

جامعة قسنطينة 03

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري

قسم الصحافة



تخصص: صحافة

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

فرع: صحافة

أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن

دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه علوم

إشراف الأستاذ:

أ. د. جمال بن زروق

إعداد الطالبة:

كيحل فتيحة

أعضاء لجنة المناقشة

| | | | |
|--------------|----------------------|--------------------------------|-----------------------|
| رئيسا | أستاذ التعليم العالي | جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03 | أ. د / الطاهر أجعيم |
| مشرفا ومقررا | أستاذ التعليم العالي | جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة | أ. د / جمال بن زروق |
| عضوا مناقشا | أستاذ محاضر "أ" | جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03 | د/ و داد سميثي |
| عضوا مناقشا | أستاذ محاضر "أ" | جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03 | د/ فاطمة الزهراء تنيو |
| عضوا مناقشا | أستاذ التعليم العالي | جامعة باجي مختار - عنابة | أ. د / سليمان رحال |
| عضوا مناقشا | أستاذ التعليم العالي | جامعة سطيف 2 | أ. د / اليامين بودهان |

السنة الجامعية: 2019 - 2020

جامعة قسنطينة 03

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري
قسم الصحافة



الرقم التسلسلي:...../2020

الرمز:.....

تخصص: صحافة

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

فرع: صحافة

أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن

دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك

أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه علوم

إشراف الأستاذ:

أ. د. جمال بن زروق

إعداد الطالبة:

مichel فتيحة

أعضاء لجنة المناقشة

| | | | |
|--------------|----------------------|--------------------------------|-----------------------|
| رئيسا | أستاذ التعليم العالي | جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03 | أ. د / الطاهر أجعيم |
| مشرفا ومقررا | أستاذ التعليم العالي | جامعة 20 أوت 1955 - سكيكدة | أ. د / جمال بن زروق |
| عضوا مناقشا | أستاذ محاضر "أ" | جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03 | د/ و داد سميثي |
| عضوا مناقشا | أستاذ محاضر "أ" | جامعة صالح بونيدر - قسنطينة 03 | د/ فاطمة الزهراء تنيو |
| عضوا مناقشا | أستاذ التعليم العالي | جامعة باجي مختار - عنابة | أ. د / سليمان رحال |
| عضوا مناقشا | أستاذ التعليم العالي | جامعة سطيف 2 | أ. د / اليامين بودهان |

السنة الجامعية: 2019 - 2020

تصريح شرفي:

أنا الممضية أدناه،

السيدة: كيجل فتيحة طالبة دكتوراه معلوم

الحاملة لبطاقة التعريف الوطني رقم: 101008114 والصادرة بتاريخ: 29 سبتمبر 2016

المسجلة بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري / قسم: الصحافة

والمكلفة بإنجاز أعمال البحث أطروحة دكتوراه ، عنوانها:

أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن

- دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس

بوك -

أصرح بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية

المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه .

التاريخ: 2020/08/16

إمضاء المعنوية

شكر وعرافان:

قال الله تعالى في محكم تنزيله:

وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ أَنْ اشْكُرْ لِلَّهِ ۚ وَمَنْ يَشْكُرْ فَإِنَّمَا يَشْكُرُ لِنَفْسِهِ ۗ

وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿١٢﴾ سورة لقمان الآية 12

فالحمد والشكر لله الذي بنعمته تتم الصالحات حمدا طيبا مباركا فيه.

ثم أتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير إلى أستاذي الفاضل الأستاذ الدكتور جمال بن زروق على كل ما أصدق به علي من نصائح وتوجيهات علمية قيمة، كما أشكر له دماثة أخلاقه ورحابة صدره وسعة أفقه.

كما لا يفوتني في هذا المقام أن أتقدم بجزيل الشكر وخالص الامتنان إلى أستاذتي الأفاضل:

الدكتور فضيل دليو ، الدكتور الطاهر أجعيم، الدكتورة ليلي بطرش.

جعلكم الله كالغيث أينما حل نفع.

إلى أعضاء لجنة المناقشة الأكارم الذين قبلوا مناقشة هذا العمل وتكبدوا تعب وعناء قراءته.
إلى كل الزملاء الذين ساندوني وشدوا أزرعي لإتمام هذا العمل في قسمي الصحافة والسمعي البصري.
بورك فيكم جميعا.

الإهداء:

الحمد لله حتى يبلغ الحمد عنان السماء

بكل الود والمحبة والإخلاص والتفاني أهدي ثمرة جهدي هاته

إلى روح امرأة لن تتكرر خالتي الحبيبة رمز الكبرياء والعنفوان

نامي قريرة العين فقد وفيت بالعهد.

إلى من أثرت سعادتي وراحتي على راحتها وجادت بكل غال ونفيس لتمهد لي الدرب أُمي الغالية.

إلى مصدر شجاعتني وقوتي ورباطة جأشني ذاك الذي تعجز الكلمات ويجف المداد في وصفه أبي
الحبيب

إلى اللبنات التي لطالما شدت ولا تزال تشد أزري إخوتي أسامة، إيهاب ونور الإسلام حفظهم الله
ورعاهم

إلى رفيقات الدرب اللاتي لم تدهن أُمي صديقاتي الغاليات سارة وشفون ، إيمان مرابط، زياد شهيناز
وايمان قرقوري

إلى من كانت لي السند والعون في إتمام الأطروحة حياة بوسالم بورك فيك وفي جهدي عزيزتي

إلى طلبتي الأعزاء ، إلى كل من ساندني ومد لي يد العون ولو بكلمة طيبة .

إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي المتواضع .

فهرس المحتويات

| رقم الصفحة | الموضوع |
|------------|--|
| | الشكر |
| | الإهداء |
| | الملخص |
| | فهرس الأشكال والجداول |
| 11 | الفصل الأول: مقدمة..... |
| 13 | 1.1. الإشكالية..... |
| 19 | 2.1. تساؤلات البحث..... |
| 22 | 3.1. الخلفية النظرية للبحث |
| 33 | 4.1. الدراسات السابقة |
| | الفصل الثاني: أخلاقيات المهنة الصحفية في ظل صحافة المواطن والميديا الجديدة |
| 65 | 1.2. أخلاقيات المهنة الصحفية..... |
| 66 | 1.1.2. ماهية أخلاقيات المهنة الصحفية |
| 69 | 2.1.2. نشأة وتطور أخلاقيات المهنة الصحفية..... |
| 74 | 3.1.2. أشكال أخلاقيات الصحافة..... |
| 92 | 2.2. صحافة المواطن..... |
| 92 | 1.2.2. النموذج الإعلامي الجديد وتحولات الفضاء الإعلامي..... |
| 96 | 2.2.2. ماهية صحافة المواطن..... |
| 101 | 3.2.2. الخلفيات التاريخية لظهور صحافة المواطن..... |
| 187 | 3.2. أخلاقيات صحافة المواطن..... |
| 187 | 1.3.2. نماذج تنظيم الجانب الأخلاقي لصحافة المواطن |
| 196 | 2.3.2. معايير الممارسة الصحفية في ظل صحافة المواطن..... |
| 200 | 3.3.2. الإشكاليات التي تثيرها صحافة المواطن..... |
| | الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية |
| 208 | 1.3. منهج الدراسة..... |
| 208 | 2.3. أدوات جمع البيانات |
| 213 | 3.3. عينة الدراسة..... |
| 223 | 4.3. صعوبات البحث |

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

- 225 1.4 عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية
- 225 1.1.4. بيانات عامة
- 231 2.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة الصحفية
- 239 3.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول مدى التزام المواطن الصحفي بأخلاقيات المهنة
- 245 4.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول ماهية الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين
- 256 5.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول طبيعة التجاوزات التي يقع فيها الصحفيين المواطنين
- 261 2.4. نتائج الدراسة الميدانية

الفصل الخامس: الدراسة التحليلية

- 266 1.5 عرض بيانات الدراسة التحليلية
- 266 1.1.5. عرض وتحليل فئات الشكل
- 310 2.1.5. عرض وتحليل فئات المضمون
- 338 2.5. نتائج الدراسة التحليلية

الفصل السادس: خاتمة

- 345 1.6. النتائج العامة
- 350 2.6. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
- 353 3.6. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
- 357 4.6. آفاق الدراسة
- 361 القائمة العامة للمراجع
- 374 الملاحق

فهرس الأشكال

| الصفحة | الشكل | الرقم |
|--------|--|-------|
| 115 | يوضح أنواع صحافة المواطن | 1 |
| 133 | يوضح الدوافع المختلفة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية | 2 |
| 145 | يوضح الدول الرائدة بناء على عدد مستخدمي موقع "تويتر" لشهر جويلية 2019 | 3 |
| 226 | يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس | 4 |
| 227 | يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الفئات العمرية | 5 |
| 228 | يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي | 6 |
| 230 | يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير مؤسسة العمل | 7 |
| 231 | يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الرتبة المهنية | 8 |
| 248 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفايس بوك | 9 |
| 251 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو معايير وقواعد الكتابة والتحرير الصحفي التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك | 10 |
| 253 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك | 11 |
| 255 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي الأفراد ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك | 12 |

فهرس الجداول

| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|-------|---|--------|
| 01 | يوضح أنواع شبكات التواصل الاجتماعي | 135 |
| 02 | يوضح الصحف عينة الدراسة الميدانية | 212 |
| 03 | يبين صفحات الشبكات الإخبارية التي شملتها الدراسة التحليلية | 215 |
| 04 | يوضح العينة الزمنية للدراسة | 218 |
| 05 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس | 225 |
| 06 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير السن | 226 |
| 07 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي | 227 |
| 08 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الأقدمية | 228 |
| 09 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير مؤسسة العمل | 229 |
| 10 | يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الرتبة المهنية | 230 |
| 11 | يوضح ماهية صحافة المواطن بالنسبة للمبشرين من الصحفيين العرب | 231 |
| 12 | يوضح أسباب اعتبار المبشرين صحافة المواطن صحافة غير مهنية | 233 |
| 13 | يوضح آراء المبشرين حول مدى إدراك المواطن الصحفي لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها | 234 |
| 14 | يوضح أسباب عدم إدراك المواطن الصحفي لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها | 235 |
| 15 | آراء المبشرين حول مدى معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة عربي | 237 |
| 16 | آراء المبشرين حول رؤية المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة عربيا | 238 |
| 17 | يوضح مدى متابعة المبشرين لصفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك والتي يشرف عليها مواطنين صحفيين | 239 |
| 18 | يوضح صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك التي يتابعها المبشرين | 240 |
| 19 | يوضح آراء المبشرين حول مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات وضوابط الممارسة المهنية | 241 |
| 20 | يوضح تقييم المبشرين لمدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية | 242 |

| | | |
|-----|---|----|
| 243 | يوضح آراء المبحوثين حول ماهية العوامل المؤثرة في مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية | 21 |
| 244 | يوضح آراء المبحوثين حول إمكانية مساهمة المعايير التقنية والتكنولوجية في التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بأخلاقيات المهنة الصحفية | 22 |
| 245 | يوضح آراء المبحوثين حول ماهية المعايير التقنية والتكنولوجية التي يستخدمها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية | 23 |
| 247 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية | 24 |
| 250 | الجدول رقم 27.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو معايير وقواعد الكتابة والتحرير الصحفي التي يلتزم بها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية | 25 |
| 252 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع ويلتزم بها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية | 26 |
| 254 | يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي الأفراد ويلتزم بها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية | 27 |
| 256 | يوضح ماهية التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس قواعد الكتابة والتحرير الصحفي التي يقع فيها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية | 28 |
| 257 | يوضح آراء المبحوثين حول ماهية التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس المجتمع ويقع فيها المواطنون الصحفيين المشرفين على الشبكات الإخبارية | 29 |
| 258 | يوضح آراء المبحوثين حول ماهية التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس الأفراد ويقع فيها المواطنون الصحفيين المشرفين على الشبكات الإخبارية | 30 |
| 259 | يوضح آراء المبحوثين حول المقترحات التي من شأنها المساهمة في توعية المواطنين الصحفيين بضرورة الالتزام بأخلاقيات وضوابط المهنة الصحفية | 31 |
| 266 | يوضح فئة البيانات العامة لصفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة | 32 |
| 269 | يوضح موقع اللافتة في صفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة | 33 |
| 271 | يوضح المعالجة الجرافيكية للافتة من حيث المساحة واللون | 34 |
| 274 | يوضح فئة الرمز الخاص بصفحات الشبكات الإخبارية العربية | 35 |
| 277 | يوضح تصميم الصفحة من حيث عناصر (الجابدية، الصور، الصور المتحركة، الفيديو المباشر، الروابط التشعبية، مخطط الموقع، شرائط الإبحار) | 36 |

| | | |
|-----|---|----|
| 280 | يوضح حالة العنق في صفحات شبكات الإخبارية من حيث توزيعه وتشكله | 37 |
| 281 | يوضح فئة الولوج | 38 |
| 283 | يوضح فئة أداة الاتصال | 39 |
| 284 | يوضح اللغة الموظفة في صفحات الشبكات الإخبارية | 40 |
| 286 | يوضح الصور بالنسبة لصفحات الشبكات الإخبارية العربية | 41 |
| 291 | يوضح فئة القالب عبر صفحات الشبكات الإخبارية | 42 |
| 293 | يوضح فئة القرافيزم لصفحات الشبكات الإخبارية | 43 |
| 296 | يوضح فئة التوجيه والتصفح الخاصة بالشبكات الإخبارية | 44 |
| 299 | يوضح فئة الخدمات التقنية التي توفرها صفحات الشبكات الإخبارية | 45 |
| 304 | يوضح فئة الخصوصية لصفحات الشبكات | 46 |
| 310 | يوضح نوع المواضيع المنشورة على صفحات الشبكات الإخبارية حسب التقسيم الجغرافي | 47 |
| 314 | يمثل فئة الموضوعات المنشورة حسب التقسيم الموضوعي | 48 |
| 317 | يوضح أهداف المحتوى المنشور عبر الشبكات الإخبارية العربية | 49 |
| 321 | يوضح فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع | 50 |
| 324 | يوضح فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد | 51 |
| 327 | يوضح فئة التجاذب الإيديولوجي | 52 |
| 331 | يوضح فئة الموضوعية | 53 |
| 335 | يوضح فئة الدقة | 54 |

المخلص:

تروم الدراسة الحالية إلى إجراء نوع من التمحيص والحفر المعرفي لاستجلاء واقع ممارسة صحافة المواطن عربيا ومعرفة مدى التزام الممارسين لهذا النمط الصحفي المستجد من المواطنين الصحفيين والهواة والمشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك بأخلاقيات المهنة الصحفية، إلى جانب ذلك حاولنا الوقوف على مدى توظيف المعايير التقنية والتكنولوجية التي تعد عنصرا مكملا للضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية التي يقتضيها الإعلام الجديد عموما وصحافة المواطن على وجه الخصوص.

وحتى تكون الدراسة الحالية متكاملة ومنسجمة في بنائها المنهجي اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي في بلوغ النتائج والإجابة على التساؤلات والفرضيات عبر تقسيم الدراسة إلى شقين رئيسيين أحدهما تحليلي والآخر ميداني، فمن خلال الشق التحليلي اعتمدنا على عديد أدوات البحث المنهجي المتمثلة في شبكة التحليل الخاصة بموقع "الفايس بوك" بعد تكييفها مع متطلبات الدراسة إلى جانب تحليل المضمون لعينة من صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع "الفايس بوك" والتي تم انتقائها زمنيا بطريقة العينة العشوائية المنتظمة الدائرية، أما عينة المصدر فتمثلت في ثلاثة شبكات إخبارية تم اختيارها وفق نمط العينة المتاحة.

وبخصوص الشق الميداني فقد اعتمدنا الاستبيان الالكتروني لرصد آراء وتوجهات الصحفيين المهنيين العرب حول مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية سائلة الذكر بأخلاقيات المهنة الصحفية أين تم توزيع الاستبيان الالكتروني وفق عينة كرة الثلج. وقد أفضت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تحترم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة أخلاقيات المهنة من خلال توظيفها للصور.
- لا يتم التحكم بشكل جيد في إعدادات الخصوصية الخاصة بصفحات الشبكات الإخبارية المدروسة خاصة من حيث مراقبة المحتويات المنشورة وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام، كما لا يتم مراقبة التعليقات على المنشورات والتي تمس بخصوصية الأفراد.
- تلتزم شبكة شام وشبكة رصد المصرية الإخباريتين بمؤشرات الدقة كما تعد شبكة شام الإخبارية الأكثر التزاما بمؤشرات الموضوعية.

الكلمات المفتاحية: الأخلاقيات، الأخلاقيات المهنية، الأخلاقيات الصحفية، صحافة المواطن.

Abstract :

The current study is to conduct a kind of inquiry and cognitive distance to explain the practice of the citizen journalism on the Arab world and to know how practitioners are committed to this new journalism pattern of citizen journalists, amateurs and web-based journalists active on Facebook's news networks with the ethics of the journalistic profession. In addition, we tried to determine the extent to which technical and technological standards are used, which complement the ethical, professional and legal disciplines required by the new media in general and the citizen journalism in particular.

In order for the current study to be complete and consistent in its methodological construction, we adopted the descriptive and analytical approach in reaching the results and answering questions and hypotheses by dividing the study into two main parts, one analytical and the other practical. After adapting them to the requirements of the study as well as analyzing the content of a sample of news networks' pages active through the "Facebook" website, which were selected in time by the circular systematic random sampling method, , while the source sample consisted of three news networks that were selected according to the available sample type.

With regard to the practical aspect, we adopted an electronic questionnaire to monitor the opinions and orientations of Arab professional journalists about the extent of the citizen journalists supervising the aforementioned news networks' commitment to the ethics of the journalistic profession, where the electronic questionnaire was distributed according to the snowball sample.

The study led to the following results:

- The pages of studied news networks respect the ethics of the profession by employing images.
- The privacy settings of the pages of the studied news networks are not well controlled, especially in terms of monitoring the published contents and controlling access to them by the general public, and comments on posts that harm the privacy of individuals .
- **Sham** and the Egyptian **Rassd** News Networks adhere to indicators of accuracy, and the most committed Sham news network is considered objective indicators.

Keywords: ethics, professional ethics, journalistic ethics, citizen journalism.

الفصل الأول: مقدمة

1.1. الإشكالية

2.1. تساؤلات البحث

3.1. الخلفية النظرية للبحث

4.1. الدراسات السابقة

تتسم البيئة التواصلية الحالية بالتنوع والزخم الكبير في أنماط وأشكال الممارسات الإعلامية المستجدة نظرا للتعاظم غير المسبوق نحو استخدام التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وتغلغلها بشكل ملفت في عمق الممارسات اليومية للأفراد، حيث ساهمت في خلق أنماط مغايرة وغير تقليدية من الجماعات ومن العلاقات الاجتماعية والتفاعلات وكذا الممارسات المستجدة ضمن الفضاء الرقمي.

فقد تغيرت بشكل جذري جل مفاهيم التواصل الإنساني بفعل التحولات التكنولوجية والتقنية المتسارعة وبدأت تتغير معالم صناعة المضامين الإعلامية سواء من حيث طبيعة المساهمين فيها أو من حيث طبيعة الأشكال التي تتخذها، فقد تحول الجمهور إلى فاعل أساسي في العمل الإعلامي ولم يعد دوره يقتصر فقط على مجرد التلقي بل أضحي منتجا ومشاركا نشطا في العملية الاتصالية وفق نموذج جديد يتجاوز النموذج التقليدي للإعلام.

وعلى صعيد آخر ساهمت التحولات السياسية والاقتصادية التي شهدتها المنطقة العربية والعالم في صعود صحافة المواطن كما يصطلح عليها في كثير من الأدبيات، إلى جانب تراجع دور وسائل الإعلام التقليدية التي أصبحت تعاني من أزمة ثقة ومصادقية طالت مضامينها، الأمر الذي دفع الجمهور للبحث عن المعلومات والأخبار عبر الوسائط الجديدة، وبشكل تكون فيها المعلومة أكثر حرية وانسيابية في التدفق بعيدا عن الرقابة والتعتيم الإعلامي.

إن هذا التحول وإن كان إيجابيا في بعض جوانبه إلا أنه يحيلنا على واحدة من الإشكالات الجوهرية التي تثيرها صحافة المواطن نظرا للضبابية والغموض التي تعترضها باعتبارها مفهوما جديدا لم تتبلور خصائصه النهائية ومعالمه الأساسية بعد، خاصة في شقها المتعلق بطبيعة الممارسات الإعلامية الجديدة والتي أخذت تنتمى بشكل متسارع دون وجود لمعايير وضوابط تحدد طبيعة الممارسات التي تتم في ظل الفضاء الرقمي، وتتجاوز التقاليد الراسخة للعمل الإعلامي بفعل عدم التقدير الكافي لماهيته وتأثيراته الاجتماعية.

وفي هذا السياق تأتي هذه الدراسة الموسومة "بأخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن" - دراسة وصفية تحليلية لعينة من صفحات الشبكات الإخبارية الناشئة عبر موقع الفاييس بوك - لتحاول استجلاء هذه الظاهرة وتبحث في مدى التزام الممارسين لهذا النمط المستحدث من الإعلام بالمعايير والضوابط الأخلاقية والمهنية وكذا التقنية، حيث جاءت هذه الدراسة في ستة فصول

يتناول الفصل الأول منها والموسوم بـ "مقدمة" الإطار المنهجي للبحث وأهم المرتكزات التي يقوم عليها حيث نستعرض من خلاله إشكالية الدراسة وأهدافها وأهم التساؤلات التي تطرحها بالإضافة إلى الأهمية العلمية للموضوع والمرجعيات النظرية التي يستند إليها إلى جانب عرض الدراسات السابقة وضبط المفاهيم.

أما الفصل الثاني الموسوم بأخلاقيات المهنة الصحفية في ظل صحافة المواطن والميديا الجديدة وهو الإطار النظري للدراسة، فتناولنا من خلاله أخلاقيات المهنة الصحفية وأهم مصادرها وأشكالها مفهوم صحافة المواطن والخلفيات التاريخية لنشأتها وكذا خصائصها وعوامل ظهورها وأنماطها، أما الجزء الأخير من الفصل فقد حاولنا أن نعرض فيه الأخلاقيات الصحفية وضوابط الممارسة المهنية في ظل صحافة المواطن وذلك عبر التركيز على نماذج تنظيم الجانب الأخلاقي لصحافة المواطن وأبرز الإشكاليات والتداعيات التي تثيرها.

في حين يتناول الفصل الثالث من الدراسة الإجراءات المنهجية المعتمدت والتي وظفتها الباحثة إلى جانب الصعوبات التي واجهتها. أما الفصلين الرابع والخامس فسنعرض فيهما تحليل بيانات الدراسة الميدانية والتحليلية ونتائجها، في حين يتناول الفصل الأخير من الدراسة محصلة النتائج التي تم بلوغها ومحاولة تفسيرها في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة التي تم الاستناد إليها إلى جانب آفاق الدراسة.

1.1. الإشكالية:

أفضى التطور التكنولوجي الذي شهده ميدان الاتصال خلال العقدين الأخيرين والتحول من وسائل الإعلام التقليدية إلى نظيرتها الجديدة إلى بروز أنماط اتصالية مستجدة أسهمت بشكل مباشر في التأسيس لتغيرات بنيوية وتحولات جذرية طالت هيكلية العملية الاتصالية وذلك بتحول المتلقي التقليدي إلى مرسل، حيث تحول رواد الشبكة العنكبوتية إلى منتجين ومساهمين في بناء المحتوى الإعلامي وتبلورت نماذج وأساليب إعلامية جديدة اصطلح على تسميتها بصحافة المواطن، الأمر الذي دفع بكثير من وسائل الإعلام التقليدية إلى البحث عن طرق وأساليب جديدة لتوصيل محتوياتها خاصة مع هذا الزخم الكبير في الوسائط والتطبيقات التي تبتث المعلومة بشكل تفاعلي وبصفة أنيقة فاسحة المجال أمام الجمهور للمشاركة في بناء وصياغة المحتوى الإعلامي.

ولعل الأسباب تعزى بالدرجة الأولى إلى الرغبة في استيعاب الأنماط الصحفية الجديدة بحيث لا تصبح تشكل عاملاً منافساً لها بقدر ما تسهم في تجديد المحتويات الإعلامية وتحسينها وإعطائها صبغة تفاعلية بما يمكنها من الحفاظ على جماهيرها من ناحية وتدعيم مكانتها وصورتها على الصعيد المعنوي وكذا الاقتصادي من ناحية أخرى، سيما وأن مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة والعمل على توظيف تطبيقاتها في مجال الممارسة الإعلامية أصبحت ضرورة ملحة تقتضيها متطلبات السوق الأولي والمتمثل بالأساس في الجمهور.

