك الجمهور في العملية الإعلامية .

الجدول المقارن رقم(65) : يبين الفروق في تمثلات الصحفيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين

الالكتروني حسب لغة العمل مقارنة بين تونس والجزائر

البلد	اللغة	التكرار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة فيشر	درجة الحرية	الدالة الإحصائية
الجزائر	العربية	90	3.92	0.54	2.994	2	0.055
	الفرنسية	8	3.97	0.65			
	الانجليزية	2	4.88	0.00			
تونس	العربية	84	4.04	0.60	0.435	2	0.649
	الفرنسية	15	3.88	0.43			
	الانجليزية	1	4.00	0.00			
المجموع	العربية	174	3.98	0.57	1.873	2	0.156
	الفرنسية	23	3.91	0.51			
	الانجليزية	3	4.58	0.51			

المرجع: بيانات الدراسة الميدانية

من خلال الجدول السابق نجد أن اختبار تحليل التباين لفيشر غير دال إحصائيا في جميع الحالات لأن قيمة الدلالة الإحصائية أكبر من 0.05، وهو ما يدل على عدم وجود فروق دالة إحصائية في تمثلات الصحفيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب لغة العمل التي يستخدمونها.

6.4 نتائج الدراسة

تناولت الباحثة عرض نتائج تحليل الاستبانة التي تم توزيعها على عينة قوامها 200 صحفي من الجزائر وتونس، بعد التعليق عن الجداول وتفسير البيانات وتحليلها، أسفرت الدراسة الميدانية عن النتائج التالية التي حاولنا من خلالها الإجابة عن تساؤلات الدراسة:

1/ بالنسبة لعادات عادات التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين، فقد بينت النتائج توافق الاجابات بين الصحفيين من البلدين إلى حد كبير، فقد ذكر غالبية الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين قد بدؤوا باستخدام موقع الفيسبوك وامتلاك حساب خاص فيه منذ أزيد من ست سنوات، كما أن حساباتهم حقيقية (شخصية)، إذ لا يحذون إنشاء حسابات مهنية على الموقع، ورغم ذلك يتجاوز عدد أصدقائهم عتبة الألف 1000 صديق، كما أنهم ينشرون تدوينات بشكل يومي في موقع الفيسبوك، تحوي بالدرجة الأولى آراء وتعليقات، ومعلومات وأخبار. كما أظهرت النتائج من جهة حرص الصحفيين المبحوثين تتبع القضايا والموضوعات التي ارتبطت بالتدوين كإعلام بديل بداية مع المدونات وصولاً إلى موقع شبكة الفيسبوك سواء ما تعلق بنقد الأحوال الداخلية وكواليس الصحافة، بالإضافة إلى انتهاكات حقوق الإنسان ونقد الشخصيات السياسية؛ ومن جهة أخرى لم تتوافق الاتجاهات بين الصحفيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة حول اعتبار الكتابة على الفيسبوك "تدوينا"، حيث توافق أكثر من نصف أفراد العينة من الصحفيين التونسيين، في المقابل ترى النسبة الأعلى من الصحفيين الجزائريين أنه ليس لها رأي محدد. بالإضافة الى ذلك نجد أن 77% من المبحوثين التونسيين دافعهم الأول لممارسة التدوين إلى جانب العمل في مؤسسات الإعلام الرسمية هو تعزيز العلاقة التفاعلية مع الجمهور، في حين ذكر غالبية المبحوثين الجزائريين أن دافعهم الأول هو التعبير عن المواقف الخاصة حول مختلف القضايا.

2/ بخصوص مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين الجزائريين والتونسيين: هناك تقارب في إجابات المبحوثين من البلدين بخصوص آلية الضبط الذاتي "Régulation" الموجودة في مؤسساتهم الإعلامية التي يشتغلون بها، ففي الجزائر ذكرت نسبة معتبرة من الصحفيين المبحوثين أن أبرز آلية هي السياسة التحريرية والأوامر شفوية، أما في تونس فقد ذكرت نسبة كبيرة من أفراد العينة بأن مؤسساتهم تعتمد على السياسة التحريرية و مدونات سلوك ، إلا أنه لم يتم التنصيص على كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط التي تعتمد عليها

مؤسساتهم الإعلامية؛ كما ذكر غالبية المبحوثين الجزائريين أن أحد أبرز الأسباب التي جعلت مؤسساتهم الإعلامية لا تنص على ذلك هي انعدام ثقافة التنظيم الذاتي لدى الصحفيين أنفسهم، أما في تونس فيعود السبب إلى اعتبار هذه المواقع صحافة مواطن فقط. النسبة الأعلى من الصحفيين الجزائريين ذكروا أنهم ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية بنسبة قدرت بـ 42%، بينما ذكر غالبية الصحفيين التونسيين بنسبة 41% أنهم ينشرون المعلومات الحصرية بعد نشرها في الموقع الرسمي لمؤسساتهم الإعلامية؛ كما ذكر معظم الصحفيين عينة الدراسة أن إدارة مؤسساتهم الإعلامية قد وجهت لهم تحذير نتيجة تجاوزاتهم المهنية والأخلاقية في مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات، نقطة الاختلاف بين البلدين هو قرار الفصل من المؤسسة الذي اتخذته بعض المؤسسات الإعلامية التونسية ضد صحفييها. في تونس هناك تمييز بين الصحفيين من طرف مؤسساتهم فالقانون يطبق على البعض ولا يطبق على البعض الآخر. العامل الرئيسي حسب أفراد العينة من كلا البلدين بخصوص موافقتهم على ضرورة إنشاء ميثاق خاص بالتدوين هو الحد من التجاوزات والانتهاكات الأخلاقية الحاصلة على مواقع الشبكات الاجتماعية من سب وشتم وتجريح وتعدي على خصوصية الآخرين؛ أما الأسباب التي يرى من خلالها الصحفيين المبحوثين عدم موافقتهم (تعليق المعارضة والحياد) على إنشاء ميثاق أخلاقي يضبط التدوين الإلكتروني: فقد توافقت الإجابات بين الصحفيين أفراد العينة من كلا البلدين حول العديد من الأسباب أبرزها اعتبار التدوين مهرباً للصحفي من رئيس التحرير وتوجهات السياسة التحريرية لمؤسساتهم الإعلامية.

3/ أما عن فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين الإلكتروني لدى

الصحفيين المهنيين الجزائريين والتونسيين: في كلا البلدين، ذكر غالبية المبحوثين أن الصحفي المهني يتمتع بحرية مطلقة في تدويناته الإلكترونية، فلم يسبق لهم أن تعرضوا للمساءلة القانونية بسبب إحدى منشوراتهم وقد صرح معظمهم أن قوانين الإعلام في بلدانهم (قانون الإعلام 2012 والمرسوم التونسي رقم 115) لا تفي لتنظيم نشاط التدوين الإلكتروني واستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية و تحتاج إلى إثراء؛ كما أن الإجراءات القضائية التي نص عليها قانون مكافحة الجريمة الإلكترونية 2009 في الجزائر وقانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2012 في تونس يحتاج إلى تعديل حتى يضبط أشكال ممارسات النشر والتدوين الإلكتروني. وحسب اقتراحات المبحوثين من كلا البلدين والتي توافقت إلى حد كبير، فإن العامل الرئيسي الذي يلزم الصحفي لاحترام أخلاقيات المهنة هي المسؤولية الاجتماعية

والضمير المهني للصحفي من خلال ممارسة رقابة ذاتية على منشوراته في حسابهم الخاص على الفيسبوك.

4/ بالنسبة لتمثلات الصحفيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين

الإلكتروني، توصلت الدراسة إلى:

وجود فروق واختلافات في تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين عينة الدراسة حول واقع الأخلاقيات المهنية في ممارستهم التدوين الإلكتروني، حيث أن ممارسة أخلاقيات التدوين الإلكتروني في تونس هي أعلى مما عليه في الجزائر، فقد أجاب 32% من إجمالي المبحوثين الجزائريين والمقدر عددهم بـ100 مفردة أنهم يعبرون عن آرائهم السياسية وانتماءاتهم الحزبية "أحياناً" في تدويناتهم؛ بينما في تونس فقد ذكر غالبية المبحوثين بمعدل 37% أنهم لا يعبرون عن آرائهم السياسية في تدويناتهم على الفيسبوك بشكل كامل. كما عبر أكثر من نصف أفراد العينة من كلا البلدين على أنه لا يحق للصحفي عدم الالتزام بالأخلاقيات المهنية في منشوراته على الفيسبوك بحجة الفورية وسرعة التفاعل على الموقع، كما أنهم لا يقومون بتصحيح الأخطاء أو الاعتذار عن ذلك في تدويناتهم بل يحذفون الأخبار والمعلومات المنشورة التي تبين عدم صحتها دائماً و"نادراً" ما يتابعون تعليقات الجمهور على تدويناتهم لحذف المسيء منها.

5/ بالنسبة لوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الصحفيين الجزائريين والتونسيين من حيث

تمثلاتهم وبعض ممارساتهم لنشاط التدوين الإلكتروني تبعاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، التخصص العلمي، طبيعة المؤسسة الإعلامية، لغة العمل، الخبرة المهنية)، فقد بينت النتائج الآتي:

- في كلا البلدين تبين عدم وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير الجنس وكيفية نشر الصحفيين المبحوثين للمعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على موقع الفيسبوك، حيث ذكر غالبية الصحفيين والصحفيات من الجزائر أنهم ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة في تدويناتهم على موقع الفيسبوك دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية؛ أما في تونس فقد صرح غالبية المبحوثين التونسيين الذكور والإناث على حد سواء أنهم ينشرون المعلومات الحصرية بعد التحري من صحتها و بعد النشر في موقع مؤسساتهم الإعلامية.

- وجود علاقة دالة إحصائية بين متغير طبيعة المؤسسة التي يشتغل بها الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين وطريقة نشرهم للمعلومات الحصرية والعاجلة في حساباتهم على الفيسبوك، فغالبية الصحفيين الذين ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة دون الرجوع إلى مؤسساتهم الإعلامية ينتمون إلى

مؤسسات إعلامية خاصة، أما في تونس فمعظم صحافيي القطاع العمومي لا ينشرون المعلومات الحصرية والعاجلة إلا بعد نشرها في الموقع الرسمي لمؤسساتهم الإعلامية.

-في الجزائر بينت النتائج وجود علاقة بين التنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في آلية الضبط الذاتي وكيفية نشر المعلومات الحصرية وذلك وفقا لطبيعة المؤسسة الإعلامية التي يشتغلون بها، حيث كانت العلاقة دالة إحصائيا في المؤسسات الإعلامية الخاصة. بينما في تونس، كانت قيمة اختبار كا2 دالة إحصائيا في المؤسسات الإعلامية العمومية والخاصة على حد سواء بدلالة إحصائية أقل من 0.05، فغالبية الصحافيين من الإعلام العمومي الذين ذكروا أنهم ينشرون المعلومات الحصرية بعد التحري من صحتها صرحوا أنه تم التنصيص على كيفية استخدام الشبكات الاجتماعية الالكترونية في آلية الضبط الذاتي التي تعتمدها مؤسساتهم الإعلامية.

-وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين طبيعة المؤسسة الإعلامية وآراء الباحثين الجزائريين بخصوص إنشاء ميثاق أخلاقي خاص بالتدوين الالكتروني، فجل الصحافيين أفراد العينة من الجزائر ممن أجابوا بـ"أوافق" ينتمون إلى قطاع الإعلام العمومي، في حين ذكر غالبية الباحثين ممن أجابوا بـ"لا أوافق" أنهم يشتغلون بمؤسسات إعلامية خاصة، أي أن صحافيي قطاع الإعلام الخاص يتمتعون بحرية أكبر مقارنة مع القطاع العمومي. أما في تونس فمعظم الصحافيين الباحثين سواء الذين أجابوا بـ"أوافق" أو "لا أوافق" ينتمون إلى القطاع الإعلامي الخاص.

-وجود علاقة دالة إحصائية بين الخبرة المهنية للباحثين من كلا البلدين، ورأيهم بخصوص إنشاء ميثاق أخلاقي للتدوين الالكتروني، حيث نجد أن أصحاب الخبرة الطويلة لأكثر من 10 سنوات أجابوا بـ"أوافق" في المقابل يميل أصحاب الخبرة المتوسطة (من 5 إلى 10 سنوات) إلى الخيار "لا أوافق".

-في كلا البلدين، غالبية الصحافيين الذين ذكروا أن قوانين الإعلام تحتاج إلى إثراء وأنهم يتمتعون بحرية محدودة في تدويناتهم الالكترونية ينتمون إلى قطاع الإعلام العمومي، في المقابل جل الباحثين أفراد العينة من الذين صرحوا أن قوانين الإعلام لا تفي لتنظيم نشاط التدوين الالكتروني وأنهم يتمتعون بحرية مطلقة ينتمون إلى قطاع الإعلام الخاص .

-وجود فروق بين البلدين محل الدراسة من حيث طبيعة الحساب المملوك في الفيسبوك (حقيقي، مستعار، مهني) للصحافيين الباحثين، ففي الجزائر جنس المبحوث لا يؤثر على طبيعة حسابه

في موقع شبكة الفيسبوك؛ بينما في تونس يميل الصحفيين التونسيين الذكور لاستخدام الاسم الحقيقي في حساباتهم؛ في حين يميل الصحفيين الإناث لاستخدام الاسم المستعار والاسم المهني .

-غالبية الصحفيين الذين يملكون حساب حقيقي في الفيسبوك ينتمون إلى مؤسسات إعلامية خاصة بنسبة 57.5%، مقابل 42.5% يشغلون بمؤسسات حكومية ؛ في حين يميل معظم صحفي القطاع العمومي للحسابات المستعارة والمهنية بنسبة 54.5%

-وجود فروق دالة إحصائية بين البلدين من حيث طبيعة الحساب الخاص بهم في الفيسبوك ومعدل خبرتهم حيث أن غالبية الصحفيين المستحبين من الجزائر يستخدمون الاسم الحقيقي الشخصي في حساباتهم على الفيسبوك بغض النظر عن معدل الخبرة التي يتمتعون بها؛ بينما في تونس نجد من بين 53.3% من أصحاب الخبرة الطويلة (أكثر من 10 سنوات) يستخدمون الاسم الحقيقي في حساباتهم على الفيسبوك، بينما يملك غالبية أصحاب الخبرة المتوسطة (من 5 إلى 10 سنوات) حساب باسم مستعار على الفيسبوك بنسبة 52.9% و يميل كل الصحفيين المبحوثين الأقل خبرة إلى الاسم المهني بنسبة بلغت 100%.

-وجود فروق دالة إحصائية في تمثلات الصحفيين التونسيين عينة الدراسة لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب تخصصهم العلمي، إذ نجد أن أصحاب تخصص إعلام واتصال أكثر إدراكا لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني. في المقابل نجد أن اختبار تحليل التباين لفischer غير دال إحصائيا في تمثلات الصحفيين الجزائريين .

-وجود فروق دالة إحصائية في تمثلات الصحفيين عينة الدراسة من كلا البلدين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب طبيعة المؤسسة الإعلامية، حيث نلاحظ أن المتوسط الحسابي لدى صحفيي المؤسسة العمومية في الجزائر مرتفع مقارنة بنظيره في المؤسسة الخاصة.

-وجود فروق دالة إحصائية في تمثلات الصحفيين من تونس لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني حسب الخبرة المهنية، إذ نجد أنه كلما زادت الخبرة المهنية للصحفي زاد متوسط واقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الالكتروني، بينما في الجزائر لم يكن اختبار تحليل التباين دالا إحصائيا.

بناءً على الجانب النظري للبحث والنتائج التي توصلت إليها الباحثة من الدراسة الميدانية والمذكورة أعلاه، نستخلص ما يلي:

-تعتبر تونس من أكثر الدول العربية من حيث القوانين التي مست النشر الإلكتروني والانترنت بصفة عامة، إلا أنه لم يتم تقنين الإعلام الجديد ومواقع الشبكات الاجتماعية من طرف المشرع التونسي ما عدا ما ورد في المرسوم الرئاسي عدد 115 لسنة 2011 مقارنة بالجزائر التي تسجل تراجعاً ملحوظاً في هذا المجال فقانون الإعلام 2012 لم يدرج التطبيقات الجديدة للانترنت والتدوين الإلكتروني؛ كما أن المشرع التونسي يحاول دائماً تتبع التطورات التكنولوجية الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال، فهو يتبع التجارب العالمية والثقافة الانجلوسكسونية حيث أنشأت تونس مجلس الصحافة مؤخرًا وشكلت لجنة لأخلاقيات المهنة تعمل على رصد تجاوزات الصحفيين وانتهاكاتهم الأخلاقية حتى على مواقع الشبكات الاجتماعية، في حين لم ينصب أعضاء مجلس أخلاقيات المهنة في الجزائر إلى يومنا هذا فضلاً عن سلطات ضبط الصحافة المطبوعة والسمعي والبصري .

-عدم فعالية التشريعات القانونية في كلا البلدين لضبط ممارسات ونشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين، فكل ما نص عليه القانون العضوي للإعلام 05-12 الجزائري، أو المرسوم التونسي 115 للصحافة والطباعة والنشر لا يفي بمتطلبات تنظيم النشر الإلكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية ويحتاج إلى إثراء.

-تعتبر التجربة التونسية في مجال التنظيم الذاتي من التجارب الرائدة مقارنة بالجزائر، فنقابة الصحفيين التونسيين اكتسبت مكانة بارزة من خلال انشغالها بالدفاع عن حقوق أصحاب المهنة الصحفية والمشاركة في كل اللقاءات والنقاشات والحوارات حتى مع أعلى هرم في السلطة وكل الهيئات الوطنية والأشخاص الفاعلين في البلد؛ كما أنشأت النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين في بداية شهر ديسمبر 2015 "مرصد أخلاقيات المهنة الصحفية في الصحافة المطبوعة والإلكترونية" بدعم من منظمة "أنترنيوز". يوجد في تونس أيضاً ست مؤسسات إعلامية أطلقت ميثاق تحرير ومدونات سلوك لصحفيها، أدرجت فيها بعض البنود الخاصة بكيفية ظهور صحفيها واستخدامهم للشبكات الاجتماعية كالفيسبوك وتويتر وغيرهم. أما في الجزائر فلا أثر لميثاق أخلاقية تنظم عمل الصحفيين من أصله ما عدا تجربتي جريدتي الوطن والخبر قبل ظهور مواقع الشبكات الاجتماعية وانتشار تطبيقات الإعلام الجديد.

يعتقد الصحفيون أن ميثاق الشرف الصحفي الخاص بالتدوين الإلكتروني يعتبر نوع من التضييق على الحريات رغم أنهم مع تطبيق الضوابط المهنية وأخلاقياتها على مواقع الشبكات الاجتماعية مع نوع من المرونة، إذ تعتبر وسائل مريحة تجعل الصحفي يحس وكأنه في بيته مع عائلته وأصدقائه، ما يجعله لا ينتبه إلى ماذا يجب أن يقول وما لا يقول .

يفضل صحافيو القطاع العمومي إنشاء حسابات مهنية أو مستعارة، في حين يميل صحفيي القطاع الخاص إلى الحسابات الشخصية الحقيقية، رغم أن غالبية الصحفيين يعتبرون أن كل ما يكتبونه على حساباتهم الخاصة يعبر عن آرائهم الشخصية ولا يلزم مؤسساتهم الإعلامية.

يرى الصحفيون أنه يحق لهم التعبير عن آرائهم وأفكارهم بكل حرية في تدويناتهم على حساباتهم الخاصة في مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات، ويغفل أنهم فاعلين اجتماعيين عليهم احترام أخلاقيات المهنة الصحفية حتى في حساباتهم الخاصة على موقع الفيسبوك، لذلك تحتاج المؤسسات الإعلامية سياسة واضحة حول استخدام الشبكات الاجتماعية الإلكترونية للعاملين فيها، تحدد فيها حدود المسموح والممنوع فيما يتم نشره من طرف الصحفي عبر حسابه الخاص.

خاتمة

خاتمة

لقد أصبحت مواقع الشبكات الاجتماعية في عالمنا اليوم امتداد للحياة الاجتماعية، خصوصا موقع الفيسبوك الشبكة الأكثر شعبية في العالم، إننا نلاحظ اليوم بيئة إعلامية جديدة يختلط فيها الاحتراف مع الهواية، فالجمهور أصبح قادرا حتى على معالجة الأخبار من خلال تعليقاته. إن استخدام الصحفيين لهذه المواقع وطبيعة المنشورات التي يحدثون بها حساباتهم بانت مسألة تثير نوعا من الجدل في ضرورة امتثال الصحفي من عدمه لأخلاقيات المهنة حتى داخل فضاءه الإلكتروني الخاص، فالتدوين في هذه المواقع سواء في إطار مؤسسي أو شخصي ليس فوق القانون والأخلاقيات، أو الخروج عن الدين والأخلاق ونشر السباب والقذف وغيرها باسم حرية التعبير. إن إشكالية التزام الصحفيين بالأخلاقيات الصحفية في مواقع الشبكات الاجتماعية مرتبطة حقيقة بفلسفة التعديل الذاتي، فهناك من الصحفيين من يعتبر ذلك حد من حريته. كما أن مسألة التنظيم أو التعديل الذاتي للعمل الصحفي لها علاقة بالمجتمع في حد ذاته، فكيف يُطالب الصحفي باحترام الأخلاقيات في مجتمع لا يحترم المبادئ الأخلاقية ولا يطبق فيه مبدأ المساءلة (Accountability) على كل فرد فيه، لذلك توجد المواثيق الأخلاقية في العديد من المجتمعات العربية ولكنها غير مفعلة.

وفي نهاية دراستنا هذه استخلصنا ان العامل الرئيسي الذي يقيد الصحفي للالتزام بالأخلاقيات المهنية في التدوين الإلكتروني هو المسؤولية الاجتماعية والضمير المهني من خلال ممارسة رقابة ذاتية على منشوراته باعتباره فاعل اجتماعي في المجتمع لديه حقوق ومسؤوليات وواجبات واجبات، هذا على الرغم من أن دراستنا الميدانية قد قارنت بين بلدين هما الجزائر وتونس وعلى اختلاف خصوصيات وثقافة كل بلد من حيث التشريعات الإعلامية والنصوص القانونية والتي تعتبر تونس سباقة وأكثر انفتاحا من الجزائر؛ فالقضية ليست مسألة مواثيق شرف ومدونات سلوك، بل هي قضية عقليات وتمثلات، وعلى الصحفي أن يخضع ممارساته للتفكير، وبناءً عليه تم اقتراح هذا الدليل الإرشادي للصحفيين المدونين الخاص بأخلاقيات النشر على مواقع الشبكات الاجتماعية والذي يضم عشرة مبادئ:

- عرف بنفسك وبهويتك المهنية حتى على حسابك الخاص في تلك المواقع، فحتى صورة البروفایل يجب ان تراعي وجه مؤسستك الإعلامية.