فقد أضحى الصحفيين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات والويكي لأغراض وأهداف مهنية كجمع الأخبار وتوثيقها ورصد الأحداث والتفاعل مع الجمهور حيث أثبتت تداعيات الربيع العربي التي شهدتها المنطقة العربية تزايد استخدام العديد من القنوات الفضائية والإخبارية سواء على المستوى العربي أو العالمي للمحتويات والمشاركات التي يرسلها المواطنين الذين كانوا شاهدين على الأحداث سواء في تونس، مصر، سوريا وغيرها من الدول وقد تبلورت هذه المساهمات التي يكون مصدرها المواطنين في أغلب الأحيان بحيث صارت موجودة وبصفة قارة في البرامج والنشرات الإخبارية التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية متخذة أشكال جديدة كالتعليقات والإعجاب والتغريدات إلى جانب المشاركة عبر الفيديوها والصور. وفي هذا الإطار تخصص شبكة CNN موقع iReport لعرض إسهامات المواد الإخبارية التي يصنعها الجمهور، أما عربيافتعد قناة "العربية" منافضائيات الإخبارية الرائدة في الشرق الأوسط في الاستعانة بهذا النوع من العمل لصحفيين خلال خدمة "أنأرى"، وقناة "فرانس 24" من خلال برنامج "مراقبون".

والملاحظ على هذه الممارسات الإعلامية أنها لا تعد سوى امتدادا للممارسات التقليدية التي تتم داخل المؤسسات الإعلامية وتخضع لكل المعايير والضوابط المهنية المعمول بها في الصحافة التقليدية، كتحري الدقة والموضوعية والتوازن والحياد وغيرها من المحددات التي تحكم وتقنن المجال الإعلامي، نظرا لخضوعها لمبدأ حراسة البوابة وعمليات الغزلة والتدقيق وإعادة الصياغة واختيار الأنسب منها للنشر أو البث.

فالمتمثل لكل المراحل الانتقالية التي شهدتها الإعلام بالموازاة مع ذلك تطور العملية الاتصالية من المرحلة التقليدية وصولا إلى المرحلة الصناعية الحداثية ثم مرحلة ما بعد الحداثة وما شهدته من تطورات تكنولوجية، يلمس وبوضوح أن التطور الحتمي التكنولوجي لوسائل الإعلام كما طرحه منذ سنوات ماضية مارشال ماكلوهان في فكرة الحتمية التكنولوجية، يسير في الاتجاه المعاكس تماما لتطورها المفترض من الناحية القيمية والأخلاقية فالإعلام اليوم ينتج الحقائق تحت الطلب بناء على ما تمليه الأجنات والتوجهات الإيديولوجية والسياسية، فهو مرتبط بشكل أساسي برأس المال والتوازنات السياسية.

وفي هذا السياق يرى محمد عبد الحميد أن هناك العديد من العوامل التي ساهمت في التحول إلى وسائل الإعلام الجديد أو البديل أولها عولمة الإعلام وتراجع الثقة وغياب المصادقية في وسائل الإعلام التقليدية كنتيجة لظاهرة العولمة وبروز أقطاب إعلامية دولية كبرى تحكمها رهانات سياسية ومالية، وكشف انحيازها الواضح إلى هذه القوى على حساب الجمهور صاحب المصلحة الحقيقية في وجود هذه الوسائل، إلى جانب تطورات الجيل الثاني من الواب التي ساعدت على إتاحة المواقع الرقمية على الشبكة بسهولة ويسر ودون تكلفة عالية (المعطي، 2015، صفحة 19).

كما كان للكوارث والأزمات التي شهدتها العالم في سنوات ماضية الدور البارز في تسريع وتيرة انتشار وسائل الإعلام الجديد واستقطابها لفئات جماهيرية واسعة على غرار الحرب على العراق سنة 2003، إعصار كاترينا الذي ضرب الولايات المتحدة في العام 2005، وكارثة تسونامي جنوب شرقي آسيا سنة 2004 حيث كان لنشطاء شبكات التواصل الاجتماعي والمدونين ممن يصنفون في خانة المواطنين الصحفيين الأسبقية في تغطية تلك الأحداث.

حيث يؤكد ريتشارد سامبورك «Richard Sambrook» المدير السابق للأخبار العالمية في البي بي سي على أهمية مساهمة الناس في تغطية أحداث تفجيرات لندن الضخمة وهو ما لم تشهده القناة من قبل، ففي اليوم الموالي للأحداث لم يتمكنوا من إعداد طبقات الأخبار المسائية إلا من خلال

معلومات تم تلقيها من المواطنين، حيث كان المحتوى حوالي 1000 صورة فوتوغرافية، 20 فيديو للهواة، 4000 رسالة نصية و 20000 رسالة بريد الكتروني. (Armoogum)

ومن جانب آخر فإن صحافة المواطن تتسم بالاستقلالية حيث يعتبرها البعض بديلا للصحافة التقليدية حيث تعتمد على جلب الأخبار بشكل مستقل، كما أن المواطنين الصحفيين ينشرون مقالاتهم أو صورهم أو مقاطع الفيديو الخاصة بهم على المدونات، أو عبر الشبكات الاجتماعية فهم ليسوا موظفين في مؤسسات إعلامية ولا يتعين عليهم نشر المحتوى المطلوب. (Mirvajova,2014,p155)(ترجمة شخصية)

فقد أكدت نتائج الدراسات السابقة التي تناولت موضوع الجانب الأخلاقي لممارسات صحافة المواطن والتي من بينها الدراسة التي أجراها "باتريك بيجين" PATRICE BÉGIN "والموسومة بـ "الصحافة والمجتمع - خطابات وممارسات صحافة المواطن - على الاستقلالية التي تحظى بها صحافة المواطن بالمقارنة مع وسائل الإعلام التقليدية التي تزال خاضعة لسيطرة الأنظمة السياسية الأمر الذي أفقدها كثيرا من مصداقيتها ، فالصحفي المواطن نظرا لعدم ارتباطه بالبعد المؤسسي فهو يواجه قيودا أقل مقارنة مع الصحفي المهني مما يجعله يقدم معلومات دقيقة بدون تحيز لأي طرف من أطراف القصة الخبرية هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإن صحافة المواطن تتقدم بشكل ملحوظ على الصحافة التقليدية من حيث المعايير التقنية والتكنولوجية ومدى تحكمها فيها وذلك تبعا لعدة اعتبارات من بينها الارتباط البيئي للشبكة، السرعة والفورية في النشر وذلك في الزمن الحقيقي، نظرا لقلّة مستويات حراسة البوابة. (Bégin,2014,pp.174-175)

فالمعلومات تكون علنية مباشرة بعد وقوع الأحداث بمعنى إمكانية النشر حاليا والتأكد في وقت لاحق أو كما يطلق عليه التعهد الأخلاقي التراكمي، إلى جانب ذلك فإن صحافة المواطن تقدم معلومات موثوقة نظرا لاعتمادها على مجموعة من العناصر الأساسية التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على إدارة المواقع والصفحات. وهي التحقق من المعلومات قبل إدراجها من طرف فريق العمل أو المشرفين على الموقع، عملية الذكاء الجماعي، نظام التصويت، الخوارزمية وغيرها من العناصر التقنية التي أضحت عنصرا أساسيا مكملا للضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية التي يتطلبها الفضاء الرقمي .

الأمر الذي أسهم في تزايد الاهتمام بصحافة المواطن من طرف الشركات الكبرى مثل "ياهو" و"غوغل"، فالاقتصاد السياسي لصحافة المواطن بدأ يشهد تغلغلا مطردا مع اتساع نطاق التجارة والعائدات الإعلانية، حيث أن المحتوى الذي ينشره المواطنون الصحفيون بات بالإمكان نشره عبر وسائل الإعلام التقليدية. (Mirvajova, 2014, p.155) (ترجمة شخصية)

إلا أن ذلك لم يمنع بعض الاتجاهات الراضة والتي تقر بعدم وظيفية الدور الذي تضطلع به صحافة المواطن من إبداء التوجس حيال الممارسات التي يكون مصدرها الهواة حيث يشير "باتريك بيجين" *PATRICE BÉGIN* إلى:

أن بعض الباحثين لا يترددون في الحديث عن الاستياء التشاركي حول صحافة المواطن، خاصة بسبب نوعية المساهمات التي ينظر إليها على أنها مختلطة، ونعتقد أنه من الضروري دراسة هذا الفضاء الذي أخذ يكتسي أهمية أكثر فأكثر في المجتمع والذي يثير عديد التساؤلات، حيث تبدو مشاركة الهواة على الانترنت تعيش حاليا عصرا ذهبيا. (Bégin, 2014, p. 18).

فصحافة المواطن تحولت إلى ظاهرة مستجدة تضاف إلى جملة الممارسات الإعلامية كونها تمارس أدوار فاعلة في طرح الأفكار والآراء والتوجهات المتنوعة، كما تساهم بشكل واضح في ديمقراطية المعلومة وتسهيل تداولها بين جماهير المستخدمين. وفي هذا السياق يقول: "ويلزو بومان" « أن الهدف من مشاركة المواطن هو تقديم معلومات مستقلة ودقيقة يمكن الاعتماد عليها وهو ما تتطلبه العملية الديمقراطية. (سليم، 2013، صفحة 113).

فقد برهنت ثورات الربيع العربي كما يصطلح على تسميتها على الدور الريادي الذي باتت تضطلع به الممارسات الجديدة عبر مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات والصفحات الشخصية والتي يكون مصدرها المواطنين الصحفيين والهواة، كما أكدت على تراجع سلطة وسائل الإعلام التقليدية فلم يعد بالإمكان إغفال أو تلافي أهمية صحافة المواطن و تجاوز دورها في نقل الأحداث والوقائع ومختلف الحثيات رغم التعقيم الإعلامي والرقابة المشددة التي تفرضها الأنظمة السياسية.

والأمثلة في هذا السياق عديدة لا يتسع المقام لذكرها جميعا، بيد أن الفكرة الأساسية التي يجب التركيز عليها هو الأهمية البالغة التي أضحتتستأثر بها صحافة المواطن عالميا وكذا محليا خاصة في ظل التغيرات السياسية والاجتماعية التي شهدتها المنطقة العربية والتي ساهمت بشكل مباشر وسريع في بلورة أنماط جديدة من صحافة المواطن وانتشارها جماهيريا بشكل ملفت وغير مسبوق كالمدونات، الويكي و الشبكات الإخبارية التي تتخذ من مواقع الشبكات الاجتماعية مثل موقع الفاييس بوك منصة

لها وذلك لتداول مختلف المعلومات والأخبار، فشبكة شام هي شبكة إخبارية تم إنشاؤها بالموازاة مع اندلاع الثورة السورية وكذا شبكة رصد الإخبارية المصرية التي رافقت الثورة في مصر منذ بداياتها الأولى ويبلغ عدد متابعيها حاليا ما يربو عن 12 مليون متابع، أما على الصعيد المغربي فقد كان لأحداث الريف التي شهدتها المغرب مطلع سنة 2016 تأثيرات مباشرة في انتشار صحافة المواطن والشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك كمنابر تمثل إعلام الجمهور بعيدا عن الرقابة والتعتيم الإعلامي الذي انتهجته وسائل الإعلام التقليدية.

إن هذا الطرح والذي تبرز من خلاله الأهمية البالغة التي بات يكتسبها الإعلام الجديد وصحافة المواطن داخل الأنساق والبنى المجتمعية لا يلغي بشكل كامل الانزلاقات والإشكالات التي تعاني منها خاصة في سياق الحديث عن الشق الأخلاقي الذي يضبط طبيعة الممارسات الرقمية في ظل الفضاء الافتراضي، فلا تزال العديد من الاتجاهات الرافضة للفلسفة التي تستند إليها صحافة المواطن تعتبرها غير مهنية فالبيئة الإعلامية الحالية التي يستطيع فيها أي شخص أن ينشر أي شيء على الفور وإلى جمهور عالمي محتمل تتطلب إعادة النظر في من قد يعتبر صحفيا على حد تعبير البعض .

ويمكننا في هذا السياق ذكر أمثلة واقعية عن التجاوزات التي يمكن أن يقع فيها المواطنين الصحفيين، فخلال كارثة إعصار "ساندي" الذي ضرب الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2012، اعتمدت وسائل الإعلام الأمريكية على التغطيات التي قام بها المواطنين؛ نظرا لصعوبة وصول المراسلين للمناطق المتضررة وتغطية الأحداث فيها، حيث قامت صحافة المواطن بتقديم معلومات مغلوبة ومضللة أدت إلى انتشار شائعات خطيرة ومدمرة، أين تم تداول معلومات عبر التويتر مفادها أن المياه غمرت بورصة نيويورك بالكامل ووصل منسوب الماء إلى أكثر من ثلاثة أقدام، وقد تداولت الصحافة المهنية هذه المعلومات دون غرلة أو تدقيق في مصادرها، حيث ذكر المواطن الصحفي "تايلر ماهوني" أن المعلومات المذكورة غير صحيحة ونصح المواطنين بضرورة تحري الدقة في نشر المعلومات. (Mirvajova, 2014, p155) (ترجمة شخصية)

فالمواطن الصحفي يبدو أكثر تملصا مما قد تفرضه لغة الصحافة من طقوس المهنة وأعرافها [...] فهو لا يعدو أن يكون صحفيا بريئا متوحشا غير خاضع بأي شكل للضوابط المهنية المتعارف عليها وذلك على حد تعبير البعض من المنتقدين لهذا النمط الصحفي المستجد. (الجموسي، 2014، صفحة 113). فعدم الالتزام بالمعايير المهنية كالدقة والموضوعية وعدم التأكد من موثوقية

المعلومات ومصدرها تشكل أحد الانزلاقات الكبرى لصحافة المواطن لكن هل يمكن التغاضي عن ذلك في ظل أنظمة سياسية وحكومات قمعية لا تكفل لمواطنيها التعبير الحر عن الأفكار والآراء؟ وهل يمكن إعطاء صحافة المواطن الضوء الأخضر للممارسة الحرة بدون أية ضوابط ومعايير لمجرد كونها تتجاوز رقابة الأنظمة السياسية؟، إن هذه الجدلية والتضارب في الآراء التي أصبحت تثيرها صحافة المواطن في الأوساط العلمية والأكاديمية المتخصصة في هذا السياق تحيلنا على فكرة النظام والفوضى التي تسيطر على المشهد الإعلامي الحالي.

" فالفوضى في مضمارنا هي تلك السلوكيات والتي يمكن احتواؤها بفعل تعديل يحد داخل النظام فالبيئة الجديدة المسماة اليوم بالإعلام الجديد، مهياة لحدوث الفوضى لاعتبارها نظاما ديناميا معقدا تحدد داخلها سلوكيات غير منظمة، وغير مستقرة، بل إن عناصرها المادية والرمزية مولدة لمثل هذه السلوكيات. فالفوضى حينئذ تظل خاصية من خصائص هذه البيئة الحتمية اللاخطية، التي أصبح من العسير التحكم في ديناميكيتها والتنبؤ بحالاتها المستقبلية. (الحيدري، 2009، الصفحات 23-24)

إن فكرة النظام والفوضى التي تميز المشهد الإعلامي اليوم هي استعارة من مجالات أخرى كالرياضيات والفيزياء بعد أن تم إفراغها بشكل تام من أبعادها وخصائصها الفيزيائية للدلالة على التحولات الجذرية والغير مسبوقه التي عرفها مجال الإعلام والاتصال، بحيث تنعكس جوانب التنظيم هاته في التطورات التقنية والتكنولوجية التي عرفتها شبكة الأنترنت ومجمل التطبيقات المتصلة بها والتي ساهمت بشكل أساسي في بروز فاعلين جدد في المجال الإعلامي إلى جانب نمو قطاع الأعمال والخدمات، في حين تعبر حالة الفوضى عن الضبابية والغموض التي تكتنف الممارسات الإعلامية المستجدة وافتقارها للأطر والمرجعيات الأخلاقية والتنظيمية المطلوبة.

فالتحولات العميقة التي تحدد معالم الفضاء الإعلامي اليوم خلقت بما لا يثير الشك الحاجة إلى إيجاد أشكال جديدة من الضبط والتقنين للممارسات الجديدة التي يكون مصدرها المواطن الصحفيين والهواة من المشرفين على المواقع والصفحات خاصة في ظل فضاء افتراضي يتسم بالتنوع والزخم وهو ما يستدعي إعادة النظر في طبيعة الضوابط الأخلاقية والمهنية التي تحكم الفضاء الرقمي وإيجاد معايير جديدة تتناسب وتتوافق مع متغيرات البيئة التواصلية الحالية.

2.1. تساؤلات البحث:

استناد للطرح السابق تروم الدراسة الحالية لاستجلاء ظاهرة صحافة المواطن عربيا من خلال ربطها بالجانب الأخلاقي والمهني للممارسة الصحفية في ظل الفضاء الافتراضي، وذلك بغية رصد مدى التزام الممارسين لهذا النمط المستجد من المواطنين والهواة والمشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بالأخلاقيات والضوابط المهنية وكذا المعايير التقنية التي تعد عنصرا مكملا للضوابط الأخلاقية والمهنية والقانونية التي يقتضها الإعلام الجديد وصحافة المواطن، خاصة في ظل التحولات السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة أو ثورات الربيع العربي كما يتم تناولها في كثير من الأدبيات، هذه الأخيرة التي تمخض عنها تنامي أنماط وأشكال عديدة لصحافة المواطن على الصعيد العربي لعل أبرزها الشبكات الإخبارية التي تعتمد موقع الفاييس بوك منصة لها، وتحاول تقديم رؤية مغايرة للتغطية الإخبارية التي يكون مصدرها المواطنين الصحفيين بشكل يقترب من الممارسات المهنية وفي هذا السياق نسعى للإجابة على الإشكال التالي:

ما مدى التزام مواقع صحافة المواطن العربية ممثلة في صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك بأخلاقيات المهنة الصحفية؟

وهي إشكالية رئيسية تندرج تحتها مجموعة من التساؤلات الفرعية تم تقسيمها على النحو الآتي:
التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية:

1- ما طبيعة المضامين المعروضة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك؟

2- ما هي الأخلاقيات الصحفية المعتمدة عبر مضامين صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك؟

3- ما هي المعايير التقنية والتكنولوجية التي تعتمد عليها صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك؟

التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية والتي ارتأينا أن تكون من منظور الصحفيين المهنيين:

1- ما مدى معرفة المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية؟

2- ما مدى التزام المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية؟

3- ما هي الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها المواطنون الصحفيون عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية؟

4- ما هي التجاوزات غير الأخلاقية التي يقع فيها المواطنون الصحفيون عبر صفحات الشبكات الإخبارية؟
■ أهمية الدراسة:

تسأثر صحافة المواطن بكثير من الاهتمام في الأوساط العلمية والأكاديمية وحتى الإعلامية لما تنيره من تساؤلات حول ماهية هذا المفهوم والأطر النظرية التي يندرج ضمنها، وكذا السياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها حيث لا يزال هذا المفهوم يتسم بكثير من الغموض والضبابية وعدم الاتفاق في الأفكار والرؤى بين الخطابات المحتفية بهذا النمط المستجد من الإعلام والتي تعتبر بأن الإضافة في عالم الصحافة اليوم ستأتي من خلال هذا الصحفي المواطن، والأصوات الأخرى المعارضة والتي تعتبره في كثير من الأحيان حالة من الفوضى التي تعتري المشهد الإعلامي، كونه لا يخضع حسبهم لأية ضوابط أو قواعد أخلاقية أو مهنية فالصحفي المواطن لا يعدو أن يكون سوى متمرد عن كل طقوس المهنة الصحفية وأعرافها، وهو ما يجعله بأي حال من الأحوال غير قادر على أن يحمل صفة صحفي لأنه ينأى عن المفهوم الجوهري للإعلام.

وعليه فإن هذا التجاذب وعدم الاتفاق في الأفكار والرؤى بين الباحثين والدارسين يضيف على الموضوع مزيداً من الأهمية هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى فإن صحافة المواطن وعلى المستوى التاريخي تعد من المواضيع المستجدة بالنظر لحدثة ظهورها وانتشارها على المستوى الجماهيري مقارنة بالحقول الإعلامية الأخرى وهو ما يجعلها ظاهرة إعلامية تستدعي الدراسة والبحث والتحليل.

كما لا يجب تناسي أهمية دراسة الجانب الأخلاقي للممارسة الإعلامية التي تتم عبر الفضاءات الرقمية في ظل الميديا الجديدة وذلك كون جل المؤسسات الإعلامية التقليدية باتت تواكب التغيرات والتحولات التكنولوجية بحيث أصبحت تستخدم وسائط الإعلام الجديد وتحاول إشراك الجمهور في بناء وصياغة المحتوى خاصة مع اتساع القاعدة الجماهيرية لمستخدمي هذا النمط المستجد من الإعلام ألا وهو صحافة المواطن وعليه فإنه من الأهمية بما كان تسليط الضوء على طبيعة الممارسات الإعلامية القائمة في ظل الميديا الجديدة وتحديد الضوابط والأخلاقيات التي تحكمها.

■ أسباب اختيار الموضوع:

من المتعارف عليه أن لا ينطلق أي بحث علمي من فراغ وإنما مندوافع وأسباب تتراكم وتتحوّل إلى هاجس بحثي يحث الباحث على التعمق أكثر في الموضوع بغية استجلاء أبعاده وسبر أغواره وفهمه بشكل أفضل حيث كان وراء اختيار هذا الموضوع العديد من الأسباب والتي حاولنا تقسيمها إلى أسباب ذاتية وأخرى موضوعية.

■ الأسباب الذاتية:

- الشغف العلمي والاهتمام الشخصي بالموضوع.

- الرغبة في إثراء البحوث العلمية من خلال وضع دراسة علمية معمقة تعالج كل حيثيات الموضوع المدروس بحيث يستند إليها الباحثين والأكاديميين أثناء الحاجة خاصة في ظل ندرة الدراسات العربية عموماً والجزائرية على وجه خاص والتي تتناول الجانب الأخلاقي للممارسة الإعلامية عبر وسائط الميديا الجديدة وذلك في حدود ما اطلعنا عليه.

■ الأسباب الموضوعية:

- جودة الموضوع واعتباره محط نقاش وجدل في الأوساط العلمية والأكاديمية فلا يزال إعلام أو صحافة المواطن مفهوماً يشوبه كثير من الغموض والضبابية إلى جانب عدم الاتفاق حول ماهية ومعالم هذا الأخير حيث لم تتضح ملامحه النهائية بعد وذلك بين المؤيدين لهذا النمط من الإعلام والذي يعتبر في نظرهم بديلاً للإعلام التقليدي وبين الأصوات الأخرى المعارضة والتي لا ترى في صحافة المواطن سوى نموذجاً لإحلال المزيد من الفوضى داخل النظم الإعلامية التقليدية والخاضعة بالأساس لضوابط ومعايير مهنية واضحة تحدد الأساليب والممارسات الإعلامية وهو ما يعتبر إلى حد ما غير متوفر في صحافة المواطن.

- الوجود المتعاظم لمواقع الشبكات الاجتماعية في البيئة التواصلية والمهنية سواء بشكل جماعي أو فردي وهو ما يجعل البحث في الظاهرة واستجلاء أبعاده ضرورة ملحة.

- التنوع الكبير في استخدامات صحافة المواطن في العديد من الميادين والمجالات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية وكذا المهنية فقد أصبحت وسائط وتطبيقات الإعلام الجديد أداة فاعلة لا غنى عنها في كثير من المؤسسات الإعلامية التقليدية بحيث باتت هذه الأخيرة تدخل بشكل واسع في كثير من الممارسات الإعلامية التقليدية.

■ أهداف الدراسة:

يعتبر مجال البحث العلمي مجالاً واسعاً تختلف أهدافه وتتعدد معطياته وبهدف تبني أي باحث لموضوع معين وإشباع الفضول المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض والضبابية التي تحيط بالموضوع المراد دراسته، كان من الضروري تحديد الغايات والأهداف التي تسعى هذه الدراسة إلى بلوغها وذلك على مستوى الدراسة التحليلية وكذا الميدانية حيث يمكن لنا إجمال أهداف هذه الدراسة في ما يلي:

- التعرف على طبيعة المضامين التي تعرضها صحافة المواطن العربية.
 - التعرف على ماهية أخلاقيات وضوابط الممارسة المهنية التي تحكم صحافة المواطن العربية سواء في شقها المتعلق بالمعايير التقنية التي يتطلبها الجانب الاستخداماتي وكذا الجانب الأخلاقي وهو ما يشكل في نهاية المطاف طرفي المعادلة في ظل الميديا الجديدة والفضاءات السيبرانية.
 - الوقوف على مدى معرفة الصحفي المواطن بأخلاقيات المهنة الصحفية
 - معرفة مدى التزام الصحفيين المواطنين بأخلاقيات المهنة الصحفية.
 - التعرف على ماهية الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها الصحفيون المواطنون.
 - التعرف على الانزلاقات والتجاوزات الغير الأخلاقية التي يقع فيها الصحفيين المواطنين.
- كما سنحاول من خلال عرض الجانب النظري لهذه الدراسة تحقيق جملة من الأهداف الأخرى والمتمثلة في:

- محاولة إجراء نوع من التمحيص والحفر المعرفي لفهم طبيعة إعلام المواطن وتحديد ماهيته وذلك بغية إزالة أي نوع من اللبس والغموض حيال هذا المفهوم.
- التعرف على الأطر النظرية التي ينتمي إليها إعلام المواطن وكذا تحديد السياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها.
- توضيح مختلف الرؤى والاتجاهات التي تناولت إعلام المواطن.
- التعرف على طبيعة البيئة التشريعية والقانونية التي يوجد في إطارها إعلام المواطن.
- محاولة تتبع تأثيرات ممارسة إعلام المواطن وانعكاساتها على الوسائط الإعلامية التقليدية وذلك بالتركيز على الجانب الأخلاقي للممارسة الصحفية.

3.1. الخلفية النظرية للبحث:

تستأثر الدراسة الحالية بنوع من الخصوصية نظراً لكونها تبحث في الجوانب الأخلاقية والمهنية لوسائل الإعلام الجديدة، خاصة وأن مفهوم الأخلاقيات بشكل عام هو من المفاهيم الهلامية وغير

المستقرة مفاهيميا سيما عند محاولة ربطها بالممارسات الإعلامية التقليدية، ومحاولة رصد الأخلاقيات والضوابط المهنية التي تحكمها، أما عند ربطها بالفضاءات الرقمية فأكد أن درجة التعقد والضبابية تزداد، نظرا لكون الفضاء الرقمي هو واحد من الحقول المعرفية التي لا يزال يكتنفها كثير من الغموض، إذ لم تتبلور الخصائص النهائية لهذا المجال البحثي بشكل كامل وبالتالي لا تزال طبيعة الضوابط والأخلاقيات التي يمكن أن تحكمه غير محددة المعالم رغم المحاولات الحثيثة والاجتهادات التي يقوم بها الباحثين والمختصين في هذا المجال بغية إرساء ضوابط واضحة تضبط الممارسات الإعلامية الجديدة التي تتم في الفضاء الرقمي.

وهذا ما زاد الباحثة إصرارا أكثر على التعمق والتمحيص لإنجاز هذه الدراسة والبحث عن مداخل نظرية يمكن لها تأطير الموضوع وتغطية متغيراته بشكل جيد، وبعد قراءات متعددة لمختلف النظريات الإعلامية ارتأت الباحثة اختيار مجموعة من المداخل النظرية المناسبة والملائمة للموضوع المدروس والتي سنوردها كما يلي:

1.3.1. نظرية المسؤولية الاجتماعية:

إن الاستخدام المخطط لوسائل الإعلام في المجتمع، يشير إلى تأثير وسائل الإعلام في المجتمع، وليكن أن يلمس الجميع ذلك، من خلال الملاحظة المباشرة لمجالات التغيير في المعرفة والسلوك على المستوى الفردي والجماعي في علاقتهم بوسائل الإعلام أثناء التعرض لها، مما يؤدي إلى تغييرات على المستوى الاجتماعي وفي البناء الثقافي واتجاهاته (المجيد، 2013، صفحة 367).

مفهوم المسؤولية الاجتماعية:

أ - الدلالة اللغوية للمسؤولية:

«تشير المعاجم اللغوية إلى أن المسؤولية في اللغة هي طلب المعرفة والاستعصاء والاستخبار وإذا حاولنا أن نعرف المعنى في المعاجم الأجنبية فإن معجم Collines يعرفها على أنها "القدرة على اتخاذ القرارات أو السلوك بتوجيه ذاتي دون رقابة وأصل الكلمة من الفعل اللاتيني *responsodes* بمعنى تحمل». (قراد، 2016، صفحة 28)

ب - الدلالة الاصطلاحية للمسؤولية: *responsabilités* وتقسم كما جاء في المعجم الفلسفي إلى ثلاثة أقسام:

• **مسؤولية مدنية: *civil responsabilités*** وهي التي توجب على الفاعل الذي سبب لغيره ضرراً أن يعرضه عنه سواء سبب ذلك الضرر بإرادته أم إهماله أو بتهوره ومن لواحق هذه المسؤولية أن يكون المرء مسؤولاً عن فعل غيره من الأفراد الموضوعيين مسؤولية رب العمل عن عماله، ومعنى ذلك أن أي شخص سبب لغيره ضرراً مهما كان عليه أن يتحمل مسؤولية فعله بتعويض الضرر (قراد، 2016، صفحة 28).

• **مسؤولية جنائية: *rénal responsabilités*** وهي التي تقع على شخص ارتكب مخالفة أو جنائية أو جريمة ولهذه المسؤولية علاقة وثيقة بالمسؤولية الأخلاقية، لأنك لا تستطيع أن تعاقب إنسان على ذنب ارتكبه إلا إذا كان فعله مصحوباً بوعي وإرادة.

• **مسؤولية أخلاقية: *moral responsabilités***: وهي المسؤولية الناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي وعن كون الفاعل ذا إرادة ومعنى ذلك أن الفاعل تكون أفعاله ضرورية أي ناشئة عن أسباب طبيعية أو مسيرة بإرادة غيره، ولا يعد مسؤولاً من الناحية الأخلاقية وهذه المسؤولية درجات متفاوتة أعلاها مسؤولية الفاعل الواعي الذي تصدر الأفعال عن إرادته بحرية تامة وأدناها مسؤولية الفاعل الذي يسيطر الهوى على قلبه ويعمي بصيرته من رؤية الحق. (قراد، 2016، الصفحات 28-29)

تعريف المسؤولية الاجتماعية:

«ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية تلبية للاحتياجات المتجددة للمجتمعات المعاصرة، وتقوم هذه النظرية على ممارسة العملية الإعلامية بحرية قائمة على المسؤولية الاجتماعية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيباً على آداب المهنة». (حجاب، نظريات الاتصال، 2010، صفحة 244)

«ويرى أصحاب هذه النظرية أن الحرية حق وواجب مقدس، وهو في نفس الوقت مسؤولية مقدسة، وأنه يجب على وسائل الإعلام أن تخدم بقوة وبفاعلية النظام السياسي القائم على الأسس الديمقراطية الليبرالية، عن طريق الإعلام ووسائله المتنوعة وعن طريق لمناقشة المفتوحة والحررة في كافة المسائل وعبر كافة الوسائل التي تهم المجتمع». (عيساوي، 2012، صفحة 55)

وفي ظل نظرية المسؤولية الاجتماعية يجب أن تقبل وسائل الإعلام القيام بالالتزامات معينة اتجاه المجتمع، ويمكنها القيام بهذه الالتزامات من خلال وضع مستويات أو معايير مهنية للإعلام مثل الصدق والموضوعية والتوازن والدقة، ويجب على وسائل الإعلام في إطار قبولها لهذه الالتزامات أن

تتولى تنظيم أمورها ذاتيا في إطار القانون والمؤسسات القائمة. (حجاب، نظريات الاتصال، 2010، صفحة 224)

ويجب أن تكون وسائل الإعلام تعددية تعكس تنوع الآراء والأفكار في المجتمع من خلال إتاحة الفرصة للجميع من خلال النشر والعرض، كما أن للجمهور العام الحق في أن يتوقع من وسائل الإعلام مستويات أداء عالية، وأن التدخل في شؤون وسائل الإعلام يمكن أن يكون مبرره تحقيق هذه المصلحة العامة، أضف إلى ذلك أن الإعلاميين في وسائل الاتصال يجب أن يكونوا مسؤولين أمام المجتمع بالإضافة إلى مسؤولياتهم أمام مؤسساتهم الإعلامية. (كنعان، 2016، صفحة 146)

نشأة نظرية المسؤولية الاجتماعية:

بعد أن تعرضت نظرية الحرية للكثير من الانتقادات والملاحظات كان لابد من ظهور نظرية جديدة في الساحة الإعلامية، فبعد الحرب العالمية الثانية ظهرت نظرية المسؤولية الاجتماعية في الولايات المتحدة الأمريكية [...] وذلك بعد أن استخدمت وسائل الإعلام في الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة مما أدى إلى إساءة الحرية أو مفهوم الحرية. (الشمالية، اللحم، الضلاعين، و كافي، 2015، الصفحات 217-218)

ولعل بداية ظهور هذه النظرية كانت من خلال تقرير لجنة هوتشينز (47 hutchins) في عام 1947 والتي اعترفت بفشل السوق الحر في تحقيق الوعد بحرية الصحافة والتوقعات المرتبطة بها لخدمة المجتمع، مما أدى إلى انخفاض الفرص المتاحة أمام الأفراد والجماعات للاستفادة بنتائج هذه الحرية نتيجة التطورات التجارية والتكنولوجية التي ساءت في النظم الإعلامية، وذلك بالإضافة إلى هبوط معايير الأداء، وعدم قدرة الصحافة على تلبية الاحتياجات المعرفية والاجتماعية والمعنوية وتدعيم السيطرة الطبقية. (عدي العبد و عاطف العبد، 2004، الصفحات 423-424)

وقد ورد في تقرير اللجنة الخاصة إلى الصحافة المسؤولة اجتماعيا، وذلك بالرغم من أن عبارة المسؤولية الاجتماعية لم تذكر ولكنها وردت في كتابات أستاذ الصحافة "تيودور بيرتسون".

العوامل التي أدت إلى ميلاد نظرية المسؤولية الاجتماعية:

هناك عدة عوامل ساهمت في ظهور نظرية المسؤولية الاجتماعية نذكر منها:

- الثورة التكنولوجية والصناعية والتي لم تغير وجه الحياة في الولايات المتحدة الأمريكية، ولكن أثرت على طبيعة الصحافة ذاتها.

- النقد المرير الموجه للصحافة ووسائل الإعلام بالنسبة لنمو حجمها وزيادة احتكارها وأهميتها مما يجعلها عامل ضغط حتى على الحكومة ويؤدي إلى عرقلة إجراءاتها.
- الجو الفكري الجديد الذي عبر فيه بعض المفكرين عن شكلمهم في الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الحرية بجوانبها المطلقة.
- إرساء قواعد المهنة الصحفية خصوصا على يد الكثير من المفكرين والمتعلمين على مستويات عالية لهذه المهنة. (قراد، 2016، صفحة 30)

المبادئ الأساسية التي قامت عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية

- يلخص دنيس ماكويل المبادئ الرئيسية لنظرية المسؤولية الاجتماعية في الآتي:
- هناك التزامات معينة للمجتمع يجب أن تقبلها وسائل الإعلام.
- إن تنفيذ هذه الالتزامات يجب أن يكون من خلال المعايير المهنية الراقية لنقل المعلومات مثل الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن.
- قبول هذه الالتزامات وتنفيذها يتطلب التنظيم المهني الذاتي لوسائل الإعلام في إطار القوانين والمؤسسات القائمة.
- يجب أن تتجنب وسائل الإعلام بأي حال -في النشر والإذاعة- ما يمكن أن يؤدي إلى الجريمة والعنف والفوضى أو يثير الأقليات في المجتمع.
- تعدد الوسائل الإعلامية بما يعكس تنوع الآراء في المجتمع، وحق الأفراد في الرد والتعليق في مختلف وجهات النظر.
- إن الالتزام بالمعايير السابقة يجعل الجمهور والمجتمع يتوقع إنجازا راقيا، وبالتالي فإن تدخله في هذه الحالة يستهدف تحقيق النفع العام.
- يجب أن لا تقل مسؤولية الصحفيين أو المهنيين في وسائل الإعلام أمام المجتمع عن مسؤولياتهم أمام الملاك وأسواق الصحف في التوزيع أو الإعلان. (عدلي العبد و عاطف العبد، 2004، صفحة 424)

مستويات المسؤولية الاجتماعية:

يقسم لويس هودجز "hodge" المسؤولية الاجتماعية لمضمون وسائل الإعلام إلى مستويات

ثلاث هي:

- مستوى الوظائف التي يقوم بها والأدوار الاجتماعية التي يلعبها.
- مستوى المعايير التي ترشد الصحافة في أدائها لوظائفها.
- مستوى نوع الممارسات التي أولا يجب أن يختارها الصحفيون، إذا ودوا الالتزام لهذه المعايير.

المستوى الأول/ الوظائف:

فالصحافة تؤدي عدة وظائف أساسية هي:

- الوظيفة السياسية بإعلام المواطنين بما تفعله الحكومة والقوى السياسية الأخرى، بحيث تغدو جزءا متكاملا من العملية السياسية.
- الوظيفة التفسيرية ونقل الأخبار والحقائق والمعلومات المتوازنة والدقيقة.
- الوظيفة الثقافية كمرآة للمجتمع وتأكيد قيمه.
- الوظيفة الاقتصادية لتعريف الناس بالسلع والخدمات.
- وظيفة التأريخ (record-keepingfunction).
- وظيفة التسلية والترفيه. (حسام الدين، 2003، الصفحات 64-65)

المستوى الثاني/ المعايير: وتتمثل في:

- الدائرة الداخلية الأصغر تمثل المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للأفراد، بالإضافة إلى حراس البوابة، الذين يحددون ماذا نقرأ أو نسمع ونرى.
- الدائرة الثانية تمثل معايير الوسيلة الإعلامية وموثيقها الداخلية، سواء كانت مكتوبة أو غير مكتوبة، ولا بد أن يستجيب الأفراد في الدائرة الأولى لمعايير المؤسسة في الدائرة الثانية.
- الدائرة الثالثة: وتمثل معايير المهنة التي تضعها الهيئات الصحفية المستقلة لتنظيم عمل وسائل الإعلام المختلفة.
- الدائرة الرابعة تمثل الفلسفات الإعلامية الأساسية وقوانين الحكومة في النظريات المختلفة.
- الدائرة الخامسة تمثل الحدود التي يسمح بها الناس لكل معايير النشاط الإنساني، و التي لا تتخطاها الهيئات والأفراد. (حسام الدين، 2003، الصفحات 65-66)

المستوى الثالث/ القيم المهنية:

- «وتشمل معايير الأخبار كاحترام الخصوصية، وتجنب خداع المصادر وصراع المصالح ومعايير كتابة الأخبار وهي (الدقة، الموضوعية، التوازن، الشمول)»(حسام الدين، 2003، صفحة 68) أما فيما يخص أبعاد وسئل الإعلام ومسئولياتها الاجتماعية فيمكن لنا تصنيفها على النحو التالي:
- الحكومات وما تسنه من قوانين وتشريعات.
 - المؤسسات الإعلامية
 - الجمهور.
 - البعد الدولي والمتمثل في المنظمات الدولية المعنية بحرية وسائل الإعلام وحقوق الإنسان.

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

إن الإفرازات والتطورات التكنولوجية المتلاحقة أدت إلى بروز ظواهر جديدة وإشكالات تتعلق أساسا بطبيعة الضوابط والأخلاقيات التي تحكم الممارسات الإعلامية الجديدة، والتي تتم بواسطة المواطنين والأفراد، أين أضحى الفضاء الافتراضي منصة مفتوحة للعديد من أشكال الممارسات كالمدونات، شبكات التواصل الاجتماعي، المنتديات، صحافة الويكي وغيرها.

وهو ما دفع الكثير من المؤسسات الإعلامية إلى تخصيص حيز لما ينتجه الصحفيون المواطنون على غرار موقع CNN iRepports وكذا العديد من القنوات الفضائية العالمية والعربية وذلك للاستفادة من تغطيات الصحفيين المواطنين الذين كانوا شاهدين على مختلف الأحداث لكن بعد غربلتها واختيار الأنسب منها للنشر، وهو ما يستجيب لمتطلبات المعايير المهنية ومبادئ، نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومن ناحية أخرى فإن العديد من مواقع صحافة المواطن أضحى تقدم نمونجا إعلاميا شبه متكامل من حيث الالتزام والتقييد بالمبادئ والأخلاقيات الإعلامية المعمول بها في وسائل الإعلام التقليدية فموقع Agora vox الفرنسي هو واحد من مواقع صحافة المواطن الأكثر انتشارا على الصعيد الأوروبي والعالمي والذي يسعى المشرفين عليه لتقديم خدمة إعلامية وإخبارية تتماشى مع المبادئ والمعايير الأخلاقية والمهنية كالدقة والموضوعية وعدم التحيز وغيرها إلى جانب صياغة ميثاق أخلاقي إلكتروني داخلي خاص بالموقع وذلك بغية إعطاء المضامين المقدمة صبغة مهنية، وهو ما رصدناه أيضا بالنسبة لبعض صفحات الشبكات الإخبارية العربية عينة الدراسة التحليلية، والتي تسعى لتقديم وظائف تقترب إلى حد بعيد من الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام التقليدية كالوظيفة

الإخبارية والسياسية وغيرها من منطلق صحافة المواطن، كما تحاول العديد من مواقع صحافة المواطن انتهاج أساليب تقنية من أجل الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، مثل نظام التصويت القائم على تصويت المشرفين على المواقع من أجل انتقاء المحتويات القابلة للنشر كأحد الأشكال المستجدة لحراسة البوابة، إلى جانب توظيف خاصية الذكاء الجماعي وهو آلية يتم من خلالها التهذيب الجماعي للمعلومات من أجل نشرها بصفة مشتركة عبر الموقع أو الصفحة، كما يمكن التفاعل مع جمهور الزائرين بهدف تطوير المحتوى.

ومن هذا المنطلق ارتأت الباحثة اختيار نظرية المسؤولية الاجتماعية كواحدة من المقاربات النظرية التي يمكن لها أن تغطي جوانب الموضوع المدروس، خاصة وأن العديد من مبادئ نظرية المسؤولية الاجتماعية وكذا مستوياتها متوفرة في صحافة المواطن ويمكن لنا إسقاطها على الجوانب الأخلاقية والمهنية التي تتم عبرها.

ولجعل جوانب الدراسة أكثر تكاملا وانسجاما من خلال انتسابها لمقاربات نظرية تستجيب لتساؤلات البحث وفرضياته أردنا إدراج مدخل نظري آخر يكمل نظرية المسؤولية الاجتماعية والتي يبرز اتجاهها البراغماتي الأخلاقي الوضعي، في حين تغيب عنها المرجعية الدينية التي يمكن أن يستمد منها الصحفيون المواطنون تصوراتهم الأخلاقية سيما بالنسبة لمواقع صحافة المواطن العربية وهو ما يمكن أن تقدمه نظرية الواجب الأخلاقي.

2.3.1. نظرية الواجب الأخلاقي:

إن الحديث عن أخلاق الإعلام بدون نظرية أخلاقية حضارية متميزة يحمل خلا معرفيا ومنهجيا يفقد تلك المفردات المضمون المعرفي الذي يولدها، وتستمد معظم النظريات الأخلاقية "الكبرى" إلى فكرة الإلزام أو الواجب والتي بدونها تنتفي المسؤولية (الفردية والاجتماعية) وتصبح الأخلاق مجرد كلام جميل لا نجد له أثرا في الممارسة الإعلامية وحياة المجتمع. (عزي، 2016، صفحة 51)

ولعل السبب يرجع بالدرجة الأولى إلى غياب نظرية أخلاقية إعلامية بالطرح الأكاديمي القيمي، إلى جانب الفراغ الكبير في الأدبيات المعرفية والتي تختصر مفهوم الأخلاق والأخلاقيات المهنية في مجرد عهود ومواثيق الشرف المهني ولكوننا نتناول في هذا المقام ضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية في ظل الممارسات الإعلامية الجديدة والتي يعد المواطنون الصحفيين طرفا فاعلا فيها ولإرساء التناغم والانسجام في تناول المداخل النظرية للدراسة نتناول في ما يلي نظرية الواجب الأخلاقي.

تعريف نظرية الواجب الأخلاقي:

تأتي نظرية الواجب الأخلاقي بوصفها أداة ومرجعاً في موثيق الشرف وفي اتخاذ القرارات الأخلاقية في الممارسات الإعلامية، ويعني الواجب الأخلاقي في المطلق "أن مسؤولية الإعلامي والمؤسسة الإعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، وتأتي الاعتبارات الأخرى مثل العقلانية والاجتماعية والمنفعة الربحية مكتملة بمستويات مختلفة عندما لا تتعارض مع المسؤولية الأخلاقية الأولى". (عزي، 2016، صفحة 53)

«وتعد نظرية الواجبات الضرورية "لكانت" ومفهوم الإلزام الإيجابي عند "دراز" من روافد نظرية الواجب الأخلاقي في الممارسة الإعلامية، حيث تجمع نظرية الواجب الأخلاقي بين البعدين العقلاني والروحي وتسعى إلى ربط الممارسة بالوعي الأخلاقي الفردي والمرجعوية القيمية» (عزي، 2016، صفحة 53).

عناصر نظرية الواجب الأخلاقي:

ويمكن إجمال هذه العناصر بشكل خاص في:

1- إن المرجعية في أخلاق الإعلام حضارية: أي أنها مستمدة من المصادر التراثية ذات الأساس الديني بشكل عقلائي متجدد وذو صبغة عالمية.

2- تتنوع نظرية الحتمية القيمية في الإعلام عن غيرها في أنها تعتبر أن مصدر القيمة ديني في الأصل غير أن تناولها يكون بالتأويل العقلائي الواعي المتجدد، أي أن التأويل المذكور هو أساس الممارسة الأخلاقية.

3- تختلف نظرية الواجب الأخلاقي القائمة على البعد القيمي عن النظريات الأخرى في النظرة إلى طبيعة الفرد، إذ تنظر تلك النظريات إلى الفرد بوصفه كياناً عقلاًنياً مصغراً ومستقلاً عن محيطه أي كان، دون الجانب الروحي الذي يعد الأنا العلوي في توجيهه الممارسة الأخلاقية. (عزي، 2016، الصفحات 54-56)

4- إن الواجب الأخلاقي يعني أن يكون الدافع الأساسي في فعل الإنسان ارتباط ذلك الفعل بالقيمة [...] حيث أن الكثير من القرارات في الممارسة الإعلامية عادة ما تكون نتيجة رد فعل سريع أو متسرع وليس نتيجة تأمل وتفكير في تقديم إجابة أخلاقية متأنية. (عزي، 2016، صفحة 57)

5- «إن الواجب الأخلاقي في أسمى مراتبه تجاه الخالق سبحانه وتعالى ويعد هذا الواجب الأساس الذي تنفرع منه الواجبات الأخرى (الواجب اتجاه المؤسسة والجمهور والمجتمع والوطن... الخ)». (عزي، 2016، صفحة 58)

6- إن الواجب الأخلاقي يتوزع بمستويات مختلفة وفق موقع كل طرف من المسألة الأخلاقية، حيث أن واجب الصحفي يكمن في أداء دوره على مستواه من خلال البحث عن المعلومات بشكل نزيه وتقديم الحقائق كما هي، إلى جانب تجنب الإساءة للآخرين وعدم التعدي على الخصوصيات وعدم تغليب المصلحة الشخصية واحترام القيم المجتمعية.

7- إن الواجب الأخلاقي أمر قائم في شتى الظروف والحالات وقابل للتعميم في الزمان والمكان، حيث تؤكد ذلك نظرية الحتمية القيمية للإعلام من حيث تغليبها لأولوية القيمي على الوضعي. (عزي، 2016، الصفحات 58-59)

المبادئ الأساسية في نظرية الواجب الأخلاقي:

تقوم نظرية الواجب الأخلاقي على أربعة مبادئ أساسية تنفرع بدورها إلى مجالات فرعية تستوعب المستجد في الممارسة الإعلامية عبر الزمان والمكان. وتسمح هذه المبادئ بالارتقاء بالممارسة الإعلامية ومن الارتقاء بالمجتمع من الناحية المعرفية والحضارية.

المبدأ الأول: ويتمثل في منع الضرر على الآخرين. ويعني ذلك أن يتمتع الممارس والمؤسسة الإعلامية عن إحداث الضرر بالأخر (أو بالآخرين) بحكم أن هذا المبدأ يمثل أعلى مستويات القيمة الأخلاقية. (عزي، 2016، الصفحات 59-60)

إن هذا المبدأ من مبادئ نظرية الواجب الأخلاقي يتناول بشكل أساسي ضرورة ابتعاد الصحفي أو الممارس لمهنة الإعلام بشكل عام لكل أشكال الإضرار بالآخرين، سواء كانوا أفراداً أو جماعات وذلك من خلال الابتعاد عن السب والقذف والتدخل في شؤون الآخرين وعدم احترام الخصوصيات، وكذا نشر الأخبار الكاذبة والمغلوبة وانتهاج أساليب الدعاية والتضليل الإعلامي وإثارة النعرات وإثارة الغرائز.

المبدأ الثاني: وهو إضفاء قيم إضافية على الأخر ويدخل هذا المبدأ في مهام الإعلام من حيث الإسهام في ترقية المجتمع إعلامياً وحضارياً. ويعني ذلك أن تكون الرسالة أخلاقية بأبعادها المعلوماتية

والمعرفية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية والرياضية والجمالية... بحيث يخرج المتلقي من التجربة الإعلامية ارقى وأكثر على التأثير ايجابيا على محيطه.