- المثل الأعلى الذي يجب ان يكون طاقتك هو البحث عن الحقيقة ولا شيء غير الحقيقة، لذلك لا تنتشر وأنت غير متأكد من المعلومة.

- لا تنتشر المعلومات الحصرية والعاجلة على حسابك الخاص في مواقع الشبكات الاجتماعية إلا بعد نشرها في موقع مؤسستك الرسمي.
- لا تنتشر معلومات وأخبار غير محددة المصادر.
- ادمع كل ما ترويه بالشواهد والأدلة والبراهين (خبرات شخصية، مشاهدات من الواقع، أمثلة تاريخية، بيانات وأرقام، اقتباسات من مصادر إعلامية، صور وفيديوهات، تسجيلات صوتية...).
- ضع نفسك مكان الشخص الذي ستكتب عنه وتخيل ردة فعله حول الموضوع خصوصا عندما تكون له تأثيرات سلبية.
- لا تنتشر خصوصيات الأفراد وصورهم دون طلب إذنهم أو الحصول على موافقتهم.
- ابتعد عن العناوين الزائفة التي تعتمد على إثارة عواطف الجمهور كما تعكسها أيقونات التفاعل في هذه المواقع (الإعجاب، الغضب، التعجب، الحزن، المرح) والتي يكون هدفها زيادة عدد المتابعين والأصدقاء.
- لا تعبر عن آرائك السياسية وانتماءاتك الحزبية في تدويناتك، وتجنب الاشتراك بحسابات الشخصيات السياسية وصفحاتهم المنفصلة عن حساباتهم بدلا من مصادقتهم بصفة مباشرة.
- لا تحذف الأخبار والمعلومات المنشورة التي تبين عدم صحتها، بل قم بتصحيح الأخطاء سريعا في التدوينات اللاحقة واعتذر عن ذلك بوضوح.
- قم بمراجعة تعليقات الجمهور والأصدقاء وحذف المسيء منها، وابتعد قدر الإمكان عن السباب والردود العنيفة والألفاظ البذيئة مع من ينتقدونك على الموقع.

كما وتوصي الباحثة في نهاية هذه الدراسة بالآتي:

- ✓ قيام كل مؤسسة إعلامية بوضع دليل تحرير أو ميثاق شرف لصحفيها ينص صراحة على أخلاقيات التدوين الإلكتروني، تحدد فيه حقوق و واجبات العاملين على الشبكة احتراما لمهنتهم وتنظيما له ولضمان حرية مسؤولية على هذه المواقع، فضلا عن إدراج المساءلة من طرف الجمهور كبنء في هذه المواثيق.
- ✓ إحداث غرف قضائية متخصصة مكلفة بالبحث في قضايا الإعلام وذلك بإسنادها إلى قضاة متخصصين في شؤون الإعلام ويستوعبون طبيعة العمل الإعلامي ومشكلاته وصعوباته.

- ✓ تفعيل دور مجالس التحرير ومجالس الصحافة كمحكمة شرف يتجه إليها المواطنون تصدر قرارات متصلة بالأخلاقيات الصحفية.
- ✓ تفعيل دور الجمهور في مساءلة الصحفي عن تدويناته من خلال خاصية "signaler" أو التبليغ "report" أي عندما تشاهد أو ترى مضمون غير جيد يمكن التبليغ عنه وتخبر عنه موقع الفيسبوك بالذات، أو من خلال التوقف عن متابعة الصحفي على صفحته.
- ✓ سن قانون إعلامي شامل يعيد تنظيم وتفعيل العمل الصحفي وضم العاملين على الشبكة إلى نقابة الصحفيين ضمن شروط علمية ومهنية محددة.
- ✓ إدراج مقياس الاستخدام الأخلاقي للشبكات الاجتماعية في مراحل التعليم الجامعي يبين فيه كيفية التعامل مع هذه المواقع بمسؤولية فيصبح ذلك جزءا من ثقافة المجتمع ككل.
- ✓ إعادة تكييف تكوين الصحفيين وتأهيلهم مع التحولات التي تعيشها البيئة الإعلامية الجديدة وذلك في جانبين: الأول تقني ويتمثل في تعزيز قدرات الصحفيين على كشف الأخبار الكاذبة "Fake News"، وتطوير قدرات المؤسسة الإعلامية كذلك على التحري في صحة ما تنشره من صور وفيديوهات ونصوص في إطار المصادر الشعبية "Crowdsourcing".
- ✓ يجب الخروج من العقوبات الجزائية المترتبة عن تجاوزات الصحفي على مواقع الشبكات لصالح العقوبات المدنية (حق الرد، طلب الحذف، التصحيح، التعويض المادي بحجم الضرر...الخ).

قائمة المراجع

المراجع بالعربية

- إبراهيم خضر، أ. (2013). إعداد البحوث والرسائل العلمية من الفكرة حتى الخاتمة (الإصدار ط1). القاهرة: شبكة الالوكة.
- إذاعة شمس FM. (2017 11 22). ميثاق أخلاقيات المهنة لإذاعة شمس FM. تاريخ الاسترداد: 01 10 2019، من: <https://bit.ly/2HFhWxd>
- إذاعة شمس FM. (2020 10 03). مجلس الصحافة يعقد أول اجتماعاته ويقرر بعث ثلاث لجان. تاريخ الاسترداد: 2021 11 24، من: <https://bit.ly/3ed5fJc>
- الإذاعة التونسية. (بلا تاريخ). الميثاق التحريري للإذاعة التونسية. تاريخ الاسترداد: 2019 03 14، من: <https://bit.ly/321daSE>
- الإذاعة التونسية. (بلا تاريخ). مدونة سلوك الإذاعة التونسية. تاريخ الاسترداد: 2019 03 14، من: <https://bit.ly/2TzuNbD>
- الباجوري، س. (2012). أخلاقيات الإعلام: القيم..التنظيم..القانون. القاهرة: المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان.
- البغوري، ن. (23 سبتمبر 2016). حدود المهني والشخصي في نشر الصحفيين في مواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد: 05 01 2019، من: <https://www.youtube.com/watch?v=sScXRKHAUoI>
- البور، ح. (2009). احترام أخلاقيات المهنة الصحفية وتكنولوجيات الاتصال الحديثة. تونس: منشورات معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد اديناور.
- التواتي، ن. (2008). الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر (الإصدار ط1). الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع.
- البياتي بصائر علي، م. (2015). انتهاكات الحق في حرية التعبير. دراسة خاصة عن التدوين الالكتروني. مجلة كلية الحقوق ، 17 (02)، 29- 90.
- الساحلي، م. (2009). أزمة المدونات العربية: التدوين في متاهات البحث عن التنوير. تاريخ الاسترداد: 2018 01 28، من: <https://ar.qantara.de/content/zm-lmdwnt-lrby-ltdwyn-fy-mtht-lbhth-n-ltnwyr>

- السيد عبد المعطي، ن. (2014). *صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد*. القاهرة: دار الكتاب الجامعي.
- السي إن إن. (11 جانفي 2008). عالم المدونات العربية... قطار لن يتوقف. تاريخ الاسترداد: 01 02 2018، من الرأي: <http://www.alraimedia.com/Home/Details?Id=1461aa97-59e8-41bd-9acf-7cb43506b1da>
- العياضي، ن. (5 نوفمبر 2009). المدونات الالكترونية والصحافة: تغيير المنظور لاستجلاء الأفق المعرفي. *المجلة العربية لعلوم الإعلام، السعودية*، عدد5، 243-293 .
- العياضي ن. (2012). *الفضاء التدويني العربي واستراتيجيات بناء الذات وسردها*. مجلة الباحث الإعلامي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، عدد18، 73-93.
- العياضي، ن. (23 ماي 2015). بين القانون والأخلاق والأخلاقيات. تاريخ الاسترداد: 11 30 2017، من جريدة الخبر الجزائرية: [/https://www.elkhabar.com/press/article/80737](https://www.elkhabar.com/press/article/80737)
- العياضي، ن. (26-27 11 2018). *المسؤولية الاجتماعية ورهانات الإعلام*. ملتقى وطني حول الإعلام والمسؤولية الاجتماعية بين الأمس واليوم، قسم الإعلام، جامعة المسيلة.
- العياضي، ن. (18 02 2019). مقابلة مع الأستاذ الباحث نصر الدين العياضي عبر موقع الفيسبوك. (حنان علال، المحاوره).
- الحسن حسان، م . (2009). *مناهج البحث الاجتماعي (الإصدار ط2)*. الأردن : دار وائل للنشر والتوزيع.
- الحمامي، ص. (نوفمبر 2011). *الأخلاقيات الصحفية والميديا الجديدة*. بحث في إطار برنامج النوع الاجتماعي والإعلام العربي. مركز كوثر. الاسترداد: 20 11 2018 من عرض باور بوينت: <file:///C:/Users/pc/Downloads/%D8%A7%D9%84%D8%A7%D8%AE%D9%...>
- الحمامي، ص. (2012). *الإعلام التونسي... أفق جديد (الإصدار ط1)*. تونس: دار آفاق-برسبكتيف للنشر بتونس.
- الحمامي، ص. (سبتمبر 2013). *الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية*. تاريخ الاسترداد: 20 11 2018، من مجلة الإعلام والعصر الاماراتية: <http://www.jadeedmedia.com/2012-04-18-15-04-13.html>

- الحمامي، ص. (2015). مواقع الشبكات الاجتماعية ورهانات دراستها في السياق العربي. ملتقى دولي حول شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة إعلامية متغيرة دروس من العالم العربي. معهد الصحافة وعلوم الأخبار (تونس) والجمعية العربية الأوروبية لباحثي الإعلام.
- الحمامي، ص. و آخرون. (23 سبتمبر 2016). ورشة تفكيرية حول إشكاليات النشر الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد: 10 08 2018، من: <https://www.youtube.com/watch?v=IPoycRTTgnE>
- الحمامي، ص. (2016). *الميديا الاجتماعية من منظور التنظيم والتنظيم الذاتي*. تونس: مجلة إذاعات الدول العربية، مجلة فصلية تصدر عن إذاعات الدول العربية، عدد1، 56-65.
- الحمامي، ص. (07 08 2017). ما الفيسبوك ولماذا أصبح أساسيا في حياتنا ؟ تاريخ الاسترداد: 10 02 2018، من جريدة المغرب التونسية: <https://bit.ly/2DxcJUA>
- الحمامي، ص. (06 07 2019). ما هي أخلاقيات الصحفيين التونسيين؟. تاريخ الاسترداد: 10 07 2019، من الصحيفة الالكترونية ألترا تونس: <https://bit.ly/2L7N9f>
- الجموسي، ج. (2014). لشبكات الاجتماعية الالكترونية: إشكالية الحرية والأخلاق والقانون. تأليف فرحات الحرشاني وسامي البسطانجي، الأنترنات فضاء للحرية ومصدر للإشكاليات القانونية. تونس: La Maison Du Livre
- الجمهورية الجزائرية، قانون عضوي رقم 12-052. يتعلق بالإعلام (15 جانفي 2012). ص133
- الجمهورية الجزائرية، المرسوم التنفيذي رقم 20-332. (22 نوفمبر 2020). كفايات ممارسة نشاط الإعلام عبر الأنترنات ونشر الرد والتصحيح عبر الموقع الالكتروني ، 13- 19
- الخوري، ر.، طانيوس، م.، حداد، ل.، والشرقاوي، م. (20 أكتوبر 2017). برنامج منتدى الصحافة: شبكات التواصل الاجتماعي... أي ضوابط للصحفي المهني ج1. (عبد الله العالي، المحاور).
- السر علي، س. (14 8 2016). المدونات الالكترونية.. لا مفر من الرقابة. تاريخ الاسترداد: 02 02 2018، من معهد الجزيرة للإعلام: <http://journalism.aljazeera.net/ar/ajr/opinion/2016/08/160814182707528.html>
- السعودي، س. (31 مارس 2016). أربعة أسباب جعلت المدونين المغاربة يهجرون مدوناتهم. تاريخ الاسترداد: 10 02 2019، من شبكة الصحفيين الدوليين: <https://bit.ly/2MZXiJ>

- السعودي، س. (12 أبريل 2016). تعرّف على أدوات فيس بوك الموجهة للصحفيين. تاريخ الاسترداد: 13 02 2019، من شبكة الصحفيين الدوليين: <https://bit.ly/2UQvIAw>
- المرسوم عدد 115 المتعلق بحرية الصحافة والطباعة والنشر. (02 نوفمبر 2011). الرائد الرسمي للجمهورية التونسية رقم 84 ، 2561 ، 2562.
- الميثاق الأخلاقي الصحفي لإذاعة الديوان. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد: 15 01 2019، من: <https://diwanfm.net/mithe9.html>
- الميثاق التحريري لإذاعة موزاييك اف ام. (03 ديسمبر 2015). تاريخ الاسترداد: 02 01 2019، من: <https://bit.ly/2FjgJE1>
- النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين. (3 ماي 2018). التقرير السنوي لواقع الحريات الصحفية في تونس.
- النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين. (بلا تاريخ). ميثاق الشرف. تاريخ الاسترداد: 05 03 2019، من: <http://snjt.org/%D9%85%D9%8A%D8%AB%D8%A7%D9%82-%D8%A7%D9%84%D8%B4%D8%B1%D9%81-2>
- النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين. (23 سبتمبر 2016). إشكاليات ومستلزمات النشر الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد: 06 01 2018، من: <https://www.youtube.com/watch?v=8ZfKp5OqteU>
- الزرن، ج. (2007). المدونات الالكترونية وسلطة التدوين. مجلة شؤون عربية، عدد 130، 160-187.
- الزرن، ج. (2009) من جمعية إلى نقابة أخلاقيات المهنة الصحفية في تونس. تأليف أخلاقيات الممارسة الصحفية في عالم عربي متحول. تونس: منشورات معهد الصحافة وعلوم الإخبار ومؤسسة كونراد أديناور.
- الزرن، ج. (2013). من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت. تأليف دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية (الإصدار ط1). تونس: أكاديمية دوتش فيلا- معهد الصحافة وعلوم الأخبار.
- الزرن، ج. (27 مارس 2017). الإعلام التقليدي والجديد في سياق تمدد الإعلام الاجتماعي وشبكاتة. مركز الجزيرة للدراسات .

- الصادق، ر. (2013). *فضاءات رقمية.. قراءات في المفاهيم والمقاربات والرهانات*. لبنان: دار النهضة العربية.
- الصديق هارون، ف. (2017). *فاعلية التشريعات الإعلامية في فرض الضوابط الأخلاقية على المضمون بمواقع التواصل الاجتماعي (رسالة دكتوراه غير منشورة)*. كلية علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر.
- أوهيبية، ي. (بلا تاريخ). *ومن الفيسبوك ما قتل... معول الفيسبوك يحطم عالم التدوين*. تاريخ الاسترداد: 2018 12 31، من دفاتر التدوين: <https://bit.ly/2SpASHc>
- بدر الدين، أ. (2015). *اتجاهات تشكل مستقبل التدوين في العالم العربي*. تاريخ الاسترداد: 05 16 2019، من <https://www.sasapost.com/10-trends>
- بدر يوسف، ل.، وحسين الحداد، ز. (2016). *المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الالكترونية*. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
- بركات، أ. (02 مارس 2016). *مرصد أخلاقيات المهنة في الصحافة المكتوبة والالكترونية: تكريس التعديل الذاتي*. تاريخ الاسترداد: 2019 06 25، من موقع نواة: <https://bit.ly/2ZH6EP1>
- بن حسين، ع. (25 أوت 2018). *تحليل المدونات العربية والتونسية من خلال تمثيل رسم الخرائط للفضاء الافتراضي*. مجلة الدراسات الإعلامية، عدد 4، 33-55.
- بن حمودة، أ. (2017). *مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك*. معهد الصحافة وعلوم الإخبار: جامعة منوبة.
- بن عمار، ش. (2019). *أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة- دراسة ميدانية تحليلية عبي عينة من الصحفيين الجزائريين (أطروحة دكتوراه غير منشورة)*. كلية العلوم الاجتماعية: جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم.
- بن عمارة، ل. (2015). *الاستخدامات المهنية للمدونات الالكترونية في الجزائر-دراسة مسحية لعينة من صحفيي مؤسسة النهار الإعلامية (رسالة ماجستير غير منشورة)*. كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم.
- بن مرسل، أ. (2005). *مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال (الإصدار ط2)*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

- بن مسعود، م. (07 فيفري 2019). أخلاقيات الصحافة الالكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية. مركز الجزيرة للدراسات .
- بوحنية، ق. (2018). فتح القطاع السمعي البصري في الجزائر: مشهد ضبابي في طور التجلي، ص202-218. في: قوي بوحنية، و رمضان عبد المجيد (2018). حرية الإعلام في الموثيق والقوانين الوطنية والدولية في ظل المتغيرات الدولية المعاصرة (الإصدار ط1). الأردن: دار الولاية للنشر والتوزيع.
- بوضياف، س. (2010). المدونات الالكترونية في الجزائر: دراسة في الاستخدامات والإشباع (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية الحقوق، باتنة: جامعة الحاج لخضر.
- تفرقنت، ع. (2012). المدونات الالكترونية الجزائرية-دراسة وصفية لعينة من المدونات السياسية المكتوبة بالعربية خلال الانتخابات الرئاسية سنة 2009-(رسالة ماجستير غير منشورة). كلية العلوم السياسية والإعلام : جامعة الجزائر 3.
- جاسم السعدي، م. (2016). فلسفة التواصل في موقع الفيسبوك (الإصدار ط1). قسنطينة-الجزائر: ألفا للوثائق.
- جميل الراوي، ب. و الشافعي، ع. (31 ماي 2011). إشكالية حرية التعبير والمسؤولية المهنية والاجتماعية للمدونات الالكترونية. مجلة الباحث الإعلامي 12(11)، 55-82.
- جميلة، أ. (10 أبريل 2016). صحفيو الفيسبوك بين الاحتراف والانحراف. تاريخ الاسترداد: 03 07 2019، من: جريدة المساء الجزائرية: <https://www.el-massa.com/dz/index.php/component/k2/item/20813>
- جيلومر، د. (2010). الإعلام أساس الصحافة... من الجميع ومن أجل الجميع. القاهرة-مصر: الدار الدولية للاستثمارات الثقافية.
- حامد جنيدي، م. (2018). السوشيال ميديا (الإصدار ط1). دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع.
- حبيب السماوي، م. (27 مارس 2018). آخر إحصائيات العالم الرقمي. تاريخ الاسترداد: 11 22 2018، من جريدة إيلاف الالكترونية: <https://elaph.com/Web/Opinion/2018/3/1196481.html>
- حسام الدين قتلوني، م. (2014). ثورات الفيسبوك..مستقبل وسائل التواصل الاجتماعي في التغيير. لبنان: شركة المطبوعات للتوزيع والنشر.

- حسنين، م. (جانفي 2010). استخدام المدونات لبحث خدمات المعلومات -دراسة تحليلية تقييمية لمدونات المكتبات والمعلومات، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، 16 (33)، 217-297.
- حقائق أونلاين. (30 جاتفي 2021). مجلس الصحافة يعلن عن تركيبة لجنة أخلاقيات المهنة.. تاريخ الاسترداد: 24 11 2021، من: <https://bit.ly/3H4f2h1>
- حميد، ع. (26 جانفي 2013). المصادقة على ميثاق مغاربي لأخلاقيات مهنة الصحافة. تاريخ الاسترداد: 04 03 2019، من جريدة الخبر الجزائرية: <https://www.djazairress.com/elkhabar/320104>
- خيي، أ. (2016). طرد صحافية لبنانية من وظيفتها بسبب عنصريتها. تاريخ الاسترداد: 17 05 2019، من: <https://ahdath.info/12641,17/05/2019,11:00>
- درويش اللبان، ش. (جويلية 2014). الضوابط المهنية والأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد. مجلة رؤى إستراتيجية، 2(7)، 96-135.
- درويش اللبان، ش.، و عبد الفتاح، ف. (2011). قراءة في ظاهرة التدوين الالكتروني. مجلة فصول، 11(2). 79-96.
- دليو، ف. (2015). تقنيات المعاينة في العلوم الإنسانية والاجتماعية . الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
- سعدي، م. (10 05 2013). تجربة التدوين في الجزائر تعاني نقائص من حيث الجدية والطرح. تاريخ الاسترداد: 31 01 2017، من دنيا الوطن: <https://pulpit.alwatanvoice.com/content/print/293525.html>
- سويسبي، م. (17 ماي 2010). صراع على سلطة الأنترنت في تونس بين المدونين والرقابة. تاريخ الاسترداد: 31 12 2017، من: <http://www.alhiwar.net/ShowNews.php?Tnd=6782>
- صدقة، ج. (2008). الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع (الإصدار 1). لبنان: مؤسسة مهارات.
- صلاح عبد المجيد، م. (2008). المدونات المصرية بين الحرية والمسؤولية-دراسة تحليلية على نماذج من المدونات المصرية السياسية-. الإعلام بين الحرية والمسؤولية. القاهرة: كلية الإعلام.