المبدأ الثالث: ويشمل تقديم العون للمتضرر والمحتاج: ويعني ذلك الإنصات إلى أصوات «المتضرر والمظلوم والمحتاج والمنكوب والمستغيث» في أوقات السلم والحروب بوصف ذلك مسؤولية إعلامية أخلاقية بالدرجة الأولى، ويمكن أن يتجسد هذا المبدأ في العديد من القوالب الإعلامية من تغطية وتحقيق واستقصاء وتقرير ورأي. (عزي، 2016، صفحة 65)

المبدأ الرابع: ممارسة النقد البناء والتي هي أحسن، إن النقد عندما يكون بناء ولا يتضمن هدا للآخر يعد مسؤولية أخلاقية في الممارسة الإعلامية ذلك انه يسهم في التعرف على أوجه القصور والإغفال والتجاوز في مجالات الحياة المتعددة، وتكون طريقة النقد في هذا الطرح أهم من النقد ذاته على اعتبار أن الهدف هو الإصلاح دون التضحية بالآخر، أي أن يخرج الجميع كاسباً من هذه العملية الإعلامية الأخلاقية الهادفة كلما كان ذلك ممكناً. (عزي، 2016، صفحة 65)

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

إن الطرح الأخلاقي الوضعي لنظرية المسؤولية الاجتماعية والاتجاه البراغماتي الذي تتبناه في تعريفها لمفهوم الأخلاقيات المهنية بالرغم من أهميتها الكبيرة كأبرز النظريات التي تتناول معايير وضوابط الممارسة الإعلامية الواجب الالتزام بها، جعلنا أمام تحدي البحث عن مداخل نظرية أخرى تتناسب وتتفق أفكارها ومبادئها مع طبيعة موضوع الدراسة خاصة و أن الحديث عن أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد وصحافة المواطن هو واحد من الإشكالات الكبرى التي لا تزال تطرح وبقوة في الأوساط العلمية والأكاديمية، وذلك نظراً لهامية مصطلح الأخلاق وصعوبة إيجاد آليات تسمح بتطبيق آليات الممارسة الإعلامية التقليدية على هذا الفضاء المستجد.

فالمتمأمل للممارسات الإعلامية المستجدة التي يقوم بها الصحفيين المواطنين يجد أنها نابعة بالأساس من التحولات التكنولوجية والتقنية التي ألفت بظلالها على الصعيد السياسي والاجتماعي وكذا الاقتصادي حيث تحول بفعالها المتلقي العادي من مجرد مستهلك ومتقبل نشط للمواد والرسائل الإعلامية إلى مرسل ومشارك في بناء المحتوى الإعلامي من خلال نشر مختلف المعلومات وتعديلها والتعليق عليها تارة إلى نقد مختلف المشكلات والأوضاع التي يعيشها داخل نسقه المجتمعي تارة أخرى وهو ما جعله يكتسب ثقافة جديدة أخرجته من دائرة التلقي إلى خانة الفاعل والمتفاعل النشط.

فالمساحات والهوامش التي وفرتها التكنولوجيات الحديثة، قد حولت العمل الإعلامي والصناعة الإخبارية من فعل فردي إلى فعل جماعي تشاركي، كل يساهم فيه من موقعه وأفكاره، ويطور أشكال هذا الحضور ومستويات الإسهام والمشاركة تدريجيا وكثيرا ما تكون وفق.... التكوين الذاتي بشكل يسمح لنا بالحديث عن عصامية إعلامية.

إن فكرة العصامية الإعلامية والتكوين الذاتي التي تقوم على أساسها صحافة المواطن تتفق بشكل كبير مع مبادئ نظرية الواجب الأخلاقي التي ذكرناها سابقا والتي يكون مردها القناعات الذاتية والقيم الأخلاقية التي يتخذها الصحفي المواطن كمرجعية لممارساته عبر القضاء الرقمي، فممنع الضرر عن الآخرين من خلال كشف الحقائق والمعلومات والدعوة لاحترام حقوق الأفراد والجماعات والمساهمة في إيصال أصوات المهمشين الذين أقصتهم وسائل الإعلام التقليدية في تغطياتها وتسليط الضوء على نماذج لمشكلات اجتماعية ونقذها ومحاولة إيجاد حلول لها هو نوع من الفاعلية الاجتماعية التي تعد واحدة من ابرز سمات صحافة المواطن وذلك بغية التعرف على أوجه القصور والإغفال والتجاوز في عديد المجالات ومحاولة إصلاحها وهو ما يمكن لنا قراءته والاطلاع عليه يوميا من خلال مختلف المساهمات كالصور والفيديوهات والمقالات والمحتويات المختلفة التي يقدمها الصحفيين المواطنين.

4.1. الدراسات السابقة:

«إن نمو المعرفة وتشبعها يفرض على الباحث عند القيام بأي دراسة أو بحث الاقتناع بأن عمله عبارة عن حلقة متصلة بمحاولات كثيرة، فكل عمل علمي لابد وأن يكون قد سبقه جهود أخرى مجسدة في شكل دراسات سابقة سواء ميدانية أو معملية أو مكتبية». (دليو، غربي، كنون، سفاري، و لوكيا، 1999، صفحة 103)

حيث يعد الرجوع إلى الدراسات السابقة خطة مبدئية وأساسية من مراحل البحث، حيث تساعد الباحث في تحديد الإطار النظري العام لموضوعه، وبناء خلفيات نظرية حوله، كما تعمل على توجيهه من خلال باقي خطوات البحث.

إن الشق الأخلاقي للممارسة الإعلامية يعد واحدا من الحقول المعرفية التي نالت حظا وافرا من المناقشة والتحليل على المستويات العلمية والأكاديمية سواء على الصعيد المحلي أو العالمي نظرا للدور المهم الذي تضطلع به وسائل الإعلام داخل البنى والأنساق المجتمعية، وهو ما يجعلها مطالبة بالالتزام بالمعايير والأخلاقيات المهنية التي تقدمها قوانين الإعلام وتشريعاته وكذا بنود ومواثيق الشرف المهني، حيث ركزت جل الدراسات التي تناولت الموضوع على أهمية الجانب الأخلاقي للممارسة

الإعلامية وحاولت تناوله من منظورات وزوايا متعددة بتعدد المشارب العلمية للباحثين، إلا أن هذه الدراسات ظلت تدور في فلك وسائل الإعلام التقليدية، ولم تخرج عن إطارها حيث نجدها في أغلب الأحيان ترتبط بالجانب الأخلاقي والمهني للممارسة الصحفية (الصحافة المكتوبة)، أو وسائل الإعلام السمعية- البصرية سواء كدراسات تحليل مضمون أو دراسات جمهور، فيما ظلت الضوابط والأخلاقيات التي تقنن الفضاء الرقمي ووسائل الإعلام الجديدة وما يرتبط بها من ممارسات مستجدة قليلة سيما على المستوى المحلي والعربي، وهو ما شكل لنا نوعا من الصعوبة في بناء الإطار المنهجي للبحث والذي كان لابد من أن ينطلق من تراث علمي وأكاديمي مسبق أين كنا مضطرين لإجراء حفر علمي ومعرفي مطول لانتقاء مجموعة من الدراسات السابقة المشابهة والمقاربة لبحثنا واتخاذها كخلفيات نظرية نحاول الانطلاق منها، وبعد تمحيص وقراءات مطولة رصدنا مجموعة من الدراسات السابقة نعرضها على النحو التالي:

1.4.1. الدراسات الأجنبية:

دراسة (Patrice Bégin) بعنوان (الصحافة والمجتمع ممارسات وخطابات صحافة المواطن) وهي عبارة عن رسالة ماجستير غير منشورة بجامعة الكيبك "مونريال" بكندا نوقشت سنة 2014، وقد تناولت هذه الدراسة صحافة المواطن وذلك من وجهة نظريات اتصالية وكذا اجتماعية حيث ركزت بشكل أساسي على طبيعة العلاقة القائمة بين الصحافة والمجتمع وذلك في ظل الأنترنت والواب الاجتماعي، وقد تناولت الدراسة الإشكالية التالية:

ما هي التمثيلات الاجتماعية والتاريخية (التكوينات الإيديولوجية) لطبيعة العلاقة بين الصحافة والمجتمع من خلال ممارسات وخطابات صحافة المواطن؟

وتندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية أوردها الباحث على النحو التالي:

1- ما هي طبيعة ممارسات صحافة المواطن وما هي طبيعة المضامين التي تبثها؟

2- ما هي التمثيلات الأساسية (التمثيلات) التي تنقلها صحافة المواطن؟

3- كيف يمكن تفسير تمثيلات صحافة المواطن من حيث المعتقدات والقيم؟

4- هل تتناسب هذه التمثيلات مع الرأسمالية القائمة على تكنولوجيا التواصل وذلك من حيث

الوفرة، المشاركة، والتكامل؟

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية حيث اعتمد الباحث على المقاربة الكيفية وذلك بالارتكاز على أسلوبين بحثيين هما الإثنوغرافيا الافتراضية وكذا تحليل المضمون لعينة من مواقع صحافة المواطن الأكثر انتشارا على الصعيد الأوروبي.

أما فيما يخص عينة الدراسة فقد استخدم الباحث العينة المتاحة نظرا لعدم إمكانية ملاحظة وتحليل جل مواقع صحافة المواطن المتوفرة على الصعيد العالمي، حيث قام بانتقاء ستة مواقع خاصة بصحافة المواطن والتي رأى بأنها كافية للتحليل والإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وقد تطلب ذلك المعرفة الجيدة بمجتمع البحث المدروس حيث عمد الباحث إلى الاستناد إلى دليل موقع دليل صحافة المواطن "news me back" الإلكتروني ويقدم هذا الدليل قائمة كاملة بمشاريع صحافة المواطن ذات المحتوى الجيد والتي يمكن العثور عليها على شبكة الانترنت بشكل عام، حيث قام بزيارة 83 موقعا اختار منها 17 موقعا اعتبرها الأكثر ملاءمة للبحث وعمد إلى مراقبتها وتقييمها وفقا لمعايير محددة لتحديد إيجابيات وسلبيات الاختيار، وفي نهاية المطاف قرر اختيار ستة مواقع وإخضاعها للتحليل وهي على النحو التالي:

- AgoraVox, www.agoravox.fr
- Allvoices, www.allvoices.com
- Blottr, www.blottr.com
- Cent papiers, www.centpapiers.com
- CNN iReport, www.ireport.cnn.com
- Digital journal, www.digitaljournal.com

هذا من جهة ومن ناحية أخرى تتمثل أدوات جمع البيانات التي اعتمد عليها الباحث في إطار إنجاز هذه الدراسة في مجموعة من أدوات البحث المنهجي نوردها على النحو التالي:

سجل تدوين الملاحظات أو ما يطلق عليه في البحث الإثنوغرافي "le journal de bord" وهو عبارة عن أداة لتسجيل الملاحظات الميدانية وتنظيم العمل خلال فترة الدراسة الاستطلاعية وأيضا خلال مرحلة ملاحظة تحليل الصورة، وهذا التسجيل هو عبارة عن سجل للمراقبة مصمم لاستيعاب مجموعة واسعة من المعلومات التي تم الاحتفاظ بها في مكان واحد، ويتكون السجل من أثار مكتوبة تركها أحد الباحثين، ويتعلق محتواها بسرد الأحداث بمعناها الأوسع، والأحداث قد تتطوي على الأفكار والعواطف والقرارات والحقائق، [...] أو مقتطفات من القراءات، لتوصيف الأشياء التي تم ملاحظتها أو الأملاك

التي تم سماعها، وتحديد سياقاتها من حيث (الوقت، الناس والأماكن والحجج)، وذلك بهدف تذكر الأحداث لإقامة حوار بين البيانات. (Bégin, 2014, p. 68)

ونظرا لاعتماد الباحث على الدراسة الإثنوغرافية (الإثنوغرافيا الافتراضية) فقد تم استخدام ثلاث أنواع من الملاحظات الميدانية وهي على النحو الآتي:
الملاحظات الوصفية: وتضمنت بيانات البحث، وصف الحقائق والأحداث وتسجيل المحادثات وما إلى ذلك.

ملاحظات منهجية: وهي عبارة عن محاولات أو عمليات مخططة، أحداث ذات صلة باختيار المواقع التي أخضعها الباحث للتحليل وكذا المشاكل التي واجهها والحلول المتوخاة.
ملاحظات نظرية: وحاول الباحث من خلالها البحث عن المعاني، تماسك الملاحظات التفسيرات والاستدلالات والاستنتاجات.

بالإضافة إلى توظيف الباحث للملاحظة العلمية بمختلف مستوياتها فقد عمد إلى توظيف شبكة التحليل، حيث أن توظيفات التحليل المضمون هو بدون شك العنصر المركزي في طريقة تحليل المحتوى أين لجأ الباحث إلى توظيفها خلال مرحلة التحليل وكذا أثناء مرحلة الدراسة الإثنوغرافية للمواقع عينة الدراسة، وهنا يمكن الإشارة إلى ضرورة اعتماد شبكات التحليل وأنها باتت متوفرة حسب نمط وشكل المادة الإلكترونية التي يتم تحليلها أين يصعب بشكل كبير التعامل مع الوسائط الجديدة من خلال فئات التحليل المضمون المعروفة، لذا يتوجب على الباحث محاولة اعتماد شبكات التحليل التي باتت تدرجها المعاهد والجامعات المتخصصة.

فيما يخص المواقع الإلكترونية يشكل أساسي ومحاولة تكيفها مع فئات تحليل المضمون التي عادة ما نتعامل بها في الحقول المعرفية فيما يخص المضامين المكتوبة أو السمعية- المرئية، وكذا محاولة إسقاطها وفق مقتضيات الدراسة ومتطلباتها وتساؤلاتها وفروضها.

بالإضافة إلى ذلك فقد اعتمد الباحث على أداة أخرى هي برنامج التحليل الإحصائي Nvivo9 حيث استخدم الباحث هذا البرنامج لتسهيل عملية جمع وتنظيم وتحليل البيانات أين تم اعتماده لتصنيف وترميز المحتوى خلال مرحلة التحليل، كأسلوب مكمل لشبكة التحليل، التي تم توظيفها سابقا، وقد ساعد هذا البرنامج الباحث أثناء القياس الكمي والمعالجة الإحصائية للبيانات وبالتالي السرعة في بلوغ النتائج.

وقد خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تمر الصحافة التقليدية بأزمة ثقة أخلاقية ومعنوية حيث تتعرض بشكل متزايد لضغوط القوى الاقتصادية والسياسية.
- تمثل صحافة المواطن دور القوة المضادة في المجتمع خاصة في المجال السياسي من خلال مراقبة الدعاية التي تمارسها الصحافة التقليدية والتي فقدت بعضاً من شرعيتها.
- صحافة المواطن أكثر استقلالية عن القوى الاقتصادية والسياسية وأقل تحيز وأقل رقابة.
- الصحفي المواطن يواجه قيود وصعوبات أقل من الصحفي المحترف، كما أن الصحفيين المواطنين الذين يمارسون دور المراسلين هم في الغالب أكثر اطلاعاً وأكثر خبرة في هذا المجال من الصحفيين المهنيين. (وصول أوسع إلى المعرفة المختلفة). (Bégin, 2014, pp. 173-174).
- تقدم صحافة المواطن معلومات بديلة بدون غريزة أو تحيز إلى جانب ذلك فإن المعلومات المقدمة من طرف المواطنين الصحفيين والمساهمين صالحة، وبهذه الصفة فهي تستحق النشر.
- صحافة المواطن تملأ فجوة المعلومات خاصة على المستوى المحلي، كما يمكن لمواقع صحافة المواطن توسيع تعريف الأخبار وإحداث ثورة في صناعة الإعلام.
- أي مواطن يمكنه المساهمة ليصبح مراسلاً أو صحفياً كما ينبغي تكيف السياسات التحريرية لصحافة المواطن مع الأنواق والاهتمامات ومخاوف المواطنين فيما يرونه أولوية.
- صحافة المواطن تسير بشكل متقدم عن الصحافة التقليدية وذلك لعدة أسباب، وهي مزاياها التكنولوجية كالتوصيل البيئي للشبكة، سرعتها في النشر والفورية في نقل الخبر في الوقت الحقيقي نظراً لوجود مستويات أقل لحراسة البوابة وهو ما يسهل نشر المعلومات بسرعة أكبر.
- إمكانية الوصول السريع للتكنولوجيا تمكن من الاستفادة من وجود مواطنين أعضاء في موقع الحدث وتقديم تغطية عالمية في جميع الأوقات.
- التعاون الذي يسمح به المستخدمون بناء على قوة الرقم وعدد المواطنين المشاركين وعملية الذكاء الجماعي. (Bégin, 2014, p. 174).
- بعض أشكال التكامل بين صحافة المواطن والصحافة التقليدية مرغوبة ومن المرجح أن توفر فهم أفضل للمشهد الإعلامي.
- تقدم الصحافة المواطن معلومات موثوقة لأنها تعتمد على أربعة عناصر هي: التحقق من طرف فريق العمل (الإدارة الخاصة بالموقع، عملية الذكاء الجماعي، الخوارزمية، نظام التصويت).

مواقع صحافة المواطن تتضمن قيم مماثلة للمبادئ المثالية التي تعزز ممارسات أفراد المجتمع، وهذه القيم الرئيسية تتمثل في:

- الإيمان بحرية الفرد وحقه في التعبير.
- الإيمان بتحرير الفرد وعدم الثقة اتجاه المؤسسات السلطوية.
- الإيمان بالقوة الناتجة عن المشاركة والتعاون بين مستخدمي الأنترنت (عملية النزاهة الجماعي).

• أهمية مصداقية وفاعلية المعلومات هي الشرط الأساسي لجدوى صحافة المواطن.

(Bégin, 2014, pp. 174-175)

2.4.1. الدراسات العربية:

خلال مرحلة البحث الاستطلاعي رصدنا مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة الأساسية وبعد مرحلة قراءات مطولة انتقينا هاته الدراسات والتي كانت حسب الباحثة الأقرب للدراسة الحالية، حيث نعرضها على النحو التالي:

الدراسة الأولى: (سعاد فريفت) (الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر - دراسة تحليلية لجريدتي النصر والخبر) وهي رسالة ماجستير غير منشورة بقسم علم الاجتماع بجامعة منتوري قسنطينة، نوقشت سنة 2002.

وتعالج إشكالية الدراسة الضوابط الأخلاقية التي يخضع لها الصحفي الجزائري والتي من شأنها أن تعطي الصحافة بعدها الفكري والتنموي في خدمة المجتمع، حيث طرحت الباحثة جملة من التساؤلات مفادها:

- ما هي الضوابط الأخلاقية التي تحكم العمل الصحفي في الجزائر؟
- ما مدى التزام الصحفي بهذه الضوابط؟
- ما هي أسباب هذا الالتزام أو عدمه؟

وللإجابة على هذه التساؤلات أدرجت الباحثة الفرضيات الآتية:

الفرضية العامة: غالبا ما يلتزم الصحفي في الجزائر بالضوابط الأخلاقية عند ممارسته لمهنته الإعلامية.

الفرضيات الفرعية:

أ- يغلب على الصحفي الجزائري عدم الالتزام الأخلاقي بقواعد الكتابة الصحفية.

مؤشراتهما: فصل الرأي عن الخبر، النقل والافتقار، الدقة، والموضوعية.

ب- يغلب على الصحفي الجزائري عدم الالتزام الأخلاقي بالضوابط التي تحمي المجتمع.

مؤشراتهما: التركيز على مواضيع الجنس والإثارة وطريقة تحليلها.

ت- يغلب على الصحفي الجزائري عدم الالتزام الأخلاقي بالضوابط التي تحمي الأشخاص. (فريفت،

2002، صفحة 8)

مؤشراتهما: القذف، التشهير، انتهاك الحياة الخاصة، الحق في محاكمة عادلة.

ث- يتعرض الصحفي في الجزائر لضغوط مهنية، تمنعه من الالتزام بالضوابط الأخلاقية.

مؤشراتهما: الرقابة، السياسة العامة للجريدة، ندرة مصادر الخبر، القوانين الرسمية.

ج- يتعرض الصحفي في الجزائر لضغوط اجتماعية واقتصادية تمنعه من الالتزام بالضوابط

الأخلاقية.

مؤشراتهما: القيم الثقافية، الأجر، الوسائل الحديثة. (فريفت، 2002، صفحة 9)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية استخدمت الباحثة خلالها منهج تحليل المضمون كما اختارت كعينة للتحليل كل من جريدتي الخبر والنصر وذلك بناء على نمط الملكية وكذا الصدور حيث قامت باختيار 12 لمدة سنة كاملة شملت الجزء الأخير من سنة 2000 والجزء الأول من سنة 2001 وذلك باستخدام العينة العشوائية المنتظمة بأسلوب دوري (أسلوب الشهر الصناعي التكراري) بالإضافة إلى ذلك فقد عمدت الباحثة إلى استخدام المقابلة مع عينة من الصحفيين في كل من الجريدتين عينة الدراسة التحليلية، وذلك باستخدام عينة طبقية عشوائية بسيطة شملت صحفيي النصر وحصر شامل بالنسبة لصحفيي الخبر نظرا لقلّة عددهم.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- نسبة الدقة المحققة في الجريدتين بعيدة جدا عن ما هو مفروض أن تكون عليه حيث كانت جريدة النصر أكثر دقة من جريدة الخبر.

- يشكل الخبر الصحفي أكثر الأشكال التزاما بالدقة.

- تشكل مؤشرات المكان والزمان وذكر الشخصيات أكثر المؤشرات تكرارا كدليل على الدقة. (فريفت،

2002، صفحة 196)

- يسيطر شكلي التحقيق والخبر الصحفي على أعلى درجات الموضوعية

- الموضوعية هدف الجريدتين ولكن طريقة تحقيقها تختلف من جريدة إلى أخرى.

- جريدة الخبر أكثر موضوعية من جريدة النصر.
 - نسبة الموضوعية في الجريدتين بسيطة إذا ما قورنت بما يجب أن تكون عليه. (فريفت، 2002، الصفحات 203-207)
 - لاتبتم الصحافة المكتوبة بالقواعد المهنية إلا بنسبة بسيطة قدرت ب 50 %.
 - يسيطر الخبر والتحقيق الصحفي على أعلى درجات الالتزام.
 - تلتزم الصحافة المكتوبة بالضوابط الأخلاقية التي تحمي الأفراد في حلال كثيرة إلا أنها تتجاوزها في حالات قليلة.
 - تنتشر التجاوزات الفردية أكثر في الموضوعات السياسية.
 - أكثر الفئات تجاوزا لحقوقها الفردية هو الشخصيات العامة.
 - أكثر الأشكال الصحفية التي تظهر فيها التجاوزات أكثرها تعبيراً عن الرأي وإبراز الذاتية.
 - موضوعات الجنس أكثر نشرًا تحت العناوين العادية والممتدة.
 - موضوعات الجريمة أكثر نشرًا تحت العناوين الرئيسية.
 - تحتل الضوابط الأخلاقية التي تحمي الأفراد أعلى درجات الالتزام بنسبة 97.95 %.
 - تحتل القواعد المهنية أدنى نسبة الالتزام بنسبة 53.20% (فريفت، 2002، الصفحات 214-238)
- الدراسة الثانية: (حنان كامل إسماعيل): دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي - الأردن والكويت ومصر أنموذجاً - ، رسالة ماجستير غير منشورة بكلية الإعلام - جامعة الشرق الأوسط بالأردن - نوقشت في 2012.
- وتتناول هذه الدراسة إشكالية دور المواطن الصحفي في تغطية الحراك السوري مهنيًا وموضوعيًا وذلك من وجه نظر قادة الرأي الإعلامي العربي حيث حاولت الباحثة من خلال الدراسة الإيجابية على التساؤلات التالية:
- هل سبب ظهور المواطن الصحفي هو أداء الإعلام الرسمي السوري وعمليات التعتيم والإخفاء الممنهجتين خاصة الإعلام التلفزيوني؟
 - هل استطاع المواطن الصحفي عبر أدواته التكنولوجية كالهاتف المحمول والكمبيوتر الشخصي أن يسد الفراغ الذي صنعه الإعلام الرسمي؟
 - هل كانت تغطية المواطن الصحفي للحراك السوري قائمة على أسس مهنية أو قريبة من المهنية؟

- هل الظروف الصعبة وقلة الموارد الخيرية تساهم في خلق جيل جديد من الإعلاميين غير المدربين وغير المهنيين؟ (اسماعيل، 2012، صفحة 07)

وهل يمكن القبول بأدائهم الصحفي؟

- ماهي الحدود الموضوعية التي يستند إليها عمل المواطن الصحفي أثناء أدائه لدوره في نقل الأخبار؟

- كيف يتقبل قادة الرأي الإعلامي العربي عمل المواطن الصحفي التلفزيوني كمراسل ميداني من قلب الحدث؟ (اسماعيل، 2012، صفحة 07)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، وظفت فيها الباحثة أدواتي الاستبيان والمقابلة الشخصية لرصد آراء قادة الرأي الإعلامي العربي، وذلك في كل من الأردن، الكويت، ومصر حيث تم اعتماد عينة عشوائية عنقودية من قادة الرأي الإعلامي العربي، تمثل عينة مناطقية جغرافية اصطلح على إتباعها في كثير من الدراسات والوثائقيات والمرجعيات الأكاديمية، وهي دول الخليج: وتمثلها الكويت ودول الشمال وتمثلها المملكة الأردنية الهاشمية ودول شمال إفريقيا وتمثلها جمهورية مصر.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التي نورد أهمها:

- أكد جميع أفراد عينة الدراسة وذلك بنسبة 100% أن المواطن الصحفي جاء لاطلاع الرأي العام العالمي على حقيقة ما يجري في سوريا، حيث أكد أفراد عينة الدراسة إن التعتيم الإعلامي كان السبب وراء ظهور المواطن الصحفي.