- صحيفة الخبر الجزائرية. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد: 13 01 2019، من: <https://www.elkhabar.com>.
- صالح فياض، ف. (31 12 2012). الأنترنت وصحافة المدونات الالكترونية. مجلة الباحث الإعلامي، عدد18، 113-131.
- عبد الحميد، م. (2004). نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. مصر: عالم الكتب.
- عبد الحميد، م. (2004). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية (الإصدار ط1). مصر: عالم الكتب.
- عبد الحميد، م. (2009). المدونات: الإعلام البديل (الإصدار ط1). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد الرحمن النصار، أ. (بلا تاريخ). الصحافي في زمن شبكات التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد: 01 01 2019، من جريدة العرب الاقتصادية الدولية: http://www.aleqt.com/2014/06/05/article_854631.html
- عبد الإله، ش. (15 ماي 2018). فاعلون يناقشون أخلاقيات الصحافة في مواقع التواصل الاجتماعية في المغرب. تاريخ الاسترداد: 25 11 2019، من: <https://www.hespress.com/medias/391596.html>
- عبد العال، و. (2017). أخلاقيات الإعلام الجديد. في: صالح مشاركة، مساق أخلاقيات الإعلام (الإصدار ط1). مركز تطوير الإعلام-جامعة بيرزيت.
- عبد الفتاح، ف. (2012). المدونات الالكترونية والمشاركة السياسية (الإصدار ط1). القاهرة: دار العالم العربي.
- عبد المجيد، ل. (2005). التشريعات الإعلامية (الإصدار ط2). القاهرة: مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح.
- عبد اللطيف الجليبي، س. (2013). المدونات الالكترونية في تونس: التمثلات والاستخدامات (رسالة ماجستير غير منشورة) . معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس: جامعة منوبة.
- عبد الله علي، خ، و علي نور، م، وعبد الله أحمد، س. (أفريل 2018). استخدام المدونات المرئية في ترويج وتسويق الأنشطة والمواقع السياحية بالتطبيق على خدمة الصورة المرئية على (يوتيوب)، المؤتمر العلمي الدولي لجامعة الشارقة- السياحة تنمية مستدامة. الإمارات العربية المتحدة.

- عزام، أ. (بلا تاريخ). مجالس الصحافة: خلق آلية لمراقبة أخلاقيات المهنة ولبناء الثقة بين الصحفي والمتلقي. تاريخ الاسترداد: 04 03 2019، من شبكة الصحفيين الدوليين: <https://bit.ly/2CrzR7r>
- عزام، أ. (بلا تاريخ). مجالس الصحافة: خلق آلية لمراقبة أخلاقيات المهنة ولبناء الثقة بين الصحفي والمتلقي"، تاريخ الاسترداد: 04 03 2019، من: شبكة الصحفيين الدوليين، في: <https://bit.ly/2CrzR7r>.
- عزام، أ. (13 فيفري 2013). موسم الهجرة من المدونات الكلاسيكية الى تويتر والفيسبوك. تاريخ الاسترداد: 24 12 2018، من جريدة هسبريس المغربية : <https://bit.ly/2UNdOP2>
- عزام، س. (2017). هل الصحفي ملزم باحترام أخلاقيات المهنة على حسابه بمواقع التواصل الاجتماعي؟ تم الاسترداد: 04 3 2019 من شبكة الصحفيين الدوليين: <https://bit.ly/2JznoV2>
- علي، ع. (2006). المنهج المقارن مع دراسات تطبيقية (الإصدار ط1). لبنان: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- علي ابراهيم الفلاحي، ح. (2017). التفاعلية وما بعد التفاعلية في الإعلام الجديد (الإصدار ط1). الإمارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية: دار الكتاب الجامعي.
- علي الدبيسي، ع. (31 01 2012). المعايير المهنية في الصحافة الالكترونية الأردنية: دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية. مجلة الاتصال والتنمية، 12(1-2)، 46-73.
- علي مصطفى العسولي، ح. (2017). المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز. رسالة دكتوراه، كلية علوم الاتصال: جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- رجب، س. (2013/02/02)، "ميثاق شرف...مرصد وجائزة سنوية لأخلاقيات العمل الصحفي في المغرب العربي". تاريخ الاسترداد: 04 3 2019 من جريدة الصباح التونسية: <https://www.turess.com/assabah/83429>
- رزاق، ع. (2013). المهنة صحفي محترف.. قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية (الإصدار ط1). الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
- رمضان الهلالي، ج. (2013). الدعاية والإعلان والعلاقات العامة في المدونات الالكترونية. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.

- رويترز. (9 ماي 2019). (بي.بي.سي) تفصل مديعا نشر صورة لقرود في إشارة لمولود الأمير هاري. تاريخ الاسترداد: 10 06 2019، من صحيفة القدس العربي: <https://bit.ly/2K9r0L7>
- زعيم، ن. (2012). التدوين الالكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسنطينة: جامعة منتوري .
- شبكة الصحفيين الدوليين. (2017). الأخلاقيات الأساسية للمدوين. تم الاسترداد: 04 3 2019 من: <https://bit.ly/2Uc3Zyx>
- شبكة الصحفيين الدوليين. (23 12 2018). كيفية استخدام موقع التواصل في العمل الصحفي: <https://www.youtube.com/watch?v=-7t1fEmdRq8>
- شبكة المدونون العرب. (10 أوت 2016). هل تصعد المدونات العربية بعد خفوتها لسنوات ؟ تاريخ الاسترداد: 31 12 2017، من: <http://mudwen.com/index.php?act=post&id=9003>
- شري، ر. (20 فيفري 2016). التدوين في العالم العربي: حريات وقيود. تاريخ الاسترداد: 31 12 2018، من جريدة القدس العربي: <https://bit.ly/2SEhUfe>
- شريطي، ف. (2015). *التدوين الالكتروني والإعلام الجديد*. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- طابة، ز. (2007). *المدونات في الصحافة الالكترونية* (رسالة ماجستير غير منشورة). معهد الصحافة وعلوم الأخبار، تونس: جامعة منوبة.
- قرناني، ي. و بكار، أ. (2018). *تطبيقات الإعلام الجديد: المفاهيم، الخصائص، الوظائف، الفرص والتحديات* (الإصدار ط1). عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- قويزي، م. (2012). اتجاهات المدونين الجزائريين: دراسة وصفية تحليلية لعينة من المدونات الالكترونية الجزائرية باللغة العربية (رسالة ماجستير غير منشورة). كلية علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: جامعة الجزائر 3.
- كامل الجميلي، ع. و إسماعيل العاني، ث. (2016). *الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي* (الإصدار ط1). الأردن: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- كريمي، ع. (05 2016). *التنظيم القانوني للصحافة الالكترونية العربية: سياقاته وأهدافه*. مركز الجزيرة للدراسات.

- كويبي، ح. (ماي 2015). أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة. مجلة اللغة والاتصال، 11 (18)، 79-110.
- كنوتي، ك.، و آخرون. (2015-2017). *الدليل الإعلامي للممارسات المهنية والأخلاقية*. جامعة برزيت: مركز تطوير الإعلام.
- ماجد، ر. (2016). *منهجية البحث العلمي: إجابات عملية لأسئلة جوهرية*. لبنان: مؤسسة فريد ريش إيبرت.
- ماي، م. (2016). الصحفيون الجزائريون والشبكات الاجتماعية.. دراسة في بعض مدوناتهم وصفحاتهم الفيسبوكية. مجلة آفاق للعلوم، 1 (05)، 192-203.
- ماي، م. (2017). مدونات الصحفيين الجزائريين -دراسة في المضمون والقائم بالاتصال-. كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري: جامعة قسنطينة 3.
- مزاري، ن. (2016). الضوابط القانونية والتنظيمية للإعلام الإلكتروني في الوطن العربي: دراسة وصفية تحليلية مقارنة بين التشريعات الإعلامية في أربعة بلدان الجزائر، المغرب، تونس، مصر-. معهد بحوث ودراسات العالم الإسلام: جامعة أم درمان الإسلامية.
- مكي، ه. (23 سبتمبر 2016). تجربة النبي بي سي في التعاطي مع النشر الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي. تاريخ الاسترداد: 07 11 2018، من النقابة الوطنية للصحفيين التونسيين، تونس: <https://www.youtube.com/watch?v=iqkdtZuUm6c>
- منصور، ه. (2009). علاقة الصحفي التونسي بالمدونة الإلكترونية (تحقيق سوسيولوجي). معهد الصحافة وعلوم الأخبار: جامعة منوبة-تونس.
- مؤسسة التلفزة التونسية. (بلا تاريخ). السياسة التحريرية لمؤسسة التلفزة التونسية. تاريخ الاسترداد: 01 01 2019، من: http://www.watania1.tn/sites/default/files/media/ligne_dauteur.pdf
- موسوعة ويكيبيديا الحرة. (10 02 2019). تم الاسترداد من موسوعة ويكيبيديا الحرة: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%81%D9%8A%D8%B3%D8%A8%D9%88%D9%83>
- موقع "آخر خبر أون لاين". (بلا تاريخ). ميثاق لتنظيم استخدامات الصحفيين، تاريخ الاسترداد: 11 01 2019، من: <http://www.akherkhabaronline.com/ar>

- موقع الجزيرة نت. (3 فيفري 2013). ياهو توقف خدمة مدونات مكتوب. تاريخ الاسترداد: 02 11 2019، من: <https://bit.ly/2TPVh12>
- موقع الفيسبوك. (بلا تاريخ). المحتوى محل الاعتراض، "معايير المجتمع". تاريخ الاسترداد: 02 15 2019، من: https://web.facebook.com/communitystandards/objectionable_content
- موقع الفيسبوك. (بلا تاريخ). النزاهة والمصداقية، "معايير المجتمع". تاريخ الاسترداد: 02 15 2019، من: https://web.facebook.com/communitystandards/integrity_authenticity
- موقع الفيسبوك. (19 أبريل 2018). معايير المجتمع. تاريخ الاسترداد: 02 15 2019، من: <https://www.facebook.com/communitystandards>
- موقع شبكة الفيسبوك. (16 04 2018). شروط الخدمة. تاريخ الاسترداد: 02 14 2019، من: <https://www.facebook.com/legal/terms>
- محمد البدراني، ف. (مارس 2011). الأخلاقيات والإعلام. المستقبل العربي، 33 (385)، 50-66.
- مشاقبة، ع. (2012). أخلاقيات العمل الإعلامي (الإصدار ط1). الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مشاركة، ص. (2017). مدخل عام لأخلاقيات الإعلام. تأليف صالح مشاركة، مساق أخلاقيات الإعلام (الإصدار ط1). فلسطين: مركز تطوير الإعلام - جامعة بيرزيت.
- محمد الغازي، خ. (2013). خالد محمد الغازي، الصحافة الالكترونية العربية.. الالتزام والانفلات في الخطاب والطرح. مصر: دار الكتب المصرية.
- معمري، م. (18 سبتمبر 2020). مجلس الصحافة في تونس: التنظيم أولاً. تاريخ الاسترداد: 24 11 2021، من العربي الجديد: <https://bit.ly/3srFe12>
- معيزي، م. (2015). الشريع الإعلامي الحديث في الجزائر وأثره على الممارسة المهنية للصحفيين - دراسة مسحية للنصوص التشريعية ومواقف الصحفيين. كلية علوم الإعلام والاتصال: جامعة الجزائر
- منبعث للدراسات والاستشارات الأكاديمية (2017). الثبات مفهومه وطرق حسابه والعوامل المؤثرة فيه. تاريخ الاسترداد: 01 01 2019، من: <https://bit.ly/3sJsFyq>
- وائل رمضان، ع. (أكتوبر 2013). العلاقة بين نمط التدوين (المصغر في مقابل المكبر) للمحتويات المصورة عبر الويب والأسلوب المعرفي (الكلي في مقابل التحليلي) في تنمية التحصيل والاتجاه نحو التدوين الإلكتروني. مجلة كلية التربية، 2(155)، 13-76.

- وايت، أ. (بلا تاريخ). أخلاقيات مهنة الصحافة تعود إلى الواجهة. تاريخ الاسترداد 27 12 2019، من: <https://ar.unesco.org/courier/july-september-2017/khlqyt-mhn-lshf-twdlwjh>
- وحدة البحث والتوثيق. (2013). دليل النشر الإلكتروني: المصدقية، والحماية القانونية. القاهرة: الشبكة العربية لمعلومات حقوق الإنسان .
- ولد جاب الله، س. (جانفي 2015). المدونات الإعلامية: كيف غيرت الخصائص التكنولوجية للتدوين أساليب المعالجة الإعلامية. مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية. 5(8)، 37-52.
- يومية العرب. (2015). الصحفي يدفع ثمن حق حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي. يومية العرب (العدد 10106). تم الاسترداد: 06 01 2019 من: <https://alarab.co.uk/>

المراجع باللغة الأجنبية

- Journal Liberté DZ .(01 12 2018). Charte d'utilisation. <https://www.liberte-algerie.com/static/uchart>. Consulté le 09 02 2019.
- AFP .(2013) .Guide de participation des journalistes AFP aux réseaux sociaux. <https://www.afp.com/communication/guide-reseaux-sociaux.pdf>. Consulté le 01 12 2018.
- Agence tunis afrique presse. (SD). Charte. <https://www.tap.info.tn/ar/charte-tap-ar>. Consulté le 06 01 2019.
- Aussitôt. (SD). "La fabuleuse histoire de Facebook. <https://www.aussitot.fr/facebook/la-fabuleuse-histoire-facebook.htm>. Consulté le 09 02 2019.
- Bădău, H. M. (01 janvier 2018). Les enjeux éthiques de la communication de l'information d'actualité sur les blogs et réseaux sociaux. Revue Française des sciences de l'information et de la communication (n°12).<https://doi.org/10.4000/rfsic.3527>.
- BBC NEWS GROUP. (March, 2015). Social media guidance for staff. Retrieved from http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/26_03_15_bbc_news_group_social_media_guidance.pdf. 30 11 2018.
- Blood, R. (Sept 2003). *Weblogs and Journalism: "Do They Connect?"*. *Nieman Reports* , 57 (03).
- Blood, R. (2000, 11 07). Weblogs: A History and Perspective. Retrieved from Rebecca's - Pocket: http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html. 04 18 2017.
- Boyd, D. M. (15 10 2010) . Facebook is a utility; utilities get regulated. Retrieved from <http://www.zephoria.org/thoughts/archives/2010/05/15/facebook-is-a-utility-utilities-get-regulated.html>. 06 01, 2019.
- Boyd, D. M. and Ellison, N. B. (2007). Social Network sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1), 210-230.
- Cameron, C. (2011). *A Brief History of Blogging*. Retrieved from <https://www.webdesignerdepot.com/2011/03/a-brief-history-of-blogging/>. 04 06 2017.

- Chebbi, r. (2012). *Communauté en ligne et nouvelles formes des liens sociaux: étude de cas de la blogosphère tunisienne*. Dans S. Najjar, *Les nouvelles sociabilités du Net en Méditerranée* (pp. 63-74). Paris-Tunis: éditions KARTHALA et IRMC.
- Desavoie, B., & al, e. (2005). *Les Blogs, Nouveau média pour tous*. Paris: M2 Editions .
- Fédération Professionnelle des Journalistes du Québec .(2010) *.Guide de déontologie des journalistes du Québec*. Consulté le 08 03 2019. In: https://s1.memobogo.com/company/CPY9xhmJrXC8hpGUQ5ssMX3n/asset/files/10_12_Guide_en_vigreur.pdf
- Gillmor, D. (2005, 08 22). Blog à part, portrait de Dan Gillmor. (C. Alix, Intervieweur) Libération.
- Kuhn, M. (2005). C.O.B.E :A Proposed Code of Blogging Ethics. *journalism and credibility conference*. HARVARD: Harvard low school.
- Lamloum, M. (2009, 03 03). *Mehdi Lamloum, Houssein le parrain des blogueurs tunisiens, av.at* .: Consulté le 01 16, 2017, sur <https://www.tekiano.com/2009/03/03/houssein-le-parrain-des-blogueurs-tunisiens/>,
- Marcel, D .(2009) *.Dictionary of media and communication* .New York: Me shrpe.
- Paquet, S. (2002, 10 13). Personal Knowledge publishing and its uses in research. Retrieved from : [https:// radio_meblogs.com/0110772/stories/2002/10/13/personal_knowledge_publishing_and_its_uses_in_research.html](https://radio_meblogs.com/0110772/stories/2002/10/13/personal_knowledge_publishing_and_its_uses_in_research.html). 04 15 2017.
- Reuters. (SD). Reporting from the internet and using social media in :Reuters Handbook of Journalism. Retrieved from http://handbook.reuters.com/index.php?title=Reporting_From_the_Internet_And_Using_Social_Media. 08 3 2019.
- Salem, F. (2017). *The Arab Social Media Report 2017: Social Media and the Internet of Things:Towards Data-Driven Policymaking in the Arab World*. Dubai: MBR School of Gover

الملاحق

ملحق أ: استمارة الاستبيان

جامعة قسنطينة3 - صالح بوبنيدر

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة

تحية طيبة وبعد

السادة الصّحافيون الأفاضل / الصحافيّات الفُضليات في الجزائر وتونس، السلام عليكم و رحمة الله و بركاته ،،،

تقوم الباحثة بإجراء دراسة ميدانية حول "أخلاقيات التدوين الالكتروني في الدول المغاربية -دراسة مقارنة بين الجزائر وتونس-"، في إطار التحضير لشهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري -جامعة صالح بوبنيدر / قسنطينة3(الجزائر).

وأتشرف بدعوتكم إلى المشاركة في هذا الاستبيان، راجيةً منكم وضع علامة (X) أمام الخيار أو الخيارات التي تمثل رأيكم، علما أن هذه المعلومات لن تُستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولكم جزيل الشكر لحسن تعاونكم .

إذا كانت لديكم استفسارات بخصوص هذا المشروع، لا تترددوا في الاتصال على البريد المهني للباحثة:

hanane.allal@univ-constantine3.dz

إشراف

أ.د فضيل دليو

إعداد الطالبة:

حنان علال

السنة الجامعية: 2022/2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

1. البلد: - الجزائر
- تونس
2. النوع الاجتماعي: - ذكر
- أنثى
3. التخصص العلمي:
4. القطاع الإعلامي الذي تشتغل به: - صحافة مطبوعة
- صحافة الكترونية (أو موقع الكتروني إعلامي)
5. طبيعة المؤسسة الإعلامية: - عمومية
- خاصة
6. الخبرة المهنية:
- من سنة إلى 5 سنوات - من 5 إلى 10 سنوات - أكثر من 10 سنوات
7. لغة العمل: - العربية - الفرنسية - لغات أخرى، تُذكر:
8. الانتماء إلى النقابات المهنية: - منتمي
- غير منتمي

المحور الثاني: عادات التدوين الإلكتروني لدى الصحافيين الجزائريين والتونسيين

9. منذ متى وأنت تملك حسابا على الفيسبوك:
- من سنة إلى 3 سنوات - 4 سنوات إلى ستة سنوات - أكثر من ست سنوات
10. هل الحساب باسمك: - الحقيقي - المستعار - المهني

11. كم صديق لديك؟ "

أقل من 100 صديق - 100 إلى 1000 صديق - أكثر من 1000 صديق

12. هل تنشر في الفيسبوك بشكل: - يومي - أسبوعي - منقطع

13. هل تعتبر الكتابة على موقع شبكة الفيسبوك "تدوينا"؟

أوافق - لا أوافق - ليس لي رأي محدد

14. ما هي طبيعة التدوينات التي تنشرها على حساباتك؟ (يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- آراء وتعليقات - معلومات و أخبار

- مواد سمعية بصرية - مواد رفضت مؤسستك الإعلامية نشرها

- كل ما سبق

15. ما هي الموضوعات المفضلة للنشر في تدويناتك : (يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الأحداث الشخصية والعائلية - كواليس الصحافة

- الزعماء والسياسيين - انتهاكات حقوق الإنسان

- السياسة الداخلية - أخرى، تُذكر.....

16. ما هي الأسباب التي دفعتك إلى ممارسة التدوين؟ (يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التدوين يمنح فضاء من الحرية أوسع من المتوفر في العمل
- حرية القرار الصحفي في اختيار الموضوعات ونشرها
- فرصة للتعبير عن موقفي الخاص من القضايا المختلفة
- نشر أعمال الصحفي
- الترويج لتوجهات مؤسستك الإعلامية
- تعزيز العلاقة التفاعلية مع الجمهور
- الرغبة في التعبير عن الذات

المحور الثالث: مساهمة أدوات التنظيم الذاتي في ضبط نشاط التدوين الإلكتروني لدى الصحفيين

الجزائريين والتونسيين

17. هل تهتم مؤسستك الإعلامية بتلقين صحفييها المعايير الأخلاقية والمهنية من خلال: (يُمكن

اختيار أكثر من إجابة)

- اجتماعات التحرير والنقاشات المهنية

- منتديات إعلامية وأيام دراسية

-ورشات تدريبية وتكوينية

-لا تهتم

-أخرى، تُذكر.....

18. ما هي آلية الضبط Regulation الذاتي الموجودة في مؤسستك الإعلامية؟ (يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- السياسة التحريرية - مدونة سلوك
- ميثاق الشرف الصحفي - مذكرات توجيهية
- مجموعة بنود ضمن اتفاقية جماعية - أوامر شفوية
- لا توجد

(إذا كانت إجابتك بـ"لا توجد"، فانتقل للإجابة على السؤال رقم "23")

19. هل قامت مؤسستك الإعلامية بالتنصيص على استخدام الشبكات الاجتماعية والمدونات في تلك الآلية؟ -نعم -لا

20. إذا كانت إجابتك بـ"لا"، فيرجى تحديد أسباب عدم قيامها بذلك: (يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- عدم ايلاء المؤسسة الإعلامية أهمية لذلك
- اعتبار الشبكات الاجتماعية والمدونات مواقع صحافة مواطن فقط
- نقص الكوادر المتخصصة في مجال الإعلام الالكتروني ككل
- سياسة المؤسسة التحريرية غير واضحة (متغيرة)
- انعدام ثقافة التنظيم الذاتي بمؤسسات الميديا ككل
- أخرى، تُذكر.....

21. هل تنشر المعلومات الحصرية والعاجلة على حسابك الخاص؟

- دون الرجوع إلى مؤسستك الإعلامية
- بعد ان تنشر في موقع المؤسسة
- بعد ان تنشر في مواقع أخرى
- بعد التحري من صحتها

22. كيف تتعامل إدارة مؤسستك الإعلامية مع تجاوزات صحفييها على هذه المنصات الالكترونية؟
(يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- تحذير -توبيخ
- طلب تعليق الحساب و/ أو إغلاق المدونة التوقيف عن العمل لفترة
- الفصل من المؤسسة -لا توجد

23. هل ترى أن هناك ضرورة قصوى لإنشاء ميثاق أخلاقي خاص بتنظيم نشاط التدوين الالكتروني لدى الصحفيين على الشبكات الاجتماعية والمدونات؟

- أوافق -لا أوافق -ليس لي رأي محدد

. ولماذا؟.....