- ساهمت تكنولوجيا الاتصال في تمكين المواطن الصحفي في نقل الخبر بسرعة وشفافية مدعما بالبراهين الصوتية والصور وذلك بدعم من جهات إعلامية وسياسية رغبة في الحصول على السبق الصحفي. (اسماعيل، 2012، الصفحات 176-178)

- أكد 76.7 % من أفراد عينة الدراسة أن المواطن الصحفي يتصرف بمهنية في تزويده للقنوات التلفزيونية بالأفلام والأخبار وان كان لا يملك أدنى درجات المعرفة بالعمل الصحفي ، في حين أجاب 23.3% من المبحوثين أن المواطن الصحفي قليلا ما يتصرف بمهنية.

- كما أفضت نتائج المقابلات التي أجرتها الباحثة مع عدد من قادة الرأي الإعلامي العربي إلى انه لا يمكن ضبط صدقية صحافة المواطن خاصة في ظروف الثورات والحروب ولو تم العمل على ضبطها

لصارت خاضعة لنفس ضوابط الإعلام التقليدي وهو ما يستوجب تثبيت أخلاقيات مهنية خاصة بصحافة المواطن.(اسماعيل، 2012، الصفحات 178-179)

- إن صحافة المواطن هي هوية وصدفة وتجربة عابرة لا توجد لها ضوابط محددة ولا رقابة عدا الرقابة الذاتية، كما أنها غير مدفوعة الأجر ولا تحتاج إلى تدريب وتأهيل وخبرة.

- أكدت نتائج الدراسة الميدانية أن 58% من أفراد العينة يرون بان احد أهم أسباب صناعة جيل جديد من الإعلاميين هو استمرار ثورات الربيع العربي.(اسماعيل، 2012، صفحة 180)

الدراسة الثالثة: (شريف درويش اللبان) "الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد" دراسة منشورة بمجلة رؤى إستراتيجية جوان 2014، وتتناول هذه الدراسة مشكلة الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد سواء ذات العلاقة بالإطار الأخلاقي العام والمتمثل في ميثاق الشرف الأخلاقية "code of Ethics" أو التشريعات القانونية التي تحاول أن تضع الإطار القانوني والتشريعي الحاكم لهذا النمط المستحدث من الإعلام، وقد حاول الباحث من خلال هذه الدراسة الإجابة على التساؤلات التالية:

1- ما هي الضوابط المهنية الحاكمة لآليات الممارسة للإعلام الجديد، سواء فيما يتعلق بالمعايير التقنية أو المعايير الأخلاقية؟

2- ما الضوابط الأخلاقية للإعلام الجديد، والتي يمكن أن تعمل على ترشيد الممارسة الإعلامية للإعلام الجديد؟

3- كيف تم التعامل مع حالة الفراغ القانوني والتشريعي في هذا النوع المستحدث من الإعلام؟

4- ما هي البيئة القانونية والتشريعية الحاكمة للإعلام الجديد؟ (اللبان، 2014، صفحة 100)

وقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح "Survey method"، وذلك من خلال مسح الممارسات التقنية للعاملين في الإعلام الجديد من جهة، ومسح الممارسات المهنية لاستخلاص الأسس المهنية التي يجب أن يقوم عليها الإعلام الجديد من جهة أخرى، كما تم توظيف هذا المنهج لمسح الجوانب الأخلاقية للإعلام الجديد المتمثلة في ميثاق الشرف الإعلامية ومسح القوانين والتشريعات التي يمكن أن تمثل إطاراً قانونياً للإعلام الجديد.(اللبان، 2014، صفحة 100)

كما استعان الباحث في إطار إنجازه لهذه الدراسة بأداتين أساسيتين لجمع المعلومات هما أداة التحليل من المستوى الثاني لتحليل كل ما وقع بين يدي الباحث أو معظمه لاستخلاص الضوابط التي تحكم الإعلام الجديد، في حين تتمثل الأداة الثانية في تحليل الوثائق "documents analysis" لتحليل

بعض مواثيق الشرف الإعلامي والتشريعات أو القوانين التي توطر البيئة القانونية التي تحكم الإعلام الجديد.

وقد توصل الباحث إلى جملة من النتائج نوردها كما يلي:

- إن الضوابط المهنية للإعلام الجديد يمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين هما: الضوابط والمعايير التقنية والتكنولوجية، والمعايير المهنية المتعلقة بالجانب الأخلاقي والقانوني حيث تشكلان منظومتان متكاملتان لتقديم إعلام يتسم بالحرفية والمهنية، فالجوانب التقنية مثل توظيف الروابط التشعبية والنص الفائق والوسائط المتعددة والتفاعلية تعمل على تصنيف المصادقية لهذا النوع من الإعلام، وبكفل له زيادة أعداد المتابعين، وبالتالي لا يمكن إغفالها لكونها مكون مهم لإرساء المعايير المهنية التي يحتاجها هذا النمط الإعلامي المستحدث.

وقد صنف الباحث المعايير التقنية للإعلام الجديد في:

تعدد مهارات القائم بالاتصال على الإنترنت ومنها: التحرير الإلكتروني، توظيف الروابط التشعبية، مهارات كتابة الأخبار على الإنترنت، مهارات البحث في شبكة الإنترنت، مهارات توظيف الوسائط المتعددة، مهارات التعامل مع صحافة المواطن.

كما توصل الباحث أيضا من خلال دراسته إلى نتائج جوهرية أردنا التركيز عليها سيما وأنها تتقاطع بشكل مباشر مع دراستنا، حيث تناول الجوانب الأخلاقية والمهنية لصحافة المواطن والتي عمد إلى تقسيمها إلى قسمين: جوانب إيجابية وجوانب سلبية.

الجوانب الإيجابية:

- «يقدم المجال العام - الإعلام البديل - الأصوات المعارضة والمتحررة للمواطنين الصحفيين كيف (تقرأ وتسمع وتشاهد) ومن ثمة ندون تعليقات الفرد حولها، المستخدم للإعلام البديل سواء بالنقد أو التأييد أو المعارضة والرفض أو الالتزام الحياد.
- الكثير من الناشرين يؤكدون أن صحافة المواطن تعد وسيلة لتمكين الجماهير (لتقول كلمتها) (have yoursay)». (اللبان، 2014، صفحة 116)

- «وفي ظل ديمقراطية الإعلام الجديد، يمارس المستخدم الإعلام البديل دور حارس البوابة على كل ما يكتب ويدون وينشر من أخبار وصور وفيديو فضلا على أنه يضع ويرتب الأجندة التي تقرر أولوية الأخبار التي تنشر». (اللبان، 2014، صفحة 116)

■ يتميز المواطن الصحفي بأنه صحفي مستقل وحر من أي ضغوط إعلانية أو أي انتماءات تنظيمية أو مؤسسية، حيث يقدم للناس بوصفه صوتا مستقلا الأمر الذي أسهم في تحول مئات الآلاف من المواطنين إلى وكالات أنباء متحركة لمعرفة ما يحدث على أرض الواقع في المناطق المشتعلة بالأحداث، ولاسيما عندما يتعلق الأمر بفقدان الإعلام السائد للموضوعية والمصداقية لدى قطاع عريض من الجمهور في المجتمع، نتيجة سيطرة حالة الشك في حرية وموضوعية تغطيته للعديد من القضايا التي تشغل اهتمام الرأي العام.

- الإعلام الجديد يقدم الحقيقة "truthfulness" للأحداث، كما أنه أقل تحيز لأي طرف من أطراف الخبر، ويتيح الوصول إلى المعلومات، وأكثر حرية في تغطية ما يتم رؤيته، حيث تتعد فيها الرؤى والتصورات والأفكار، وخاصة المداخل القيادية المضادة والآراء والأفكار - والتوجهات، كما أنه يتمتع بدرجة كبيرة جدا من الشفافية. (اللبان، 2014، الصفحات 116-117)

الجوانب السلبية:

وقد أجملها الباحث في:

- يفقد الإعلام الجديد إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية والعمل الصحفي والقيم المهنية التي تحكم طبيعة العمل، خاصة المصداقية والموضوعية في الموضوعات التي يتناولها.
- إن حرية الدخول والخروج من دون تحديات ومراقبة على المواطنين الموجودين على شبكة الانترنت ساعد في ظهور مصالح تجارية خبيثة وعمليات إجرامية، بالإضافة إلى التدوين المزيف الذي يروج للشائعات والأخبار الكاذبة، والذي أسهم في تشكيل المواقف الخاطئة وصناعتها تحت مظلة المواطن الصحفي.
- إن الافتقار إلى أي سند تشريعي يحدد مفهوم العاملين في الإعلام البديل، ويسمح لأي فرد أن يطلق على نفسه مواطنا صحفيا وعين المواطنين "Citizeneye" وأن يسمى نفسه من دون الرجوع إلى مرجعية معينة. (اللبان، 2014، صفحة 117)

الدراسة الرابعة: (عبد الجليل حسناوي) (أخلاقيات المهنة في القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر - دراسة وصفية تحليلية من خلال صحيفتين وجمهور قناة النهار (TV)، وهي مذكرة ماجستير غير منشورة تخصص إعلام واتصال بجامعة الجزائر 03، سنة 2014).

وتتناول إشكالية هذه الدراسة التجربة الإعلامية في الجزائر بعد إنتاج القطاع السمعي -البصري وظهور القنوات الخاصة، وذلك بغية التعرف على مدى التزامها بالأخلاقيات والضوابط المهنية خاصة

في ظل الانزلاقات الأخلاقية والمهنية التي يشهدها الإعلام المرئي الخاص في الجزائر، وهو ما دفع الباحث لطرح التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو واقع أخلاقيات المهنة من خلال الممارسة الإعلامية لقناة النهار (TV)؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- 1- هل تعتقد القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر بأخلاقيات المهنة؟
- 2- ما مدى وعي صحفيي قناة النهار (TV) بقواعد السلوك المهني وأخلاقيات المهنة؟
- 3- ما مدى التزام صحفيي قناة النهار بأخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية؟
- 4- ما هي أهم التجاوزات غير الأخلاقية التي وقعت فيها قناة النهار؟
- 5- ما هي العوامل المؤثرة في السلوك المهني للصحفيين؟
- 6- إلى أي مدى اهتمت التشريعات الإعلامية في الجزائر بأخلاقيات المهنة؟ (حسناوي، 2014، صفحة 07)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية اعتمد فيها الباحث على المنهج الوصفي من أجل تحصيل المعلومات والبيانات المطلوبة، وذلك من خلال تطبيق استمارة استبيان كأداة بحثية على عينة قصدية شملت صحفيي قناة النهار (TV)، إلى جانب عينة أخرى من طلبة الدراسات العليا ماجستير ودكتوراه بجامعة الجزائر 03 باستخدام نفس أسلوب المعاينة ألا وهو العينة القصدية، كما دعم الباحث دراسته بإجراء مقابلة مع رئيس تحرير قناة النهار (TV).

وقد أفضت الدراسة إلى بلوغ النتائج التالية:

- أغلب أفراد العينة ذوو خبرة متواضعة في العمل الإعلامي تتراوح بين (1-3) سنوات بنسبة 73.3%.
- يرى 40% من أفراد العينة أن فتح قطاع السمعي البصري كان استجابة لضغوط داخلية وخارجية.
- يرى 46.7% من أفراد العينة أن فتح قطاع السمعي -البصري هو تكريس لحرية الرأي والتعبير.
- يعتبر 80% من أفراد العينة الأداء الإعلامي للقنوات الخاصة بالمتوسط أي أنه ينطوي على سلبيات وإيجابيات.
- يقر 78.3% من أفراد العينة عن وجود تجاوزات وقعت فيها القنوات الخاصة.
- يرى 60% من أفراد العينة أن المحافظة على سمعة المؤسسة هي أهم عامل يجعلهم يلتزمون بأخلاقيات المهنة.

- يرى 76.7% أن تعرضهم للرقابة يفسر وقوعهم في تجاوزات غير أخلاقية.
- يرى 43.2% من الصحفيين أن القانون العضوي للإعلام 2012، ناقص. (حسناوي، 2014، الصفحات 213-215)

• النتائج الجزئية الخاصة بالجمهور وتمثلت في:

- 90% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الخاصة.
- أغلب الجمهور يرى أن الأداء المهني للقنوات الخاصة متوسط بنسبة 42.8%.
- يؤكد أغلب الجمهور بنسبة 77.7% أن الأداء الإعلامي لقناة النهار سيء وكارثي نظرا للعديد من التجاوزات التي وقعت فيها.
- يرى 66.7% من الجمهور أن التشريعات الإعلامية في الجزائر لم تولي الاهتمام الكافي بأخلاقيات المهنة.

- يعارض 50.8% من الجمهور تشكيلة سلطة الضبط وخاصة أنها لا تحتوي على أصحاب الاختصاص. (حسناوي، 2014، الصفحات 216-218)

الدراسة الخامسة: (راضية قراد) (الصحافة المكتوبة وأخلاقيات الممارسة في الجزائر - دراسة ميدانية بمؤسسات صحفية - وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص اتصال وعلاقات عامة بكلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري جامعة قسنطينة 03، الجزائر، نوقشت سنة 2016. حيث سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة لتسليط الضوء على واقع ممارسة أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة في الجزائر، وقد جاء التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة كالآتي:

ما هو واقع ممارسة أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة بالنسبة للصحفي الجزائري؟

وللإجابة على هذا التساؤل الرئيسي قامت الباحثة بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما مدى أهمية أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة بالنسبة للصحفي الجزائري؟
- 2- ما هي العوامل المؤثرة على عناصر السلوك المهني أثناء ممارسة الصحفي الجزائري للمهنة؟
- 3- ما هي مكانة أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة ضمن التشريع الإعلامي بالنسبة للصحفي

الجزائري؟ (قراد، 2016، الصفحات 2-5)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية استخدمت الباحثة خلالها المنهج الوصفي بشقيه الوصفي والتفسيري وذلك لمعرفة واقع ممارسة أخلاقيات الصحافة المكتوبة على عينة من الصحفيين الجزائريين، وكذا التعرف على أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال التشريعات الإعلامية الجزائرية.

كما أدرجت الباحثة مجموعة من الفرضيات لمساعدتها في الإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وتتمثل هذه الفرضيات في:

الفرضية الأولى: تكتسي مهنة الصحافة المكتوبة أهمية قانونية لدى الصحفي الجزائري. مؤشراتها العامة:

- قوانين الإعلام من مصادر أخلاقيات المهنة.

- ضرورة التنظيم المهني والهيئات المهنية.

- الضوابط القانونية التي تحكم أخلاقيات المهنة.

الفرضية الثانية: هناك تباين في العوامل المؤثرة على عناصر السلوك المهني لدى الصحفي الجزائري.

مؤشراتها العامة:

- الالتزام بأهم عناصر السلوك المهني (التفكير الأخلاقي، الالتزام بالمصداقية والموضوعية، الالتزام بالسر المهني، الاستقلالية والنزاهة الصحفية).

- تحمل ما يتم نشره من أخبار ومعلومات.

- تضيق الخناق على ممارسة عناصر السلوك المهني من خلال (الرقابة، الاحتكار، الإعلان، الرشوة، الافتراءات). (قراد، 2016، صفحة 20)

«الفرضية الثالثة: يحتل موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة المكتوبة موقعا ضمن التشريع الإعلامي الجزائري.

مؤشراتها العامة:

- مضمون القانون العضوي للإعلام 2012.

- ميثاق المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة الصحفية.

- حملة الحقوق والواجبات الخاصة بالممارسة المهنية. (قراد، 2016، الصفحات 20-21)

أما فيما يخص عينة الدراسة فقد استخدمت الباحثة العينة القصدية والتي شملت 100 صحفي محوثة على مستوى مراكز الصحافة بالجزائر العاصمة، حيث حرصت الباحثة أن تكون لغة الصدور ونوع ملكية الصحيفة حاضرتين إذ تم توزيع الاستمارات على صحفيي العناوين الآتية: الخبر، الشروق، الفجر، النهار الجديد، آخر ساعة، الجزائر نيوز، المساء، الشعب،

عنصر المصادفة في التوزيع وذلك أثناء توزيع الاستمارات على الصحفيين عينة الدراسة. من ناحية أخرى وظفت الباحثة عدة أدوات لجمع البيانات العلمية للكشف عن واقع الصحافة المكتوبة وأخلاقيات الممارسة المهنية من خلال الزيارات الميدانية التي قامت بها للمكاتب الصحفية المذكورة سالفا، إلى جانب المقابلة كأداة أخرى ثانوية لجمع المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة من خلال الاحتكاك بذوي الاختصاص من أساتذة وصحفيين ومحررين. وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- الاتجاه الإيجابي لأفراد العينة نحو مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية والمتمثل في جملة من المبادئ القانونية والمعايير والقيم التي تنظم مهنة الصحفي واعتبار أن قوانين الإعلام هي أهم مصادر هذه الأخلاقيات.
- حسب رأي أفراد عينة الدراسة يتضح ضرورة التنظيم المهني والهيئات المهنية لأخلاقيات المهنة الصحفية وفقا لمتغير ملكية الصحيفة ولغة صدورها.
- يؤكد أفراد عينة الدراسة أن الضوابط القانونية هي التي تتحكم أكثر في أخلاقيات المهنة الصحفية وفق الملكية ولغة الصدور الصحفية (عمومية بالعربية، خاصة بالعربية، عمومية بالفرنسية، خاصة بالفرنسية).
- ترى عينة الدراسة أن مبادئ وقواعد أخلاقيات المهنة هي قواعد السلوك المهني وفقا للتخصص الدراسي الذي يلعب دورا هاما في معرفة هذه المبادئ.
- وفقا لأفراد العينة يتضح أن وسائل ترسيخ أخلاقيات المهنة التي يعتمد عليها الصحفي لتوجيهه وإرشاده أثناء الممارسة هي تصحيح الفهم الديني والوطني للمهنة وهذا وفقا لمتغير الأقدمية في العمل. (قراد، 2016، صفحة 290)
- يؤكد الصحفيون عينة الدراسة رأيهم الدائم في التفكير الأخلاقي قبل نشر أي مادة صحفية وفقا لملكية الصحيفة ولغة صدورها، بالإضافة إلى متغير الرتبة المهنية، حيث يؤثر السلم الوظيفي داخل المؤسسة الصحفية على مدى الالتزام بالتفكير الأخلاقي.
- دائما ما يتأكد أفراد عينة الدراسة من مضمون الأحداث والوقائع قبل نشر أي معلومات صحفية لتحقيق السبق الصحفي وفقا للمرتبة المهنية.

- يتفق أفراد عينة الدراسة على أن مصداقية مضمون الوسائل الصحفية تكون من خلال مصداقية المحرر والقائم بالاتصال وفقا لمتغير الرتبة المهنية.
- يؤكد أفراد العينة على أنه دائما ما يتحمل الصحفي مسؤولية ما يتم نشره من معلومات وأخبار صحفية وفقا لمتغير الملكية ولغة صدور الصحيفة.
- يتفق أفراد عينة الدراسة على أن التشريعات الإعلامية كفيلة بتنظيم أخلاقيات الممارسة المهنية وفقا لمتغير ملكية ولغة صدور الصحيفة.
- يتفق أفراد عينة الدراسة على أن النظام الحاكم في الجزائر يسمح للصحافة المكتوبة بنقله وهذا بالرجوع إلى ملكية الصحيفة ولغة صدورها.
- اتضح اتفاق عينة الدراسة فيما يخص معدل تقديرهم ومعرفتهم للمسؤوليات القانونية والأخلاقية وفقا لما ينص عليه القانون العضوي 2012، وميثاق المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة، وهو معدل منخفض وفقا لمتغير ملكية الصحيفة ولغة صدورها. (قراد، 2016، الصفحات 290-292)
- وقد أكدت هذه النتائج صحة الفرضيات الثلاث التي وضعتها الباحثة في بداية هذه الدراسة.
- الدراسة السادسة: (حاتم علي مصطفى العسولي) المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية- دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز - وهي أطروحة دكتوراه غير منشورة بكلية الإعلام - جامعة العلوم والتكنولوجيا بالسودان - نوقشت في 2017.
- تتناول إشكالية هذه الدراسة واقع المعايير المهنية والأخلاقية في الصحافة الالكترونية الفلسطينية تمحورت أهم تساؤلاتها في:
- ما مدى مراعاة الصحافة الالكترونية للمعايير المهنية في النشر الالكتروني؟
- ما هي آليات تحديد المسؤولية فيما تنشره الصحافة الالكترونية؟
- ما دور المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية في كفالة حرية الرأي والتعبير وموثيق الشرف المهنية؟
- ما هي الأسباب التي تحول دون مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية في النشر الالكتروني؟
- ما مدى الحاجة إلى ترسيخ ضوابط قانونية وتشريعية ترتقي بالصحافة الالكترونية الفلسطينية؟ (العسولي، 2017، صفحة 06)
- ما مدى تأثير النسيج الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والفكري بالنشر الالكتروني غير المهني في فلسطين؟

- ما مدى تأثير التوجهات السياسية والاجتماعية والعقائدية والفكرية للقائم بالاتصال على المضمون الإخباري؟

ما هي الطرق والآليات التي من شأنها توفير حماية قانونية للمحتوى الإعلامي في الصحافة الإلكترونية؟

- ما هو تأثير تدني المستوى المهني للقائم بالاتصال على المضمون الإخباري؟

ما هو تأثير تدني المستوى المهاري والتدريب للقائم بالاتصال على المضمون الإخباري؟

- ما مدى تأثير رؤساء التحرير وملاك الصحف على عمل القائم بالاتصال؟

- ما عوامل زيادة الفاعلية وتطوير الأداء الصحفي؟ (العسولي، 2017، صفحة 07)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية اعتمد فيها الباحث على منهج المسح الوصفي، المنهج التحليلي وكذا المنهج المقارن، أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فقد استخدم الباحث أداتي تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، حيث استعان بتحليل المضمون لمواقع الصحف الإلكترونية عينة الدراسة وفق أسلوب الأسبوع الصناعي وذلك لمدة 6 أشهر، في حين اعتمد الباحث على استمارة الاستبيان على عينة من الصحفيين والمختصين المتابعين لمواقع الصحف الإلكترونية المذكورة وفق عينة قصدية بلغت 90 مفردة.

وقد أفضت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

- الصحافة الإلكترونية الفلسطينية تراعي أحياناً المعايير المهنية والأخلاقية في النشر الإلكتروني، بسبب تأثير التوجهات السياسية والعقائدية والفكرية.

- عدم إقرار ضوابط وتشريعات قانونية يشجع على عدم مراعاة المعايير المهنية والأخلاقية في النشر الإلكتروني

- النشر الإلكتروني غير المهني يؤثر على النسيج الاجتماعي والاقتصادي والسياسي والفكري بدرجة كبيرة

- إن المسؤولية الاجتماعية والضوابط التشريعية تقيد القائم بالاتصال للالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية.

- إن المسؤولية الاجتماعية والضوابط التشريعية تقيد القائم بالاتصال للالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية

- تفرد صحيفة القدس مساحات واسعة لتغطية الأحداث السياسية الجارية، و تستخدم أشكال تحريرية وفنية متنوعة.

- توفير حماية قانونية للمحتوى العالمي الفلسطيني من الانتهاكات والقرصنة التي يتعرض لها يزيد من درجة فاعليته بدرجة كبيرة .

- توسيع نطاق التغطية العالمية والالتزام بالمصداقية والمهنية يسهم في زيادة متابعة وفاعلية الصحافة الإلكترونية الفلسطينية. (العسولي، 2017، صفحة 133)

- من العوامل المؤثرة في تطوير الأداء الصحفي: (الالتزام بميثاق شرف المهنة، زيادة الاهتمام بالتدريب المهني المتخصص).

- الأخبار والتقارير أكثر الأشكال التحريرية والفنية التي تستخدمها صحيفتي القدس ونيويورك تايمز - تهتم صحيفتي القدس ونيويورك تايمز بالأحداث السياسية، أكثر من الأحداث الثقافية والاجتماعية والدينية.

- إن صحيفة القدس لم تأتي على ذكر المصدر فيما نسبته 9.33% من المواد المنشورة فترة الدراسة التحليلية.

- إن صحيفة نيويورك تايمز أكثر التزاما بالمعايير المهنية في النشر الإلكتروني. (العسولي، 2017، صفحة 133)

الدراسة السابعة: (شهرزاد بن عمار) (أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة-دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين) وهي عبارة عن أطروحة دكتوراه غير منشورة تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، بقسم العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، نوقشت سنة 2019.