المحور الرابع: مدى فاعلية التشريعات القانونية في ضبط ممارسات ونشاط التدوين لدى الصحفيين

الجزائريين والتونسيين

24. ما مدى الحرية التي تتمتع بها صحفي مهني في تدويناتك؟

- حرية مطلقة -حرية محدودة - لا تتمتع بالحرية -لا أعرف

25. حسب رأيك، هل كل ما نص عليه القانون العضوي للإعلام 05-12 الجزائري، أو المرسوم التونسي 115 للصحافة والطباعة والنشر يفي بمتطلبات تنظيم النشر الالكتروني واستخدام الشبكات الاجتماعية في بلدك؟

- يحيى -لا يفي -يحتاج إلى إثراء

26. هل سبق وأن تعرضت للمساءلة القانونية بسبب إحدى تدويناتك؟ -نعم لا

27. هل إجراءات المتابعة القضائية التي نص عليها قانون مكافحة الجريمة الالكترونية 2009 في الجزائر، أو قانون مكافحة جرائم أنظمة المعلومات والاتصال 2018 في تونس تضبط أشكال ممارسات النشر والتدوين الالكتروني؟

- تضبط -لا تضبط -تحتاج إلى تعديل

28. ما هي الصفة التي يتحمل بموجبها الصحفي مسؤوليته القانونية عما ينشره في تدويناته:
(يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- كمواطن عادي
- صحفي مهني
- الصحفي ومؤسسته الإعلام

29. ما الذي يُقيد الصحفي للالتزام بأخلاقيات التدوين الالكتروني: (يُمكن اختيار أكثر من إجابة)

- المسؤولية الاجتماعية - إنشاء مدونات سلوك ومواثيق شرف لكل مؤسسة

- تفعيل مجالس الأخلاقيات - إقرار ضوابط وتشريعات قانونية إلزامية
- التدريب المهني المتخصص - إدراج مقياس "الاستخدام الأخلاقي للشبكات الاجتماعية في كليات وأقسام الإعلام
- أخرى، تُذكر.....

المحور الخامس: تمثلات الصحفيين الجزائريين والتونسيين لواقع الأخلاقيات المهنية في ممارسة التدوين الإلكتروني

العبارة	دائما	غالبا	أحيانا	نادرا	أبدا
30. هل يمكن أن تكتب تدوينات تتعارض مع السياسة التحريرية لمؤسستك الإعلامية؟					
31. هل تعبر عن آرائك السياسية وانتماءاتك الحزبية في تدويناتك؟					
32. هل استخدام ألفاظ غير مقبولة في تدوينات الصحفي هو أمر جائز للتعبير عن الرأي؟					
33. هل تنشر معلومات وأخبار غير محددة المصادر؟					
34. هل تقوم بحذف الأخبار والمعلومات المنشورة التي تبين عدم صحتها؟					
35. هل تقوم بتصحيح الأخطاء سريعا والاعتذار عن ذلك بوضوح؟					
36. هل تتابع تعليقات الجمهور على تدويناتك لحذف المسيء منها؟					
37. هل تعتقد أنه يحق لك كصحافي عدم الالتزام بالمعايير الأخلاقية والمهنية في تدويناتك بحجة الفورية وسرعة التفاعل على موقع الفيسبوك؟					

ملحق ب: مقال الأطروحة

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/73246>

مجلة المعيار (جامعة الأمير عبد القادر - قسنطينة)

مجلد 23 عدد: 45 السنة 2019 (ISSN : 2588-2384) من ص 829 الى ص 846

الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد

أ/ حنان علال

مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة، كلية علوم الإعلام

والاتصال والسمعي البصري - جامعة صالح بوينيدر/ قسنطينة 3.

Hanane.allal@univ-constantine3.dz

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 وتتوازي 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 الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية و مقارنتها مع التجربة الجزائرية.

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

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.

Keywords: Professional Ethics, Blogging, new media, Charter of Honor, Algerian Media Law.

مقدمة:

تعد وسائل الإعلام 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 الإعلام من القضايا الجادة والمتشابكة فطالما 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 الإعلام 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، وبناء على ذلك جاءت هذه الدراسة للتعرف على مختلف التجارب العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ومنصات الإعلام الجديد، ومقارنتها مع التجربة الجزائرية. و بناء على ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

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

ويتفرع عن الإشكالية أعلاه التساؤلات الآتية:

- ما المقصود بالأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد؟
- ما هو الشكل الذي أصبحت عليه أخلاقيات الصحفي في زمن الإعلام الجديد؟
- ما هي أهم المراجع العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية؟

- ما الضوابط المهنية التي يوفرها قانون الإعلام الجزائري لسنة 2012 وما مدى تماشيها مع تطبيقات الإعلام الجديد؟

1. 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 ردية لا يُعد القانون قانونا"⁽²⁾.

أما الأخلاق فلغة اشتقت من لفظ خلق وجمعها أخلاق، وهي كلمة عربية أصيلة وقد احتفظت بمعناها الأصلي إلى اليوم⁽³⁾. 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: "إِنَّ هَذَا 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"⁽⁴⁾.

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.

(2) نصر الدين العياضي، بين القانون والأخلاق والأخلاقيات، جريدة الخبر الجزائرية، 23ماي 2015، متاح على الرابط:

<https://www.elkhabar.com/press/article/80737>، 11/30/2017، 00:11

(3) بسام عبد الرحمن مشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط2012، 01، ص 61.

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

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 "(5). ويعرف جون فريمان الأخلاق بأنها أيضا "مجموعة من المبادئ الأخلاقية، وهي قانون غير مكتوب في كثير من الأحيان، تعمل على توجيه سلوك الفرد"(6).

2. التدوين:

كلمة "تدوين" لغة هي اسم الفعل من "دون" يدون "بمعنى التسجيل وهو المقابل العربي للكلمة الانجليزية " Blogging "ويستخدم بمعنى نشر المقالات على الانترنت من خلال برامج خاصة(7).

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 ومرتبطة 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"(8).

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

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

(6) . المرجع نفسه ، ص25.

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

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

مختلف تطبيقات واستخدمات شبكة الانترنت الاجتماعية⁽⁹⁾، 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 لأن 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⁽¹⁰⁾.

4. الإعلام الجديد:

ظهر مصطلح الإعلام الجديد ليشير إلى المحتوى الإعلامي الذي يبيث 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 المضامين الإعلامية⁽¹¹⁾. وهو كذلك الإعلام الرقمي- التفاعلي، الذي يشمل الصحافة الالكترونية (الإعلام الإلكتروني)، التدوين، التصوير الصحافي الرقمي، صحافة المواطن و الميديا الاجتماعية أو مواقع الشبكات الاجتماعية . وهو أيضا ذلك الإعلام 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 الإعلام الجديد للبحث والنشر والبت، وكيفية استخدام النصوص

⁽⁹⁾ . 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، أبريل 2018، الإمارات العربية المتحدة.

⁽¹⁰⁾ .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.

⁽¹¹⁾ . حسنين شفيق، الإعلام الجديد: الإعلام البديل، تكنولوجيايات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية ، دار فكر و فن للطباعة و النشر و التوزيع، ط1 ، 2010 ، ص 52.

والصور الآتية من المواطنين في عمله، وكيفية إطلالته إعلاميا من المنصات المختلفة لهذا الإعلام الجديد⁽¹²⁾.

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 الإعلام في تلك الفترة⁽¹³⁾. 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 لأرائهم، 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"⁽¹⁴⁾.

وتمثل هذه المعايير والضوابط وفقا للباحث التونسي الصادق الحامي التزاما جماعيا طوعيا فالأخلاقيات يصوغها الصحفيين من تلقاء أنفسهم في إطار النقابات المهنية أو تضعها المؤسسات

(12) . إيمان عليوي ، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد"، جريدة المدن اللبنانية ، 08ديسمبر 2015 ، متاح على

الرابط: (بتصرف)
<http://www.almodon.com/opinion/2015/12/8/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D9%84%D8%A7%D9%82%D9%8A%D8%A7%D8%AA%D8%A7%D9%84%D9%85%D9%87%D9%86%D9%8A%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%AF%D9%8A%D8%>

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

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

الإعلامية⁽¹⁵⁾، رغم أن هناك نوعان من موثيق الشرف المهني، منها موثيق إجبارية وإلزامية وهي التي تحمل بعض أشكال العقاب لمن يخالف أو ينتهك ما جاء بها، وأخرى موثيق اختيارية وتعد بمثابة تنظيم ذاتي للعاملين في المهنة⁽¹⁶⁾. ويمكن الإشارة إلى أن موثيق الأخلاقيات مثل القوانين تخضع للمراجعة والتعديل والإثراء باستمرار، نتيجة التطورات الحاصلة في المهنة ولتعدد وتشابك العلاقات بين البشر والمؤسسات، وللتطور التكنولوجي⁽¹⁷⁾. وهي تختلف عن القوانين التي يضعها البرلمان ويمكن أن تطبق على بعض القضايا والممارسات الصحفية عن طريق المحاكم والقضاء⁽¹⁸⁾.

وفي ظل الإعلام الجديد برزت الحاجة إلى أخلاقيات تعالج المسائل المستحدثة التي أفرزتها تطبيقات الانترنت المختلفة، حيث يرى وارد أن التغيير الجوهرى الذي ينبغي أن يكون في أخلاقيات الإعلام يتمثل في ثلاث مجالات: رؤية جديدة لطبيعة أخلاقيات الإعلام، ثم أخلاقيات تطبيقية تحكم الممارسات الإعلامية، وثالثاً أخلاقيات الإعلام العالمى باعتبار هذا الإعلام عابر للقارات ويتخطى الحدود الجغرافية والدولية⁽¹⁹⁾.

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 الإعلام الإلكتروني عموماً، كما يوضحها الجدول في الأسفل بحسب ما وردت

(15) . الصادق الحمami، 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.

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

(17) . نصر الدين العياضى، مرجع سبق ذكره.

(18) . عبد العظيم الجميلي وثناء العاني، الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، 2016، ص 101-104.

(19) . المرجع نفسه، ص 131

في موثيق جمعية الصحفيين المحترفين، وجمعية رؤساء تحرير الصحف الأمريكية، وشبكة BBC ، وقوانين النشر والصحافة الإلكترونية العربية⁽²⁰⁾:

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 الإلكترونية 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
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 الإعلام الجديد: أخلاقيات الصحفي في تعامله مع مادته الإعلامية على الانترنت من أجل نشرها في مدونته الإلكترونية، أو على صفحته الخاصة في الفيسبوك أو في حسابه على تويتر أو انستغرام أو أي من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي⁽²¹⁾.

II. ضرورة الضبط الأخلاقي للإعلام الجديد:

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

(21) . إيمان عليوي ، مرجع سبق ذكره.

يرى بعض العاملين في الإعلام الإلكتروني 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 الإعلام الإلكتروني هي عديد المظاهر التي يمكن أن نرصدها في الإعلام الإلكتروني 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⁽²²⁾. ولأن هذا الإعلام 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⁽²³⁾.

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 متصفح شبكة الويب، وأخلاقيات الانترنت قريبة من المبادئ الأخلاقية المعتمدة في وسائل الإعلام الكلاسيكية كالنثب من الخبر و احترام الحياة الخاصة وقابلية المعلومة للنشر وغيرها مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات النشر في المدونات وشبكات التواصل الاجتماعي⁽²⁴⁾.

(22) . 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.

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

(24) 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.