حيث سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة مدى التزام الصحفي الجزائري بأخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة ومتغيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وذلك في سياق التساؤل الرئيس التالي:

ما مدى التزام الصحفي الجزائري بأخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة؟

وللإجابة عن هذا الإشكال أدرجت الباحثة مجموعة من التساؤلات الفرعية مفادها:

- ما هي عادات ونماط استخدام الصحفيين الجزائريين لوسائط الميديا الجديدة؟

- ما مدى التزام الصحفيين الجزائريين بأخلاقيات المهنة الصحفية أثناء استخدامهم لوسائل الإعلام الجديدة؟

- ما هي تمثيلات الصحفيين الجزائريين لموضوع أخلاقيات الإعلام في ظل الميديا الجديدة؟ (بن عمار، 2019، الصفحات 18-19)

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية إذ اعتمدت فيها الباحثة على منهج المسح الاجتماعي إلى جانب المنهج الوصفي، كما استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان الإلكتروني كأداة لجمع بيانات الدراسة حيث تم تقسيم الاستبيان إلى مجموعة من المحاور بحسب إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

كما اعتمدت الباحثة أيضا فيما يخص العينة على العينة القصدية التي شملت 150 مفردة من مجتمع البحث، والمتمثل في الصحفيين الجزائريين الذين يستخدمون مواقع شبكات التواصل الاجتماعي وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

يعتمد الصحفيون الجزائريون على مواقع الشبكات الاجتماعية في العمل الصحفي بنسبة 93% وتمثلت هذه الاستخدامات في:

- 19.8% من الصحفيين يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية للتواصل مع زملاء المهنة.

- 18.8% من الصحفيين يعتمدون على مواقع الشبكات الاجتماعية لمتابعة الأخبار المحلية و16% منهم لمتابعة الأخبار الدولية.

- يعتمد الصحفيون الجزائريون على مواقع الشبكات الاجتماعية للتفاعل مع الجمهور والحصول على الأخبار ونشر الأخبار بنسب متقاربة قدرت بـ 12.5% للتفاعل مع الجمهور ونشر الأخبار، وبنسبة 12% للحصول على الأخبار [...] كما صرح 46% بأنهم قاموا سابقا بنشر أخبار وتبين أنها غير صحيحة في حين صرح 53% بأنهم لم يقوموا أبدا بنشر أخبار خاطئة عبر وسائل الميديا الجديدة.

- صرح 93% من الصحفيين بأنهم لم يتعرضوا مطلقا لمسائل أخلاقية بسبب مادة نشرت عبر مواقع الشبكات الاجتماعية. (بن عمار، 2019، صفحة 186)

- أجاب 68% من الصحفيين أن استخدام الميديا الجديدة لم يؤثر على أخلاقيات الإعلام في حين أجاب 32% عكس ذلك.

- صرح عدد كبير من الصحفيين أنه لأخلاق الممارسة الإعلامية في ظل الميديا الجديدة لابد القيام بدورات تدريبية للصحفيين حول الاستخدام الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي، فيما صرح البعض

أنه يجب تدريس قواعد استخدام المواقع في أقسام الإعلام على مستوى الجامعات، وصرح البعض أنه يجب وضع ميثاق أخلاقي لضبط استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى الصحفيين [...] - أجاز الصحفيين على أن أكثر التأثيرات التي أحدثتها الميديا الجديدة على أخلاقيات الصحافة جاءت على مستوى المحافظة على السر المهني، حفظ كرامة الإنسان، وعلى مستوى دقة الأخبار ومصداقيتها ومعالجتها الموضوعية. (بن عمار، 2019، الصفحات 186-187)

3.4.1. موقف الدراسة الحالية من الدراسات السابقة:

تعد جل الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية، وذات علاقة مباشرة بها، حيث تشترك معها في متغير أساسي والمتمثل في أخلاقيات المهنة ما عدا الدراسة الأجنبية لـ "Patrice Bégin"، ودراسة حنان كامل إسماعيل والتي تركز بشكل أساسي على متغير صحافة المواطن ويظهر متغير الأخلاقيات والضوابط المهنية بشكل أساسي من خلال محاور الدراسة، إشكالياتها كذا ونتائجها.

والملاحظ أن الدراسات السابقة التي تم عرضها والتفصيل في جوانبها المختلفة سيما المنهجية منها، تتفق مع الدراسة الحالية في نقاط وزوايا معينة في حين تختلف عنها في نقاط وزوايا أخرى بعد الاطلاع الوافي والمعمق لكل الدراسات التي تم عرضها آنفا نورد أهم نقاط الاتفاق في ما يلي:

■ أوجه الاتفاق:

تتشترك الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في اهتمامها بموضوع الضوابط الأخلاقية والمهنية لوسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة، حيث ركزت دراسة "Patrice Bégin"، والتي تتناول صحافة المواطن من عدة جوانب بما فيها الشق الأخلاقي والمهني من خلال رؤية تحليلية لعينة من مواقع صحافة المواطن الأكثر انتشارا على الصعيد الأوروبي والعالمي، إلى جانب دراسة "حنان كامل إسماعيل" التي ركزت على المواطن الصحفي ومدى التزامه بالمعايير والضوابط الأخلاقية في تغطيته للحراك السوري وذلك من منظور قادة الرأي الإعلامي العربي.

كما أكدت معظم الدراسات السابقة على ضرورة التزام وسائل الإعلام بنوعيتها (التقليدية والجديدة) بالمعايير والضوابط الأخلاقية والمهنية للحفاظ على مصداقية وشفافية مضامينها، حيث أكدت جل الدراسات المذكورة على أهمية الشق الأخلاقي للممارسة المهنية وذلك بغض النظر على

نوع الوسيلة الإعلامية وخصوصياتها ودرجة حدائتها وانتشارها الجماهيري، كون الشق الأخلاقي ركن أساسي للممارسة الإعلامية.

■ أوجه الاختلاف:

أما فيما يخص أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة التي تم التطرق لها، فيمكن لنا رصدتها في النقاط التالية:

- اختلافها من ناحية الموضوع، ففي حين يدور موضوع الدراسة الحالية حول أخلاقيات المهنة الصحفية من خلال مضامين صحافة المواطن وفق رؤية تحليلية لصفحات الشبكات الإخبارية العربية الخاصة بصحافة المواطن، والناشطة عبر موقع الفاييس بوك، إلى جانب شق ميداني حاولنا من خلاله رصد آراء الصحفيين المهنيين حول مدى التزام صحافة المواطن العربية بالضوابط الأخلاقية والمهنية فإن الدراسات السابقة تناولت:

- دراسة "Patrice Bégin"، الصحافة والمجتمع ممارسات وخطابات صحافة المواطن.
- دراسة سعاد فريفت "الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر"- دراسة تحليلية لجريدتي الخير والنصر -.
- دراسة "حنان كامل إسماعيل" دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الراي الإعلامي العربي - الأردن والكويت ومصر أنموذجا -.
- دراسة درويش شريف اللبان "الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد.
- دراسة عبد الجليل حسناوي "أخلاقيات المهنة في القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر - دراسة وصفية تحليلية من خلال صحفيين وجمهور قناة النهار (TV) -".
- دراسة راضية قراد، الصحافة المكتوبة وأخلاقيات الممارسة في الجزائر - دراسة ميدانية بمؤسسات صحفية".
- دراسة "حاتم علي مصطفى العسولي" المعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية دراسة تحليلية مقارنة بين صحيفتي القدس ونيويورك تايمز -.
- دراسة شهرزاد بن عمار، أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة - دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين.

وبالرغم من أن الدراسات السابقة التي تم عرضها تتقاطع مع الدراسة الحالية، من حيث تركيزها وتأكيداتها على أهمية الشق الأخلاقي للممارسة الإعلامية، إلا أنها تختلف مع دراستنا من حيث المجال

الزماني والمكاني، وكذا المداخل النظرية التي تم تبنيها لمعالجة الموضوع وكذا أدوات جمع البيانات المستخدمة، وتجدر الإشارة إلى أن دراسة سعاد فريبط، عبد الجليل حسناوي، حاتم علي مصطفى العسولي، كانت الأقرب لموضوع دراستنا من حيث الإجراءات المنهجية المتبعة.

■ أوجه الاستفادة:

حاولنا في عرضنا للدراسات السابقة تجاوز إشكالية عرضها كمجرد عنصر شكلي ومحاولة التعمق في الاطلاع عليها وتفكيك جوانبها المنهجية والنظرية بشيء من التمحيص، وقد كانت الاستفادة منها كبيرة بالنسبة للباحثة وهو ما يتجلى في الجوانب التالية:

- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في بناء الإطار المنهجي للدراسة وصياغة تساؤلاتها وكذا فروضها، ونذكر في هذا المقام دراسة سعاد فريبط كونها دراسة تحليلية بالأساس والتي استفدنا منها أيما استفادة سيما في صياغة الفرضيات وكذا بناء فئات التحليل الخاصة بدراستنا، إلى جانب دراسة درويش شريف اللبان ودراسة " Patrice Bégin "، ودراسة حاتم علي مصطفى العسولي، حيث اعتمدنا على الدراسات المذكورة كأداة توجيهية سواء في بناء الجانب المنهجي أو التحليلي للدراسة خاصة ما تعلق منه بالمعايير التقنية التي تتطلبها صحافة المواطن، وهو الجانب المهم الذي استطاعت الباحثة فهمه والتعمق فيه بشكل جيد بعد الاطلاع على الدراسات المذكورة، حيث ركزت هذه الأخيرة على أهمية المعايير التقنية بالنسبة للمشهد الإعلامي الجديد، الذي أضحت التطورات التقنية إحدى حلقاته الأساسية سيما وان الاستخدام الارتجالي الذي لا يستجيب لمتطلبات النص والتقنية والتفاعل لا يمكن أن يخلق بأي شكل من الأشكال إعلاما فاعلا، فقد أصبح للمعايير التقنية والتكنولوجية انعكاسات وتجليات مضمونية بارزة إذ يمكن من خلالها التأكد من صحة المعلومات ومدى موثوقيتها الذي فهي تعد جانبا مكملا للمعايير المهنية حيث سنحاول التفصيل في ماهية المعايير التقنية لاحقا ومحاولة إسقاطها على الجانب التحليلي للدراسة.

أما باقي الدراسات السابقة فقد تم الاستفادة منها أيضا بدرجات متفاوتة خاصة في إثراء الجانب النظري وكذا بناء استمارة المقابلة بالنسبة للشق الميداني للدراسة وقياس المتغيرات والتوظيف الأمثل للأساليب الإحصائية واستخراج النتائج.

- كما تم الاستفادة من قائمة المراجع المذكورة في كل دراسة، والتي عملت على توجيه الباحثة نحو الأوعية المعلوماتية المطلوبة

وتجدر الإشارة إلى ندرة الدراسات التي تعنى بالأخلاقيات والضوابط المهنية التي تحكم الممارسات الإعلامية الجديدة التي تتم في ظل الإعلام الجديد وتطبيقاته وذلك على المستوى المحلي وكذا العربي وهذا في حدود ما اطلعت عليه الباحثة، وهو ما جعلنا نستعين بمذكرات الماجستير والدراسات المنشورة في المجالات العلمية.

■ تحديد المفاهيم:

من أساسيات البحث العلمي ضرورة ضبط وتحديد المفاهيم التي سيتم اختبارها ودراستها وكذا المفاهيم التي أوردها الباحث في صياغته للتساؤلات والفرضيات، والتي قد يكتنفها الغموض أو تكون غير مألوفة وبالتالي محاولة ضبطها بشكل دقيق حتى لا يساء فهمها وتفسيرها، مما يمكن الباحث من تكوين إطار مرجعي يساعده في باقي خطوات البحث ويعطيه إمكانية التعامل مع المشكلة بشكل واضح ودقيق.

وفي سياق هذا البحث سنتناول جملة من المفاهيم التي تشكل المتغيرات الأساسية للدراسة الحالية إلى جانب المفاهيم الأخرى ذات العلاقة المباشرة بالإشكالية وتساؤلاتها، حيث سنتطرق لكل من مفهوم الأخلاق، الأخلاقيات، الأخلاقيات المهنية، الأخلاقيات الصحفية وكذا صحافة المواطن.

تعريف الأخلاق:

لغة: أشار محمد عابد الجابري إلى أن «الأخلاق لغة مشتقة من لفظ "خلق" وجمعها أخلاق» (الجابري، 2001، صفحة 32)، كما ورد في لسان العرب لابن منظور «الخلق "بمعنى السجية والخلق بضم اللام وسكونها هو الدين والطبع والسجية، وحقيقته أن صورة الإنسان الباطنة وهي نفسه وأوصافها ومعانيها المختصة، ولهما أوصاف حسنة وقبيحة، والثواب والعقاب يتعلقان بأوصاف الصورة الظاهرة» (ابن منظور ابو الفضل، 2005، صفحة 203).

أما في اللغات الأجنبية فقد اشتقت لفظة Ethic من كلمة "Ethike" والتي أخذت بدورها من صفة "ethikos" في اللغة اليونانية وأصل هذه الصفة كلمة "ethos" والتي تحيلنا على معنيين: المعنى الأول وهو المكان أو الموطن الذي يعيش فيه الحيوانات والبشر، أما المعنى الثاني فهو العرف والتقليد أما عندما يستخدم بصيغة الجمع فيعني عادات وآداب حسنة. (Muge, 2011, p. 538)

كما جاء تعريف الأخلاق في المعجم الفلسفي بأنها "شكل من أشكال وعي الإنسان، يقوم على ضبط وتنظيم سلوك الإنسان في كافة مجالات الحياة الاجتماعية [...] وأن للأخلاق جانبا نفسيا باطنيا وجانبا سلوكيا ظاهريا" (حجام، 2014، صفحة 10)

«ويطلق مصطلح الأخلاق على مجموعة السلوكات والأفعال التي يمارسها الفرد من خلال اتصالاته وتفاعلاته مع بني جنسه، ومع جميع المخلوقات المحيطة به». (زكي بدوي، 1978، صفحة 173) «يستعمل لفظ الأخلاق عادة للدلالة على مجموع الصفات والخصائص المحمودة في سلوكيات وتصرفات البشر. وهي معايير عالمية تضمن ممارستها استقامة السلوك الإنساني. وتعني الأخلاق في اللغة العربية السجية والمروءة والدين والخلقة بمعنى الفطرة». (حجام، 2014، صفحة 10)

اصطلاحاً:

كما تعرف الأخلاق من الناحية الاصطلاحية بأنها: "معتقدات الفرد الشخصية حول ما إذا كان السلوك أو العمل الذي يمارسه الفرد أو القرار الذي يتخذه صحيح أم خطأ. وتشير الأخلاق إلى "مجموعة القيم والقواعد السلوكية والمبادئ والمقاييس الأخلاقية التي تكون أسس الاستقامة التي تعمل ضمن إطار القيم والقواعد الأخلاقية". (الشمائلة، اللحام، الضلاعين، و كافي، 2015، صفحة 09)

وقد تباينت آراء الدارسين والمتخصصين في محاولة ضبط مفهوم الأخلاق بناء على هلامية المفهوم واختلاف مدونته المصطلحية من تخصص علمي إلى آخر، حيث سنورد بعضاً من هذه التعاريف للوقوف على هذا التباين، والذي يؤكد على مدى مرونة مصطلح الأخلاق حيث «يعرف تايلور الأخلاق بأنها: منظومة القواعد والمعايير التي تصبح جزءاً من ثقافة المجتمع، متجسدة في عاداته وتقاليده وقوانينه وذلك بعد أن تحكم هذه المنظومة سلوك أفراد المجتمع». (الشمائلة، اللحام، الضلاعين، و كافي، 2015، الصفحات 9-10)

كما يعرف ليفي برول الأخلاق «بأنها: "مجموعة القواعد والأوامر والنواهي والواجبات التي لها وجود خاص كوجود الأديان واللغات والقوانين، فهي معطيات يمكن دراستها من الخارج. ويعرف هيجل الأخلاق بكونها " التوافق بين الإرادة والفعل» (بدوي، 1995، صفحة 134).

إن التعريفات السالفة للأخلاق تجعلنا أمام مصطلح هلامي غير مستقر، وفي هذا السياق يشير محمد عابد الجابري إلى التباين في تناول مفهوم الأخلاق بالرجوع إلى النظام القيمي الذي يحكم هذا الأخير . حيث يقول: فمن المنتظر أن يختلف النظر إلى الأخلاق [...] من نظام في القيم إلى آخر. ومع أننا لازلنا نتحرك في إطار التحديدات الأولية فمن الضروري أن نستحضر ولو بإيجاز كيف يتحدد مفهوم الأخلاق في هذه النظم إن تعريف الأخلاق في أي نظام للقيم فهو بمعنى ما من المعاني الكشف عن قلب هذا النظام. (الجابري، 2001، صفحة 33)

تعريف الأخلاقيات:

يتطلب الأمر في هذا المقام ضرورة التفريق بين ماهية الأخلاق والأخلاقيات خاصة في المعاجم اللغوية الأجنبية والتي تفصل بين المفهومين بشكل واضح، فالأخلاق يقابلها في اللغة الفرنسية "Ethique" وقد تناولها سابقا أما الأخلاقيات فيشار لها بـ"Déontologie". «فمصطلح Déontologie تعني "التعبير عن الشعور بالمسؤولية ويمكن تعريفها بأنها مجموعة من الواجبات التي يفرضها المهنيون علينا أداؤها واجباً عليهم. أو هي مجموعة من قواعد السلوك المهنية التي يتم تبنيها بشكل تطوعي أو فرضها من قبل سلطة خارجية» (Bernier, 2002, pp. 227-229)

كما تعرف الأخلاقيات أيضاً بأنها: «مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال، وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني». (نصر، 2010، صفحة 270)

تعريف المهنة:

استخدمت قديماً للتعبير عن معاني مختلفة تطورت عبر الزمن تبعاً للتغيير الذي شهدته كافة الظواهر الاجتماعية في المجتمعات البشرية المختلفة. حيث كان أقدم استخدام لها يشير إلى مهنة رجال الدين المحامين والأطباء لكن الاستعمال الأحدث والأوسع يشير إلى أعمال من حصلوا على تدريب أكاديمي أو درجة علمية كالمدرسين ورجال الاجتماع والمهندسين وامتد مع توسع حركة الصناعة إلى أعمال من يحتاجون إلى خبرة وتدريب علميين. (مذكور، 1975، صفحة 315)

تعريف الأخلاقيات المهنية:

إن محاولة الدمج بين مفهومي الأخلاقيات من ناحية والمهنة من ناحية أخرى يشكل لنا مفهوماً آخر جدير بالتحديد ألا وهو أخلاقيات المهنة أو الأخلاق المهنية، فتعرف الأخلاق المهنية « بأنها المبادئ والمعايير التي تعتبر أساساً لسلوك أفراد المهنة المستحب، والذي يتعهد أفراد المهنة بالتزامها ». (بدوي، 1993، صفحة 140)

من ناحية أخرى تعرف الأخلاقيات المهنية بأنها "معايير يلتزم بها العاملون في مهنة معينة، وعلى كل عامل بهذه المهن الالتزام بهذه المعايير حتى يتم إنتاج سلوك جيد ليصبح أهلاً لثقة المجتمع، ويجب أن تكون هناك أخلاقيات يتم من خلالها ضبط سلوك التعامل بها حتى يتم إنتاج

سلوك جيد، وحتى لا يحدث نزاع وشقاق بين الطرفين، ومن أبرز الضوابط الأخلاقية غي مهنة الصحافة موثيق الشرف الصحفي. (المزاهرة، 2017، صفحة 350)

تعريف الأخلاقيات الصحفية:

يمكن تعريف الأخلاقيات الصحفية باعتبارها " المعايير والضوابط التي يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسته لمهنته، وتتصل هذه المعايير بالكتابة وعرض الوقائع وبعلاقة الصحفي بالأطراف الأخرى (علاقة الصحفي بالمصادر والمؤسسات). وتمثل هذه المعايير التزاما جماعيا طوعيا فالأخلاقيات يصوغها الصحفيون بأنفسهم (في إطار النقابات المهنية) أو تصوغها مؤسسات الميديا (الموثيق التحريرية على غرار مدونة البي بي سي " *Editorialguidelines BBC*. (حمامي، 2013، صفحة 02)

تعريف صحافة المواطن:

«يعني مفهوم صحافة المواطن أن بإمكان أي شخص أن يكون صحفيا ينقل رأيه ومشاهداته للعالم اجمع دون الحاجة لان يحمل شهادة في الإعلام وأن ينتمي لمؤسسة إعلامية لإيصال صوته للعالم». (الزرن، 2009، الصفحات 51-52)

«يشير هذا المصطلح إلى الصحافة التي يتم إنتاجها من قبل المواطن ،أي المستخدم الذي أتاحت له بيئة الانترنت بتقنياتها الفائقة التطور وميزاتها المتفردة ،إنشاء صحيفته الخاصة التي يمكن أن تشتمل على مواد صحفية متنوعة ،يتم الحصول عليها من المستخدمين». (فلاحي، 2020، صفحة 283)

«أما "ساين بومان *Shayne Browman*" فيشير إلأن صحافة المواطن تكون عندما يفعل الأفراد ما يفعله المراسلون المحترفون في نقل المعلومات التي يمكن أن تتخذ أشكالا عديدة ،كالنصوص والصور، والصوت، والفيديو، والمدونات، والبودكاست وغيرها من الابتكارات المتصلة بالانترنت». (سليم، 2013، صفحة 10)

«وهو كذلك الإعلام التشبيكي وهو المصطلح الذي أخذ به (Garvis Jeff) لكونه يأخذ بعين الاعتبار الطبيعة التعاونية للإعلام، وكذا مراحل العمل المتداخلة والمتكاملة التي تكون على حساب المنتج النهائي». (رابح، 2010، الصفحات 240-241) «ومن جهة أخرى فإن إعلام المواطن حسب "Andrew Leonard" هو: الإعلام ذو المصدر المفتوح، لكونه يحيل إلى أشكال تجديدية من النشر الالكتروني وطيف واسع من المضامين الرقمية التي تأخذ صيغا متعددة». (رابح، 2010، صفحة 241)

وسنعود في الفصل الموالي للتعلم أكثر في ماهية صحافة المواطن واستعراض مختلف التعاريف التي تناولتها .

التعريف الإجرائي للشبكات الإخبارية: هي صفحات تنشط عبر موقع الفاييس بوك تتبنى قضية سياسية ما و تعمل على تغطيتها، من خلال تقديم الخدمة الإخبارية ويشرف على إدارتها صحفيين مواطنين و ناشطين متطوعين .

■ فرضيات الدراسة ومؤشراتها:

تستأثر الفرضيات بدور مهم وأساسي في البحث العلمي إذ تساهم بشكل واضح في بلورة وبناء مشكلة البحث، كما تعمل على توجيه الباحث إلى البيانات والحقائق العلمية المطلوبة والتي يمكن له أن يدرس ويفسر على ضوءها المشكلة، وقد حاولنا في سياق إجراءنا لهذه الدراسة وبعد مرحلة مطولة من القراءات الاستطلاعية والقراءة المتأنية للدراسات السابقة إلى ضرورة إدراج مجموعة من الفرضيات التي يمكن أن تكون عاملاً مساعداً في تفسير مشكلة دراستنا، وتعمل على توجيه الباحثة في عملية ضبط فئات التحليل وتقسيمها فيما يخص الجانب التحليلي للدراسة، وكذا بناء استمارة الاستبيان فيما يخص الدراسة الميدانية بما يشكل في النهاية حلقة وصل بين جانبي الدراسة، وقد خلصنا إلى صياغة الفرضيات الأربعة الآتية والتي تتناول كل واحدة منها شقاً أساسياً من مشكلة البحث.

وسنحاول التفصيل في ماهية بعض المؤشرات التي أدرجناها فيما يخص فرضيات الدراسة وذلك بغية توضيحها وإزالة الغموض الذي يكتنفها حتى يتسنى للقارئ فهمها بسهولة وهي كما يلي:

الفرضية العامة:

يغلب عدم التزام المواطنين الصحفيين بأخلاقيات المهنة الصحفية من خلال المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك.

الفرضيات الفرعية:

1- يغلب على صفحات الشبكات الإخبارية العربية تناول المضامين ذات الطابع السياسي والأمني أكثر من المواضيع الأخرى.

مؤشراتها:

- التنوع

- الفورية

- عدم التوازن

2- يغلب على المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية عدم الالتزام الأخلاقي بقواعد الكتابة والتحرير الصحفي.

مؤشراتها:

- الدقة

- الموضوعية

- التجاذب الإيديولوجي

3- لا يحترم المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع.

مؤشراتها:

- الفاعلية الاجتماعية

- افتراضية الخلفية التشاركية

- عدم احترام آداب وقيم المجتمع.

4- لا يحترم المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفيس بوك الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد.

- التدخل في خصوصية الأفراد

- القذف والسب والتجريح

- حماية السمعة من التشهير

5- تساهم المعايير التقنية والتكنولوجية في التزام المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك بأخلاقيات المهنة الصحفية.

مؤشراتها:

- التحرير الإلكتروني.

- الاختصار (Keep It Short).

- الربط (Link It).

- التفاعلية (التعليق، الإعجاب).

- استخدام الوسائط المتعددة.

- نظام الخوارزمية.
- نظام التصويت.
- الذكاء الجماعي.
- الميثاق المهني الالكتروني الداخلي.