III. نماذج عالمية وعربية لمدونات أخلاقية متصلة بالإعلام الجديد:

بينت التجارب العالمية المتقدمة 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 حراً في الفضاء الافتراضي يتصرف كما يشاء دونما قيد، كما يعتقد الكثيرون وذلك لسببين أساسيين اثنين: انتماءه إلى مؤسسة حريضة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور من جهة أولى، والمسؤولية الاجتماعية للصحفي من جهة ثانية باعتباره فاعلاً اجتماعياً يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة. وفي هذا الإطار قامت كل من الفيدرالية المهنية لصحافي 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) دليلاً اختزلت فيه القواعد التي وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين لهذه الميديا، وكذلك فعلت كل من وكالة الصحافة الفرنسية و رويترز والبي بي سي⁽²⁵⁾. حيث نلاحظ 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⁽²⁶⁾:

1. المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني. فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضي نشره في الصحيفة.
2. يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية كل ما يكتبه لأن كل ما يكتبه يصبح عمومياً، حتى إذا كانت صفحة الصحفي خاصةً وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة وذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي.
3. يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية.
4. لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفيسبوك أو على التويتر بل على موقع الصحيفة.

(25) . المكان نفسه .

(26) . الصادق الحمامي، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مرجع سبق ذكره.

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. يتأكد الصحفي من أصالة وصحة 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 مؤسساتهم 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 بالمؤسسة فعليه الامتناع عن إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير لأن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تقع وراء الأبواب المغلقة.

• دليل مؤسسة الـBBC أخبار:

أصدرت مؤسسة الـBBC 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 تلقائياً على مخرجات الهيئة البريطانية كموقع الأخبار⁽²⁷⁾.

• 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 صحفياً 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 للشبكات 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 الإعلام الأخرى المنافسة. ونص الدليل على⁽²⁸⁾:

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 الإهانة أو الشتم لان ذلك سينعكس على صورة الوكالة، فكل ما ينشره على تلك المواقع يكتسي بعدا عاما أو يصبح أكثر عمومية.

⁽²⁷⁾BBC NEWS GROUP,SOCIAL MEDIA GUIDANCE FOR STAFF, March 2015, 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.

⁽²⁸⁾.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.

2. احترام استقلال وحياد وكالة فرانس برس (AFP).

2. أهم المراجع العربية :

● لائحة شبكة الجزيرة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية في مواقع التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت:

خصصت " شبكة الجزيرة الإعلامية" لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية لصحفيها في مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت مثل المدونات الشخصية ومواقع فيسبوك وتويتر وغيرهم، قصد معرفة السياسات التي يتوجب عليهم 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⁽²⁹⁾:

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 الإنترنت من شأنها إقحام الجزيرة في أي منازعة أو خلاف.

-عدم إفشاء أي معلومات سرية أو بيانات حسنة خاصة.

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

-عدم التحدث بصورة غير لائقة أو مشينة حول أي من موظفي الجزيرة (السابقين أو الحاليين) 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

(29) . إشراق بن حمودة، مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة على الفيسبوك، رسالة ماجستير بحث، غير منشورة ، جامعة منوبة بتونس

-معهد الصحافة وعلوم الأخبار، 2016-2017، ص ص 133-135.

تلفزيونية عالمية لها عدة مكاتب منتشرة حول العالم، وتخضع هذه المكاتب لقوانين دول المقر وتعتبر ممثلاً قانونياً 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، المرسلين، 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.

-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 (30).

3. التجربة الجزائرية مقارنة بالتجارب الدولية والعربية:

مع التطورات السريعة الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال عموما والصحافة بصفة خاصة، نلاحظ تأخر الدول العربية في ركب التطورات التكنولوجية الحاصلة خصوصا في مجال تنظيم الإعلام 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 يومي تي الخبر والوطن قبل انتشار الإعلام 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 أبريل 2000، لم يتبن رجال الإعلام أي وثيقة تضبط قواعد المهنة، وظل مرجعهم دائما قوانين الإعلام الجزائرية.

وعربيا تبدو "شبكة الجزيرة الإعلامية" هي المؤسسة الإعلامية الوحيدة التي خصصت لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية لصحفيها 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 الصحفيين مع مواقع الشبكات الاجتماعية، وهي (31):

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

(30) . المكان نفسه.

(31) . المرجع نفسه ، ص 09.

- التلغزة الوطنية (النقطة المتعلقة بالحياد والتعامل مع الشبكات الاجتماعية من السياسة التحريرية لمؤسسة التلغزة 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 الموثيق التونسية لم تقم بالإلمام بجميع المبادئ والمعايير الأخلاقية التي تنظم استخدام الصحفي لمواقع الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد عموماً، 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 تنطرق إلى طرق استخدام مواقع الشبكات من قبل الصحفيين لضمان احترام أخلاقيات المهنة. فكانت معظمها في شكل بنود قليلة أدرجت في موثيقها الأخلاقية التي عدلتها لتستوعب التطبيقات الجديدة للإعلام.

VI . التنظيم القانوني لأخلاقيات الإعلام 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 لأداب 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 لأداب 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"⁽³²⁾

إلا ان الواقع العملي يكشف عن هوة بين القانون والممارسة ، فالمجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر غير مفعول ولم ينتخب أعضاؤه إلى يومنا هذا. لذلك فان تطبيق الأخلاقيات المهنية التقليدية السابقة الذكر على الإعلام الجديد ليس بالأمر السهل كما يعتقد البعض، رغم أن الصحافيين هم أنفسهم 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 الأنوية 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 الإعلام الجديد وانتحال آراء 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

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

"جيل ليبور" نشر في النيويورك في نيسان (ابريل) 2012 من دون أن يشير إلى ذلك فتمّ تعليق عمله آنذاك في المؤسستين رغم اعتذاره عن فعلته⁽³³⁾.

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 الإعلام الالكترونية، والتي لم يعرّضها أي اهتمام في قانون الإعلام السابق عام 1990. ووردت الصحافة الإلكترونية في قانون 2012 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 الإعلامية الجديدة من حقوق مثل حرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع جمهورهم وغيرها⁽³⁴⁾.

ويخلص الكثير من النقاد، ضرورة إخضاع هذا النوع الجديد من الإعلام 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 الإعلام الجديد لا تحكمهم منطقة جغرافية واحدة وإنما يتحركون وينشطون في فضاء رمزي لا واقعي، ما يبرز الحاجة لناظم قانوني إقليمي دولي يحكم هذه المسألة ويتأسس على المنظومة الأخلاقية والمهنية لأصحاب تلك المدونات والمواقع والتزامهم

(33) . إيمان عليوي ، مرجع سبق ذكره.

(34) . عبد العظيم الجميلي وثناء العاني، مرجع سبق ذكره، ص 142.

بميثاق شرف إعلامي يشكل حصانة للأفراد⁽³⁵⁾. فالقوانين العربية عموماً بما فيها الجزائرية لم تكن مهيأة لهذه النقلة التكنولوجية الهائلة، وبالتالي لم تكن مستعدة لها بقوانين تكبل حرياتهما، فكثير منها لا يمكن أن تطبق على المواقع الإلكترونية نظراً لأنها ذات كينونة جديدة ولا بد من إصدار تشريعات خاصة به، حتى الرقابة التي تتم على المواقع الإلكترونية هي رقابة أمنية غير مسئولة وغير قانونية⁽³⁶⁾.

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 عموماً، وهناك تفاوت بين الدول الغربية في مجال تنظيم تلك الممارسات وتحيينها مع مستجدات البيئة الاتصالية الجديدة. في حين نلاحظ تخلف الدول العربية عموماً والجزائر خصوصاً في هذا المجال باستثناء شبكة الجزيرة العربية التي تحاول ركب التطورات التكنولوجية السريعة في ميدان الإعلام من خلال إصدارها لائحة بشأن الاستخدام والمشاركة الشخصية لصحفيها 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 عموماً والصحفيين خصوصاً. ولن تستقيم المعاملات على مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات عبر شبكة الانترنت إلا بتغيير سلوك المبحرين وممارساتهم وسلوكياتهم ضمناً لنشر مبادئ احترام الذات البشرية والحريات الشخصية والموضوعية والتحري ونبذ التجني على الآخر وتهميش الأقليات⁽³⁷⁾.

(35) . عبد الرزاق محمد الدليمي، أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص 183.

(36) . إبراهيم بعيزي، 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، ص 73.

(37) . رضا مشناني، "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.

قائمة المراجع:

• الكتب:

- الجميلي عبد العظيم الجميلي والعاني ثناء، الإعلام الجديد وإشكاليات التواصل الرقمي، دار الأيام للنشر والتوزيع، ط1، 2016.
- رزاق عبد العالي، المهنة صحفي محترف:قوانين الإعلام وأخلاقيات الصحافة في 22 دولة 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 آر تيبو، تونس، 2013.
- شفيق حسنين، الإعلام الجديد: الإعلام البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد النفاذية ، دار فكر و فن للطباعة والنشر والتوزيع، ط1 ، 2010 .
- محمد الدليمي عبد الرزاق ، أخلاقيات الإعلام 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، ط2012،01 .

• المجالات:

- 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.

° 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 ماجستير بحث،غير منشورة ، جامعة منوبة بتونس -معهد الصحافة وعلوم الأخبار،2016/2017.
- زعيم نجود ، التدوين الالكتروني في الجزائر: الواقع والتحديات، رسالة ماجستير، غير منشورة ،جامعة منتوري- قسنطينة، 2011 / 2012.
- مصطفى العسولي حاتم علي ، المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز- أطروحة دكتوراة، 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 الإعلام والاتصال ،غير منشورة ، جامعة الجزائر 3، 2014/2015 .
- 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، أبريل 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 05-12، المؤرخ في 15 جانفي 2012 ،الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية /العدد 2(قانون الإعلام الجزائري 2012).
- المواقع الالكترونية:
- عليوي إيمان، "الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد"،جريدة المدن اللبنانية ، 08ديسمبر 2015 ، متاح على <https://bit.ly/3Ejn4Rw> الرابط:
- 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, March 2015, 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>.



Full Name: Allal Hanane
Title: Ethics of E-Blogging in the Maghreb Countries - A Comparative Study between Algeria and Tunisia
A Thesis Submitted for the PhD Degree in Information and Communication

Abstract

This study focuses on professional and ethical standards in the e-blogging of professional journalists in Algeria and Tunisia . It is a descriptive one, in which the researcher relied on the survey and comparison methodologies, and on questionnaire as a tool for data collection, which was distributed electronically to a sample of Algerian and Tunisian journalists officially working in the print, audio and visual media sector, in news agencies, and even electronic press or news websites, and their number was estimated at 200, distributed equally between the two countries.

Among the most important findings of the study is that journalists in Tunisia comply more with professional ethics in their posts on their own Facebook accounts compared to Algeria journalists , which records a significant delay in the field of self-regulation, as there is no effect of ethical charters regulating the use of Algerian journalists on social networking sites, while six Tunisian institutions have codes of conduct for their journalists that include provisions on social networks; And that the main factor that obliges the journalist to respect the ethics of electronic blogger Social networks, and in the absence of an ethical code for blogging activity in both countries.

Keywords : Blogging, Facebook, Professional ethics, Self-regulation

Supervisor: Delliou Foudil University of Constantine3

2021- 2022