الفصل الثاني:

أخلاقيات المهنة الصحفية في ظل صحافة المواطن والميديا الجديدة

1.2. أخلاقيات المهنة الصحفية

1.1.2. ماهية أخلاقيات المهنة الصحفية

2.1.2. نشأة وتطور أخلاقيات المهنة الصحفية

3.1.2. أشكال أخلاقيات الصحافة

2.2. صحافة المواطن

1.2.2. النموذج الإعلامي الجديد وتحولات الفضاء الإعلامي

2.2.2. ماهية صحافة المواطن

3.2.2. الخلفيات التاريخية لظهور صحافة المواطن

3.2. أخلاقيات صحافة المواطن

1.3.2. نماذج تنظيم الجانب الأخلاقي لصحافة المواطن

2.3.2. معايير الممارسة الصحفية في ظل صحافة المواطن

3.3.2. الإشكاليات التي تثيرها صحافة المواطن

تمهيد:

إن الحفر المعرفي الدقيق لمفهوم ضوابط وأخلاقيات الممارسة الصحفية يبرز لنا بشكل واضح لا يقبل الشك تغيرات وتحولات جذرية في دلالات هذا المفهوم خاصة على الصعيد الميداني، فالإعلام من المفروض أن يتسم بالصدق والموضوعية ويكون مرآة تعكس الواقع الاجتماعي بلا زيف ولا تضليل بعيدا عن التوجهات الإيديولوجية و البراغماتية، هذه الفكرة تعكس ضمنا ما يجب أن يكون عليه الإعلام ليؤدي الوظائف المنوطة به وتكون رسالته مجتمعية، فقد تناولت عديد الدراسات والأبحاث العلمية وكذا الفلسفية واللغوية ماهية الإعلام وخلصت إلى توصيفه على أنه عملية إخبار وإطلاع الناس على الحقائق وتزويدهم بالمعلومات والأخبار الدائرة في محيطهم بمصداقية ودقة وموضوعية.

هذا التوجه في المجال الإعلامي عزز أكثر مفهوم المهنة الصحفية وأخرجها من صبغتها الفلسفية بغية ترسيخها أكثر في واقع الممارسة الإعلامية، لكن الملاحظة الدقيقة لمجمل المراحل والحقب الزمنية لتطور الإعلام تبرز بشكل واضح الصيرورة العكسية لتطور الإعلام من الناحية الحتمية التكنولوجية وبين تطوره المفترض من الناحية الأخلاقية، ولعل هذا الإشكال تؤكد أكثر الممارسات الإعلامية الجديدة على غرار صحافة المواطن لذا سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق لماهية أخلاقيات المهنة الصحفية وأشكالها ومصادرها إلى جانب تسليط الضوء على أهميتها في مجال الممارسة الإعلامية من خلال التركيز على صحافة المواطن.

فاليئة الإعلامية اليوم تتسم بالزخم الكبير في المحتويات والمضامين وتنوع أشكال عرضها وبنائها بشكل غير مسبوق، حيث أدت التطورات التكنولوجية والتقنية المتلاحقة إلى التعاضد الكبير نحو استخدام الانترنت والوسائط المتعددة لدى فئات وشرائح اجتماعية مختلفة، وهو ما أسهم بشكل جلي في بروز دور الشبكات الاجتماعية والمدونات وكاميرات الهواتف النقالة والتي تحولت في فترة وجيزة إلى أدوات فاعلة في نقل الحدث وبناء القصة الصحفية، فقد أصبح الجمهور مساهما في بناء المحتوى الإعلامي وفقا لنموذج إعلامي جديد تجسده بامتياز صحافة المواطن.

لدى سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق وبإسهاب لماهية صحافة المواطن وتسلط الضوء على عوامل نشأتها وظهورها، وكذا استعراض أبرز خصائصها وسماتها، ومن ثمة التطرق لأخلاقياتها ومعاييرها وكذا تداعياتها وذلك بغية أن يكون الفصل النظري الذي تضمنته الدراسة الحالية مرتكزا أساسيا يكمل باقي الجوانب المنهجية والتحليلية، وليس مجرد تحصيل حاصل أو استعراض كمي للمعلومات دون تمحيص.

1.2. أخلاقيات المهنة الصحفية:

تؤكد العديد من الرؤى بأن الأخلاق هي الأساس والركيزة الأولى التي يقيم عليها بنیان العاملين في المؤسسات، وأن القواعد والقوانين الخاصة بالأخلاق المهنية تسهم إسهاماً كبيراً في توليد الكرامة المهنية وممارسة الواجبات وفقاً لمبادئ وقواعد مقننة ومتفق عليها من قبل، والأخلاقيات في الإسلام تتمثل في التثبت من الأنباء المنشورة وتجنب إيذاء الناس وحماية أسرار الأسرة والأعراض؛ وعدم تصديق الشائعات والعدل والقول الحسن. (المزاهرة، 2017، صفحة 350)

وتعرف الأخلاقيات بأنها "قواعد السلوك توجهنا إلى الطريقة الأفضل أو الأصح للتصرف في موقف معين، وتستمد الأخلاقيات من مصادر متعددة مثل الأديان السماوية وأقوال الفلاسفة والعادات والتقاليد، ويجب أن نفرق بين الأخلاقيات بصفة عامة وأخلاقيات الإعلام على وجه الخصوص فالأخلاقيات هي:

- ما يجب أن يفعله الإنسان.

- ما يجب أن تفعل وما يجب أن لا تفعل.

- مجموعة القيم التي يبني عليها الحكم بالصحة أو الخطأ.

- السلوك المتسق مع الصحة والخير. (نصر، 2017، صفحة 270)

«ورغم تعدد تعريف الأخلاقيات لدى الباحثين إلا أنه يمكننا تعريفها على أنها: "مجموعة من المبادئ والمعايير التي يقوم الإنسان بتطبيقها بشكل اختياري لاتخاذ قراراته حول ما يقوم به من أفعال وهذه المبادئ هي التي تحدد مدى صحة الفعل الإنساني» (نصر، 2017، صفحة 270) وتجدر الإشارة في هذا المقام إلى ضرورة التفريق بين ماهية الأخلاق والأخلاقيات، فالأخلاق يقابلها في اللغة الفرنسية Ethique حيث تم تناولها مسبقاً عند ضبط مفاهيم الدراسة، أما الأخلاقيات فيعبر عنها من خلال مصطلح Déontologie.

1.1.2. ماهية أخلاقيات المهنة الصحفية:

تعرف الأخلاقيات المهنية بأنها "مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معرّضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاء.(الشمايلة، اللحام، الضلاعين، و كافي، 2015، صفحة 30)

وقد عرّفها جون هنبرج « John honbreg » على أنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلّى بها كل صحفي والمتمثلة أساسا بضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها.(الشمايلة، اللحام، الضلاعين، و كافي، 2015، صفحة 30)

«إن أخلاقيات المهنة « Déontologie » بالمعنى الفعلي للكلمة هي عبارة عن تعليمات وممارسات تتجمع في تشريعات أو قواعد تضعها المهنة نفسها، وهي ملزمة أخلاقيا ولكن ليس لها جهاز إداري أو قانوني، ونادرا ما تكون مصحوبة بعقوبات». (بوشبخ، 2014، صفحة 127)

«أما أخلاقيات الإعلام فهي مجموعة القيم والمعايير المرتبطة بمهنة الصحافة، التي يلتزم بها الصحفيون في أثناء عملية انتقاء الأنباء واستنائها ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم. وقد فرض تطور مهنة الصحافة وضع دليل يتضمن هذه المعايير والأخلاقيات». (بوشبخ، 2014، صفحة 127)

«ويعرفها "كوهين إليوت" بأنها "أخلاق مهنية تتناول المشكلات المتصلة بسلوك الصحفيين والمحررين والمصورين وجميع من يعملون في إنتاج الأخبار وتوزيعها». (بوشبخ، 2014، صفحة 127) كما تعرف أيضا بأنها « مجموعة من المبادئ والمعايير التي تهدف إلى تنظيم الممارسة الإعلامية وضبط السلوك المهني لكافة المنتسبين لقطاع الإعلام». (حجام ، 2014 ، صفحة 10)

إن أخلاقيات الإعلام تعني منظومة من المبادئ والمعايير لترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم بتغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة، مع التقليل إلى أقصى حد من الأضرار التي يمكن أن تخلق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر، وضمان حرية كرامة المهنة ونزاهة الصحفيين. (الدليمي، 2015، صفحة 154)

«ويشير الباحث " Michael M. Ndonye " إلى أن أخلاقيات الإعلام هي مجال من مجالات الأخلاقيات التطبيقية التي تتعامل مع مبادئ ومعايير أخلاقية محدد الاتصال الجماهيري ووسائل الإعلام». (Ndonye). «وفي السياق ذاته تشير أخلاقيات الإعلام إلى اتخاذ قرار أخلاقي سليم في العمل الصحفي والذي يجد مكانه في الأخلاق المجتمعية حيث ذكر الباحث "George Rodman" في كتابه "فهم وسائل الإعلام - مقدمة الاتصال الجماهيري" أن أخلاقيات الإعلام هي أكثر من أن تكون نوعا من التكنولوجيا تتعامل مع طبيعة الإنسان». (BegumN, 2014, p. 09)

من خلال مجمل التعاريف التي أوردناها يتضح بشكل جلي أن مفهوم الأخلاقيات بشكل عام وكذا أخلاقيات الإعلام على وجه الخصوص هو واحد من المصطلحات الغير مستقرة مفاهيميا، فهو مفهوم هلامي لا يمكن التحكم في أبعاده ومنطلقاته نظرا لاختلاف طبيعة النظام الإعلامي من بلد إلى آخر وبالتالي اختلاف المدونة الأخلاقية التي يستند إليها الصحفيون، إلى جانب درجة الحرية الإعلامية المتاحة، وكذا مدى قوة التأثيرات الإيديولوجية والسياسية وحتى المجتمعية التي تطل العمل الإعلامي، إضافة إلى ذلك فإن تباين التخصصات والمشارب العلمية للباحثين يزيد من صعوبة ضبط هذا المفهوم.

لكن الفكرة الأساسية التي يجب التركيز عليها هو أن أخلاقيات مهنة الإعلام تكتسي أهمية خاصة بالمقارنة مع أي مهنة أخرى لأهمية رسالتها في مخاطبة الإنسان ودورها الكبير في تشكيل قيمه واتجاهاته. فالصحافة لها وظيفة اجتماعية لا يمكن إغفالها، وهي تلعب دورا كبيرا في توجيه الرأي العام عن طريق نشر المعلومات والأفكار الناضجة، ووظيفتها تنسجم مع طبيعتها، كما قال أحد أعلام الصحافة الإنجليزية، فالصحافة ليست حرفة كسائر الحرف، بل هي أكثر من مهنة، وهي ليست صناعة، هي شيء بين الفن والعبادة، والصحفيون خدم عموميون غير رسميين هدفهم الأول العمل

على رقي المجتمع [...] والوعي بأهمية قضاياها بعيدا عن المصالح الشخصية أو الفتوية. (بوشخ، 2014، صفحة 124)

هذه الفكرة رغم صحتها إلا أنها تحمل مثالية زائدة، فالمتأمل للمشهد الإعلامي اليوم يمكن أن يقرأ ببساطة عدم انسجام أخلاقيات المهنة الإعلامية كمفهوم مع ما هو قائم في الواقع من ممارسات طغت عليها الجوانب السياسية والاقتصادية، فمهنة الإعلام اليوم يحكمها منطق رأس المال والتوازنات السياسية حيث أضحت صناعة، إن لم نقل صناعة وثقافة استهلاكية على حد قول رواد المدرسة النقدية، وهو ما فتح المجال لبروز ممارسات مستجدة تحاكي الممارسات المهنية لكن الطرف الفاعل فيها هو الجمهور الذي أضحي صانعا للمحتوى ومشاركا فاعلا في العملية الإعلامية على غرار صحافة المواطن، حيث سنتطرق لاحقا وبشيء من التفصيل لأخلاقيات وضوابط الممارسات التي تتم بواسطة المواطنين.

وعلى العموم يمكننا أن نستشف على ضوء ما سبق ماهية أخلاقيات الصحافة حيث يمكن أن نعرفها على أنها « مجموعة السلوكيات والقواعد الأخلاقية التي ينبغي للصحفيين التحلي بها مع مراعاة لمبادئهم الإنسانية والمهنية لمصلحة المجتمع بما يتناسب مع وظيفتهم ضمن المؤسسة الإعلامية التي ينشطون فيها ». (بوشخ، 2014، صفحة 127)

فأخلاقيات مهنة الصحافة هي مجموعة القيم والمعايير التي يستند إليها الصحفي في تعامله مع المادة الصحفية المنشورة والتي تحتكم إلى الآتي:

- 1- الحفاظ على سرية المصادر.
- 2- الالتزام بالموضوعية، والمصداقية، والدقة، والأمانة.
- 3- الفصل بين المادة التحريرية والإعلانية، ومراعاة حق الخصوصية، ومن يجيد عن هذه الأركان يوصف بأنه خادع أو مضلل أو غير أمين أو غير دقيق، حيث أنها معايير تتأى تماما عن العمل الصحفي. (المزاهرة، 2017، الصفحات 350-351)

«إن أخلاقيات الصحفي المهنية تعني تمسك الصحفي بأخلاقيات العمل الصحفي وموثيق الشرف الصحفية في الموضوعات التي يقوم بنشرها». (المزاهرة، 2017، صفحة 351)

ويُتضح من التعريفات السابقة أن أخلاقيات الصحافة تشتمل على:

- 1- مجموعة المعايير والقيم والمبادئ المنظمة لسلوك الصحفيين في تغطيتهم لمختلف الوقائع والأحداث والأخبار، والتي تفرض عليهم الالتزام بالحقيقة والمصداقية والسلوك المسؤول.
- 2- الالتزام بحق الأفراد في الخصوصية وعدم تجهيل الأخبار.
- 3- الالتزام التام بالموضوعية والدقة والأمانة وفصل الرأي عن الخبر وحق الجمهور في المعرفة.
- 4- احترام مبدأ المتهم بريء حتى تثبت إدانته وعدم التأثير على سير العدالة والتحقيق.

2.1.2. نشأة وتطور أخلاقيات المهنة الصحفية:

«يرجع مفهوم الأخلاق إلى اليونانيين القدامى الذين قسموا العالم الفلسفي إلى تخصصات منفصلة، حيث كانت الأخلاق بالنسبة لهم هي دراسة ما هو جيد سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع، ومن المثير للاهتمام أن أصل كلمة أخلاق يعني عادة أو عرف، الأمر الذي يعطي الأخلاق جذرا أساسيا للسلوك الراسخ والمفيد للمجتمع والمستمر لفترة طويلة». (Patterson & Wilkins, 2019, p. 05)

لقد كان أشهر الفلاسفة الأخلاقيين من الإغريق والرومان، على غرار سقراط، أفلاطون، وأرسطو، والأبيقوريين، فسقراط كان أول من عني بقضايا السلوك والأخلاق، ويرى أفلاطون أن الإنسان في إمكانه أن يضع ضوابط السلوك الخلقية، وذلك بالسير عن طريق الخير الذي سوف يقضي به إلى ما وراء الظواهر المادية، ويرى أرسطو أن أعلى درجات السعادة تتمثل في انشغال العقل بالتأمل، وأن الخصال التي ينبغي أن يتخلق بها الفرد هي الجبر والاعتدال والشجاعة والعدل. (قراد، 2016، صفحة 89)

كما عرفت الأخلاق رواجاً كبيراً خلال عصر الإمبراطورية الرومانية وأضحت أكثر أقسام الفلسفة شعبية، حيث ركز فلاسفة هذه الحقبة مثل "أبيقور" على الفرد واعتبروا أن الخير كله يكمن في اللذة التي قسموها إلى أنواع وفضلوا لذة العقل على لذات الجسد.

أما اللاهوتيون (النصارى) فقد بنوا الكثير من مفاهيمهم الأخلاقية على فلسفتي القديس "أوغسطين" والقديس "توما الأكويني"، حيث ركز أوغسطين على العلاقة بين الفرد والله تعالى باعتبارها الأساس للسلوك الخلقية والسلوك الديني، أما الأكويني فقد ربط الخصال اليونانية التي أستاذ بها أرسطو مع الخصال النصرانية المتمثلة في الإيمان والأمل والإحسان، في حين أن فلاسفة أوروبا

المتأخرين مثل "سبينوزا" و"كانط" و"جون ستوارت ميل" تطرقوا أيضا لمفهوم الأخلاق فقد وضع "سبينوزا" نمطا ميتافيزيقيا للأخلاق، فيرى أن الإنسان لا بد أن يبين أفكاره على الوضوح، وأن يتحكم في انفعالاته بحيث يتمكن من إدراك حقيقة أمره، ويرى كانط أن المسألة الخلقية الأساسية لها علاقة بالدافعية، فالفعل لا يعتبر خلقيا بالأصالة إلا إذا قام به الإنسان بدافع صرف الواجب. (قراد، 2016، الصفحات 89-90)

بعد هذا التطور الذي شهده الفكر الأخلاقي عبر مختلف الحقب الزمنية السالفة الذكر عرف مفهوم الأخلاقيات تطورا ملحوظا بظهور وسائل الإعلام الجماهيرية في طليعتها الصحافة.

فقد كانت الصحافة مدركة منذ نشأتها للصعوبات التي تعيقها عن القيام بدورها كما يجب، كما كانت منتبهة إلى المعوقات التي قد تؤثر على مهمة الصحفي في نقل الوقائع بأمانة، وهذا ما عبر عنه أحد روادها الأوائل "Théophrast Renaudot" مؤسس صحيفة "لاغازيت" عام 1631 غير أن الموضوع لم يطرح من الزاوية الأخلاقية ولم يتبلور كإشكالية، بسبب الأنظمة السياسية (السلطوية) التي كانت قائمة في أوروبا في حينها والتي عانت منها الصحافة الكثير، فضلا عن غياب مفاهيم أخلاقية واضحة للمهنة. (صدقة، 2008، صفحة 38)

«فمع بداية تنظيم المهنة في منتصف القرن التاسع عشر بدا موضوع الأخلاقيات بطرح نفسه بقوة في فرنسا وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية كضرورة للحفاظ على موقع المهنة ودورها، حيث ظهرت أولى التشريعات المكتوبة حول أخلاقيات المهنة في مطلع القرن العشرين في هذه الدول». (صدقة، 2008، صفحة 38)

حيث كان هناك العديد من المحاولات لسن مواثيق أخلاقية تنظم وتقنن مهنة الصحافة، ومن بين هذه التشريعات على سبيل المثال إعلان تحديد واجبات الصحفيين في بولونيا عام 1896، وإعلان جمعية الصحفيين الأمريكيين في مدينة كنساس عام 1910 والذي عين بالناشرين ومدراء المؤسسات الصحفية؛ كما تعتبر محاولة إعداد ميثاق خاص بالصحافة الفرنسية والتي وضعتها نقابة الصحافة الفرنسية عام 1918 من المحاولات الأولى في هذا المجال والتي جاءت بعد الحرب العالمية الأولى حيث نصت على تحديد واجبات الصحفيين، كما ظهرت في الدول السكندنافية على غرار السويد 1923، فنلندا 1924، النرويج 1936، وكذا ميثاق الفدرالية العالمية للصحفيين سنة 1939.

وفي عام 1926 كانت ثاني محاولة حادة في مجال وضع قواعد أخلاقيات المهنة والتي كانت الولايات المتحدة الأمريكية مسرحا لها، وقد اصطلح عليها بقانون الآداب عام 1926 من طرف نقابة صحفية مهنية، وكان لهذا القانون سيط واسع بين الصحفيين ضم ثلاث محاور أساسية لتنظيم المهنة محور خاص بالآداب ومحور ثاني خاص بالدقة والموضوعية، أما المحور الثالث والأخير فكان تحت عنوان قواعد السير المهني، فمحور الآداب دعا إلى ضرورة رفض الصحفي للهدايا والعطايا حتى لا يثير الشك في نزاهة المهنة لدى الرأي العام وأن يحترم الحياة الشخصية للأفراد وضرورة حماية مصادر أخباره. (قراد، 2016، الصفحات 90-91)

أما محور الدقة والموضوعية فقد دعا من خلاله أصحاب هذه المبادرة إلى ضرورة التحلي بالموضوعية وجعل الحقيقة هدفه الأسمى وتقديم جل المعلومات التي تثير اهتمام وانشغال الرأي العام. أما محور قواعد السير المهني فقد ركز على ضرورة احترام كرامة الأفراد وحياتهم الخاصة والإسراع في تصحيح الأخطاء وتحمل المسؤولية أمام الرأي العام. (قراد، 2016، صفحة 91)

وقد تدعمت هذه المحاولة بوثيقة أخرى من الاتحاد الوطني للصحفيين البريطانيين عام 1931 وكان من نتائج ذلك المحكمة الدولية للشرف المهني عام 1931، وعقبها انعقاد المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة براغ والذي انبثق عنه ميثاق يكرس السلم والأمن الدوليين عام 1936، غير أن المؤتمر السابع للاتحاد العالمي للصحفيين الذي عقد في برنو بفرنسا عام 1939 شكل اللبنة الأولى لعهد الشرف الصحفي الذي تزامن مع شروع المحكمة الدولية للشرف المهني في تطبيق الموائيق، وتوج بانعقاد المؤتمر الأول للصحافة القومية الأمريكية في مكسيكو عام 1942 حيث تم الاتفاق على مجموعة مبادئ منها الاعتذار وحق الرد كما تشكلت في هذه السنة لجنة "روبرت هتشينر" ووضعت تقريرا بعنوان صحافة حرة ومسؤولية. (رزاق، 2013، الصفحات 28-29)

« هكذا بدأت تظهر في مطلع القرن العشرين الشرعات والموائيق الأخلاقية، وتتطور تباعا لتواكب تطور المهنة والتغيير الاجتماعي الذي يؤثر فيها. بعدها اكتست الموائيق الأخلاقية صبغة وأخذت بعدا عالميا من خلال إعلان ميونيخ بألمانيا عام 1971 والمعروف بإعلان واجبات الصحفيين وحقوقهم». (صدقة، 2008، الصفحات 39-40)

« وتوجد حوالي 50 دولة فقط من بين 200 دولة في العالم لديها نظم متطورة في الاتصال الجماهيري المبني على موثيق لأخلاقيات المهنة التي تؤثر بشكل فعال وجيد على القائمين على العملية الاتصالية، أو حماية التدفق الإعلامي الحر». (المشاقبة، 2012، صفحة 89)

وتجدر الإشارة إلى أن الاهتمام بعلم أخلاقيات الإعلام أخذ منحى تصاعدي في الغرب سيما في الولايات المتحدة الأمريكية والتي أصبحت فيها أخلاقيات الإعلام خلال مرحلة التسعينات مجالا خصبا لدراسات الاتصال على الصعيد الأكاديمي، ولعل الأسباب في ذلك تعزى إلى :

1- «تطور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات: حيث فرض التطور التقني ضرورة البحث عن نظريات جديدة في علم الإعلام والاتصال نظرا لما نتج من ثورة في مجال المعلومات والاتصالات، وما يطلق عليه الطرق السريعة للمعلومات التي ساهمت في تطوير العملية الديمقراطية وتحقيق حق الاتصال والمشاركة العامة وتزايد الخيارات المتنوعة أمام الجمهور». (طاهر، 2019، صفحة 60)

2- «أزمة المصداقية: فقد أوضحت الكثير من الدراسات تناقص مصداقية وسائل الإعلام خاصة وأن تناقص مصداقية هذه الوسائل اقترن بتناقص احترام الجمهور الصحفي، وتناقص عدد القراء، وهو ما شكل خطرا ليس فقط على صورة الصحفيين في أذهان الجمهور، ولكن أيضا على المصالح الاقتصادية للمؤسسات الإعلامية». (طاهر، 2019، صفحة 60)

3- تحسين نوعية المضمون الذي تقدمه وسائل الإعلام: لقد أدى الاتجاه التجاري الذي تبنته وسائل الإعلام خلال القرن العشرين إلى التركيز على نوعية معينة من المضامين ذات الأبعاد التجارية لاستهداف شرائح أكبر من جمهور المشاهدين والقراء، كما تزايد بشكل كبير عرض القصص والمضامين الإباحية على حساب الاهتمام والتركيز على القضايا الجادة والهادفة التي تخدم الجمهور، الأمر الذي دفع العديد من النقاد إلى الدعوة لتفعيل موثيق أخلاقيات المهنة وتفاذي الإفلاس الأخلاقي للمضامين المقدمة. (طاهر، 2019، صفحة 61)

4- **تجنب إصدار قوانين تؤثر على حرية الإعلام:** حيث ظهرت تهديدات لوسائل الإعلام خاصة في بريطانيا بإصدار قوانين تحمي حقوق الأفراد في الخصوصية، بالإضافة إلى معالجة مشكلات أخرى، كما دعت أصوات أخرى في الولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول تطالب بإصدار قوانين تحد من حرية وسائل الإعلام، لذلك ظهرت رؤية أخرى داخل وسائل الإعلام تقوم على إصدار موثيق أخلاقية كجزء من عملية تنظيم ذاتي يمكن أن يجنب وسائل الإعلام إصدار تشريعات تحد من حرية الوسائل الإعلامية. (طاهر، 2019، صفحة 61)

وبشكل عام يمكننا بعد هذا الطرح تلخيص المراحل التاريخية التي مرت بها أخلاقيات المهنة الصحفية على النحو التالي:

1- **مرحلة ما قبل سقوط جدار برلين:** ساد خلال هذه الفترة مفهومان لأخلاقيات المهنة أحدهما مرتبط بالفكر الاشتراكي والآخر بالفكر الليبرالي وكل منهما يقدم تصوره لأخلاقيات الصحافة من خلال علاقة المؤسسات بالسلطة، بحيث أن أخلاقيات المهنة كانت في النظام الاشتراكي مرتبطة بالحزب وأخلاقيات العمل الحربي ودورها في تعبئة الجماهير باعتبار أن الصحافة وسيلة من وسائل الحزب الحاكم، في حين أنها في النظام الليبرالي كانت مستقلة وتدافع عن الديمقراطية بمفهومها الغربي ودور الإعلام فيها كأحد آليات مراقبة السلطة. (علال، 2018، صفحة 136)

2- **«مرحلة ما بعد ظهور الانترنت والقنوات الفضائية:** فبعد انهيار الثنائية القطبية وطغيان الليبرالية أصبحت وسائل الإعلام تؤدي وظائف جديدة في ظل هذه المجتمعات وتصبح عابرة القارات مما دفع أصحاب المهنة إلى التفكير في إيجاد ضوابط مشتركة لأخلاقيات المهنة». (طاهر، 2019، صفحة 58)

3- **«مرحلة ما بعد أحداث الثلاثاء 2001:** وفي هذه المرحلة 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». (علال، 2018، صفحة 136)

3.1.2. أشكال أخلاقيات الصحافة:

«أضحت خلال السنوات القليلة الماضية مسألة أخلاقيات الممارسة الإعلامية من المسائل البارزة والمطروحة للمناقشة، ويرجع ذلك للتحويلات المتعددة والعميقة على مستوى النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية التي يشهدها العالم في الوقت الراهن». (حجاب، الاعلام والموضوعية، 2010، الصفحات 40-41)

وهو ما يقتضي ضرورة تفعيل أخلاقيات الممارسة الإعلامية والصحفية بشكل عام وعلى مستوى معظم وسائل الإعلام بما فيها الفضاء الافتراضي الذي أفرز العديد من التداعيات والانزلاقات على صعيد الشق الأخلاقي للممارسة، وبالنظر للأشكال التي تتخذها موثيق وأخلاقيات الصحافة نجد أنها تشمل جل وسائل الإعلام. حيث يذكر محمد منير حجاب أن أخلاقيات المهنة تشمل:

1- موثيق خاصة بوسائل الاتصال جميعها وهي الصحافة والسينما والمسرح والإذاعة والتلفزيون وأشكال الاتصال الالكتروني.

2- موثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي (التعليم، الإعلام، التسلية، الإعلان).

3- موثيق تتناول وسيلة واحدة كالصحافة أو الراديو والتلفزيون أو الفيلم أو المسرح أو نظم الاتصال الالكتروني.

4- موثيق تتناول جانبا أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال كأن تغطي في الصحيفة مثلا التحرير (الأخبار والأحداث الجارية) والإعلان والتوزيع والترويج. (حجاب، الاعلام والموضوعية، 2010، صفحة 41)

ويذكر باحثين آخرين أن أخلاقيات الصحافة تتخذ أشكالا متعددة تشمل الصحفي ومحيطه المهني ومن جملة هذه الأخلاقيات:

○ أخلاقيات خاصة بتعامل الصحفي أو الإعلامي مع مصادره:

من أهم المبادئ الأخلاقية التي يجب على الصحفي أن يلتزم بها أثناء الممارسة المهنية، أخلاقيات تتعلق بتعامل الصحفي مع مصادره، ويقصد بها سرية المهنة ومبدأ الحفاظ على مصادر الأخبار، فأتناء مزولة المهنة الإعلامية يتعامل الصحفي مع مصادر قد تتطلب عدم الكشف عن هويتها، وذلك لأسباب شخصية أو لأسباب تتعلق بمنصب عمل مصدر المعلومات، وقد تكون لخوف

المصدر من التعرض للتهديد أو لأي شكل من أشكال الأذى، لذلك وجب على الصحفي أن يتعهد وأن يلتزم بعدم إفشاء مصادر المعلومات التي يقوم بنشرها. (بن عمار، 2019، صفحة 61)

"إن المعايير المهنية ترتبط بشكل مباشر بالمسؤولية الاجتماعية للصحفي أمام مصدره وجمهوره، حيث أن هناك مقولة في المجال الإعلامي مفادها أن "الصحفي مجموعة من المصادر" وهناك يظهر مدى متطلب احترام الصحفي لمصادره كقيم مهنية يلتزم بها على غرار احترام طلب المصدر بعدم نشر المعلومات بنصها الحرفي، وكذا احترام آليات دفع المصدر للحديث وغيرها» (الديهي، 2016، الصفحات 281-282).

فقد يحصل الصحفي على معلومات ليست للنشر "off the record" وفي هذه الحالة يحق للصحفي أن يستخدم المعلومات بطريقة غير مباشرة، وذلك باللجوء إلى مصادر أخرى لا تخش الكشف عن نفسها وبذلك يتأكد من صحة المعلومات وصدقها، مع التزامه دائما وفي كل الأحوال بعدم الكشف عن مصادر المعلومات، ويقوم الصحفي بنشر هذه المعلومات "off the record" أو "Background Briefings" أي المعلومات الخلفية للصحفي دون أن يذكر المصادر التي زودته بها ودون أن ينسبها لأحد، مستعملا في نشر الخبر صرح أحد المسؤولين، أو ذكر مصدر مسؤول. (عبد المجيد، 2005، صفحة 249)

○ أخلاقيات تعامل الصحفي مع جمهور وسائل الإعلام:

« من أهم البنود التي تنص عليها مواثيق الشرف الأخلاقي نجد منها ما يتعلق بتعامل الصحفي مع الجمهور والمتمثل في ضرورة التزام الصحفي بالمسؤولية تجاه الجمهور والمجتمع، وذلك بعدم اختراق خصوصية الأفراد، وعدم التشهير بحياة الناس الخاصة التي لا تفيد الصالح العام ولا تعني المجتمع». (عبد المجيد، 2005، صفحة 242) « فالحق في الخصوصية يقصد به أنه من حق الفرد المحافظة على حياته الخاصة بكافة تفاصيلها، وهذا الحق يحمي الجمهور من بعض السلوكيات الصحفية كنشر الأمور الخاصة، وجمع الأخبار بالحيلة، ونشر أسماء وصفات الأحداث» (الديهي، 2016، الصفحات 281-282).

إن احترام خصوصيات حياة الناس هو واحد من حقوق الإنسان، حيث يتعرض الصحفي حال عدم التزامه بمبدأ احترام الحياة الخاصة للأفراد للمسألة القانونية والتأديبية، حيث يحظر بأي شكل من الأشكال الاعتداء على الخصوصيات والمساس بسمعة الأفراد.

ولعل أبرز مسؤوليات الصحفي تجاه جمهوره تشمل العناصر التالية:
 « **حماية الحياة الخاصة:** حيث نشأ هذا الحق لمواجهة السلطة، وحماية المواطنين من إساءة استخدامها، في انتهاء حرمة الحياة الخاصة للمواطنين، أو الحصول على معلومات تفصيلية عن حياتهم وأفكارهم، وذلك بحجة الحفاظ على الأمن القومي، والحفاظ على النظام، ومواجهة الإرهاب». (زيدان، 2017، صفحة 127)

« **عدم استخدام أجهزة التنصت والتصوير الدقيقة:** ويعني ذلك حظر استخدام الصحفي لوسائل التنصت والتصوير الدقيقة في الحصول على المعلومات عن حياة الناس الخاصة». (زيدان، 2017، صفحة 127) «أو استخدام هذه الوسائل في الأماكن الخاصة للأفراد والتي يحق لهم التمتع فيها بالخصوصية والسرية التامة، ويعتبر أي تجاوز من الصحفي انتهاكا لحرمة الأماكن ولخصوصية الأفراد». (بن عمار، 2019، صفحة 62)

ويجب على الصحفي في نفس السياق احترام أسرار الأفراد التي قد يسبب نشرها حرجا، كنشر خبر مرض شخص معين، أو تسليط الضوء على المشاكل العائلية الخاصة والحميمية، وكذلك يمنع على الصحفي البحث في الأوراق والملفات الخاصة بالأفراد دون إذنه، وأي نشر لهذه الوثائق يعتبر انتهاكا لخصوصية الأفراد، أو نشر معلومات عن حياة الناس الخاصة لأغراض معينة كالترويج مثلا أو التسويق لمنتجات معينة. (بن عمار، 2019، صفحة 63)

عدم إساءة تقديم المعلومات والصور: ويعتبر هذا المبدأ من أكثر المبادئ أهمية، وذلك بعد أن استخدمت وسائل إعلامية حديثة التلاعب بالمعلومات والصور المقدمة للجمهور، بشكل يدفعه إلى اتخاذ مواقف معينة، فبعد تطور أساليب التصوير، أصبح بالإمكان تغيير مضمون الصور الفوتوغرافية، والتحكم في الألوان، وإضافة صور أشخاص أو أشياء أو حذفها، ويتم الادعاء بأن هذه الصور تمثل الواقع، بينما هي مصنعة لتعطي انطباعا معينة. (زيدان، 2017، صفحة 126)

لكن تجدر الإشارة إلى ضرورة التمييز فيما يخص احترام مبدأ الخصوصية بين الأفراد العاديين وبين الشخصيات العامة، والتي يقصد بها الشخصيات التي تقوم بأعمال معينة في مجالات عديدة كالإعلام، الفن، السياسة، الرياضة، وغيرها والتي يسقط حقها في التمتع بالخصوصية نظرا لكون هذه الشخصيات توظف أصلا وسائل الإعلام للحصول على الشهرة والعلانية.

«والخلاصة في ذلك أنه يجب التمييز بين الشخصيات العادية والشخصيات العمومية عند التغطية الصحفية، وأن الصحفي ومؤسسته التي يعمل بها ملتزمون بالمسؤولية عما سيترتب على نشر قصة غير مصرح بها». (شرادقة، 2018، صفحة 53)

○ « أخلاقيات خاصة بالسياسة التحريرية لوسائل الإعلام: ومن أهم هذه المبادئ الأخلاقية:
أ- الصدقة والدقة فيما يقدم من مواد وتقارير إعلامية.

ب- الإنصاف والتوازن وتجنب التحريف أو التشويه أو ذكر أنصاف الحقائق.

ج- التمييز بين ما هو خبر أو وقائع وبين ما هو رأي واستنتاجات». (المزاهرة، 2017، صفحة 358)

« إن هذه المبادئ هي عبارة عن قيم تخص كتابة المادة الخبرية وهي التقاليد التي يجب أن يمارسها الصحفي في عمله ويراعيها كي يضمن تحقق المسؤولية في خبره، وتتضمن هذه القيم: الدقة والموضوعية والصدق والأمانة والشمولية والاعتباس، وغيرها أو مهما اختلفت هذه المسميات لدى الباحثين إلا أنها تندرج تحت»: (الديهي، 2016، صفحة 282)

1- المصدقية: « وتشير الدلالة المباشرة لمصطلح المصدقية إلى أنه يعين درجة قابلية سلوك طرف معين لأن يصدقه الطرف الآخر، وفي المجال الإعلامي فإن تعريف المصدقية يتجه صوب الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي، وهذه الأدلة هي تلك المعايير والمؤشرات التي تسهم في تقديم مدى مصداقية المادة الإعلامية». (موسى، 2015، الصفحات 144-145)

«كما تعني المصدقية الثقة في الوسيلة الإعلامية، أو إمكانية الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات بالمقارنة بغيرها من مصادر المعلومات الأخرى، أو هي احترام ورضا الجمهور عن أداء الوسيلة». (موسى، 2015، صفحة 145)

وعرّف فوج وآخرون (Fogg and others) المصدقية بأنها مدى الاعتقاد في صحة المعلومات أو مدى الاعتقاد في صحة ما يقوله شخص ما، وهي تعكس إدراك الفرد لقيمة أو جودة المعلومة، وهذا الإدراك ينتج عن عدد من العوامل المتداخلة الأبعاد مثل الثقة والخبرة، حيث تمثل الثقة إدراك الفرد لأمانة وموضوعية وعدم تحيز المصدر، وتمثل الخبرة مدى معرفته وتجاربه والتزامه ومهاراته. (موسى، 2015، صفحة 145)

2- **الدقة:** «وهي تشمل كل كلمة أو عبارة في القصة الخبرية،... ويمكن التعامل معها من قبل الصحفي بالرجوع الدائم للمصادر والمراجع والقواميس ودوائر المعارف» (الديهي، 2016، صفحة 282). «فالدقة تعني التحقق من المعلومات الأساسية، وهي قاعدة غير قابلة للتفاوض في غرفة الأخبار، إذ يتوجب على الصحفي التأكد من مصادره والتحقق من جميع الحقائق المذكورة في الموضوع». (ابراهيم، سيف، العريبي، و سنيقرة، 2013، صفحة 31)

3- **الشمولية (الاكتمال):** « والمراد به الإلمام بخلفية الحدث، وتقديم أوضح صورة ممكنة للخبر، ويتطلب ذلك إيراد الحقائق التي تفيد في توضيح أهمية الحدث، ووصف التطورات التي أدت إليه، وشرح كافة الأوضاع التي يعتبر الحادث جزءا منها». (الديهي، 2016، صفحة 283)

4- **الموضوعية وعدم التحيز:** تعد الموضوعية وعدم التحيز أحد أهم أخلاقيات الإعلام في النموذج الإعلامي الغربي، [...] والموضوعية تمثل الإطار المرجعي للممارسة الإعلامية، ويرتبط مفهوم الموضوعية بعدم التحيز والذي يشير إلى عدم الميل إلى تفضيل أحد جانبي الصراع، وتقود الموضوعية إلى عدم التحيز والعكس صحيح. (زيدان، 2017، صفحة 126) « وتعني الموضوعية الصحفية حالة ذهنية للمحرر أو المندوب الصحفي، بعدم الحكم على ما يرى، وعدم التأثير بأحكامه الشخصية السابقة أو تحيزاته القبلية، وعليه أن يفترض دائما بوجود جانبا آخر للتغطية الخبرية، حيث تعتبر الأخبار هي تقرير حقيقي عن الأحداث التي وقعت». (الديهي، 2016، صفحة 284)

5- **العدالة:** «وتعني معاملة جميع الأطراف التي تظهر في قضية ما بشكل متساوي، فالعدالة لا تعني الحياد وعدم التحيز والموضوعية، فالصحفي يمكن أن يكون متحيزا وصاحب رأي لكنه ملتزم بالعدالة مع الذين يختلف معهم». (شراذقة، 2018، صفحة 74)

6- **التوازن:** «ويعني أن ينقل الصحفي كل الآراء في قضية محل جدل ونقاش، فيتم عرض الرأي والرأي الآخر، وهذا يؤدي إلى ظهور الصراع الذي يحبذه الصحفيون ويجذب الجمهور». (شراذقة، 2018، صفحة 74)

أخلاقيات خاصة بالزمالة بين الإعلاميين: ويكون ذلك في قضاء الممارسة المهنية من خلال التزام الصحفيين باحترام زملاء المهنة، وعدم الاعتداء عليهم بأي شكل من الأشكال كالسب والقذف وضرورة احترام آراء الآخرين وعدم السخرية منها، والتلطي بالأمانة والمصادقية في نشر المعلومات والأخبار وعدم سرقة مادة إعلامية لصحفي زميل، أو انتحال آراء الآخرين وأقوالهم. (كنعان، 2016، صفحة 40)

أخلاقيات خاصة بوسائل الإعلام تجاه المجتمع وعاداته وتقاليده:

للإعلام دور كبير في توجيه المجتمع وتوعيته نحو السلوكيات الراشدة، حيث تعتبر وسائل الإعلام من أهم مؤسسات التنشئة الاجتماعية، فمن خلال ما تبثه هذه الوسائل يتم توجيه المجتمعات نحو ما هو صواب وما هو خطأ، ولذلك توجب على الصحفي الالتزام بمسؤوليته تجاه المجتمع واحترام تركيبته الثقافية وقيمه الرمزية وأمنه الأخلاقي من خلال ما ينشره. (بن عمار، 2019، الصفحات 64-65)

« ويدخل في ذلك تجنب نشر أو إذاعة أية مواد إعلامية تدعو إلى التشجيع على ارتكاب الفحشاء أو إشاعة الانحلال والابتذال والخروج عن الآداب والأخلاق العامة» (المزاهرة، 2017، صفحة 359). ومن أهم معايير وأخلاقيات احترام المجتمع:

- احترام التنوع الثقافي والذاتية الثقافية للشعوب.
- عدم التصوير النمطي لأي اتجاه فكري أو سياسي.
- نبذ التفرقة العنصرية.
- إتاحة الفرصة لمختلف الاتجاهات الفكرية والسياسية والأقليات للتعبير عن رأيها.
- الدفاع عن الحريات العامة.
- الدفاع عن مصالح المجتمع والمساهمة في تماسكه.
- كشف الانحرافات والفساد.

- عدم نشر ما يسيء للذوق العام والآداب والأخلاق العامة. (المزاهرة، 2017، صفحة 359)

أخلاقيات خاصة بالإعلان: حيث تنص العديد من مواثيق الشرف الصحفي على ضرورة الفصل بين المادة الإعلانية والمادة التحريرية وذلك لتجنب اعتقاد الجمهور أن الإعلانات المشار إليها تعبر عن اتجاه الوسيلة الإعلامية، لذلك يجب التفرقة بين الرأي والإعلان، وكذا تجنب نشر الإعلانات التي تنتهك الآداب العامة وتتضمن السب والقذف وتحرض على القيم والسلوكيات الشاذة لا تتفق مع قيم المجتمع. (بن عمار، 2019، صفحة 64)

يضاف إلى ذلك ضرورة الالتزام بنسبة المادة الإعلامية المنصوص عليها دولياً والمقدرة بـ 40%، حتى لا تغطي على المادة التحريرية المقدمة، وعدم استخدام وتوظيف صورة المرأة والطفل بطرق مبتدئة في الرسائل الإشهارية.

أخلاقيات ومعايير خاصة بالمستوى المهني للإعلاميين :

ومن المبادئ الأخلاقية في هذا المجال:

أ- تمتع الإعلامي بدرجة عالية من النزاهة بحيث يكون دافعه في عمله الصحفي أو الإعلامي الصالح العام، وليس السعي وراء مصلحة شخصية أو مصلحة ذاتية.

ب- عدم قبول الإعلامي لأية مكافآت أو هدايا أو رشاوي مقنعة أو ظاهرة.

ج- عدم جمع الإعلامي بين عمله وجلب الإعلانات. (المزاهرة، 2017، صفحة 360)

• مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية:

إن أخلاقيات المهنة مهما كانت طبيعتها وخصوصياتها إلا أنها تشترك في كونها تنبثق من خلال مجموعة من المصادر التي تسهم في بلورة وتشكيل أخلاقياتها وضوابطها، والتي تعكس واقع المجتمع بشتى مجالاته، ويرى عديد الباحثين أن المهنة الصحفية تستمد أخلاقياتها من مصدرين هما: **المصدر الديني:** «ويمثل هذا المصدر أهم مصادر أخلاقيات المهنة، إذ أنه يوفر لأخلاقيات المهنة خلق الرقابة الذاتية في الفرد» (الزياني، 2014، صفحة 23). وفي الدين الإسلامي يعد المقومان والمصدران الرئيسيان للتشريع القرآن الكريم والسنة النبوية.

المصادر الدنيوية: وهي المصادر التي تشترك فيها الشعوب باختلاف دياناتهم، وتنقسم المقومات الدنيوية إلى عدة أقسام هي:

أ- الذات الإنسانية: وهي المقومات التي تقوم عليها أخلاقيات المهنة أو ما يسمى الضمير الإنساني.
ب- المصلحة: وهي أحد مقومات أخلاقيات المهنة، فالصحفي ينظر عادة إلى ما فيه مصلحة من الأخلاقيات ونماذج السلوك ويحاول إدراجها في الأخلاقيات الواجب التحلي بها.

ج- اللوائح والأنظمة: تضطلع اللوائح والأنظمة بدور كبير في ضبط المهنة الصحفية واستقامتها على ما يحقق المصالح، ومن أهم المؤسسات التي تساند المجتمع في بث الأخلاق المهنية، المؤسسات التعليمية والتربوية فهي محاضن لتربية النشء، ولها دور في ترقية الإنسان وتهذيب أخلاقه، وفي غرس ثقافة أخلاقية في نفسه. (قراد، 2016، صفحة 106)

وإذا ما أردنا التفصيل أكثر في مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية فإننا نجدنا مستمدة من مصادر متعددة، تشمل المجتمع والمؤسسات الإعلامية وكذا السياسات والقوانين عهود ومواثيق الشرف المهني، وإن كان الالتزام بها معنويا، وتتمثل أبرز مصادر أخلاقيات المهنة الصحفية في:

أ- السياسة الإعلامية: تتأثر أخلاقيات المهنة الصحفية أساسا بالسياسات الإعلامية السائدة في البيئة التي يعمل فيها الصحفيون [...] والتي تتحدد بموجبها الأطر العامة لأخلاقياتها، وتختلف هذه السياسات من دولة لأخرى بحسب طبيعة الأنظمة الحاكمة والمجتمعات فيها، وبصورة عامة فإن قوانين المطبوعات والنشر تعمل على تنظيم المهنة الإعلامية من خلال مجموعة من الضوابط والتي تعتمد على تكريس مجموعة من المحظورات التي يجب أن تلتزم بها المؤسسات الإعلامية، كما تحاول النقابات والروابط المهنية الإعلامية وضع بعض الضوابط والمواثيق التي تسعى إلى ضبط المهنة وتأكيد مسؤولياتها الاجتماعية، وتلعب النقابات الصحفية دورا هاما في هذا المجال. (شراذقة، 2018، صفحة 57)

ب- المؤسسة الصحفية: لكل مؤسسة صحفية تقاليد وسياساتها الخاصة بها التي تضعها لنفسها وتحكم آليات العمل لتحقيق أهدافها ومن ثم المطلوب من العاملين فيها الالتزام بتلك السياسة، لذا تنعكس آثارها سلبا أو إيجابا على طبيعة العلاقات السائدة فيها، وتؤثر سياسة المؤسسة الصحفية في أوجه النشاط الإعلامي كافة سيما ما يتعلق بجمع الأخبار، فالصحيفة التي تتبع أسلوب الإثارة في الإعلام والنشر وتسعى إلى الحصول على الأنباء المثيرة للقارئ، [...] مع العمل على تحريرها بأسلوب مثير يحوي كثيرا من التهويل والمبالغة في إخراجها، في حين هناك صحف أخرى تتبع أسلوبا محافظا في جميع مادتها الصحفية فلا تنشر أو تذيع إلا ما يتفق مع سياستها الإعلامية بغية نشر القيم العامة والتراث الثقافي والمثل العليا للجماهير. (شراذقة، 2018، صفحة 58)

ج- فريق العمل الصحفي: يعد فريق العمل الصحفي أحد مصادر أخلاقيات المهنة، إذ تحدد طبيعة العلاقات القائمة بين الصحفيين داخل المؤسسة الصحفية [...]. لذلك أكد الباحثون في الإدارة على قيم العمل وأخلاقيات العمل وعددها واحدة من حيث الجوهر، وذلك من خلال تعريفها بأنها القيم السائدة التي تنظم العلاقات بين الأفراد في المجتمع الواحد، ثم تنتقل مع الفرد عند طوله منشآت الأعمال وتؤثر في سلوك العاملين ومستوى أخلاقهم سواء كان ذلك بطريقة إيجابية أم سلبية. (شراذقة، 2018، صفحة 59)

هـ- المجتمع: «يعد المجتمع من مصادر أخلاقيات المهنة المهمة، لأنه المنبع الرئيس الذي يستمد منه الصحفي أخلاقياته المهنية، ولكي تكون الرسالة الصحفية الموجهة إلى الجمهور مؤثرة لا بد له من أن يعبر عن نبض الجماهير وإحساسها ومشاكلها وهمومها، والتطلع دوماً إلى عرض رسالته بموضوعية وشفافية واضعاً الحلول المقترحة وموجهاً لمختلف القضايا التي تهم المجتمع». (شراذقة، 2018، صفحة 59)

• مواثيق الشرف الإعلامية :

تعد مواثيق الشرف المهنية (Professional codes) من أهم محددات الأداء الأخلاقي لوسائل الإعلام، والميثاق المهني في أبسط تعريف له مدونة سلوك تتضمن معايير مهنية يجب الالتزام بها من جانب الصحفيين والإعلاميين في المجتمع، وهو قائمة من التوجيهات مصاغة على نمط "أفعل ولا تفعل" بهدف إرشاد الصحفيين ومساعدتهم في إصدار أحكام أخلاقية عندما يواجهون مشكلات أخلاقية في عملهم الصحفي. (نصر، 2017، صفحة 291)

« وتغطي مواثيق الشرف الصحفية والإعلامية المشكلات الأخلاقية الأساسية التي يواجهها الصحفيون سواء خلال جمع الأخبار والمعلومات أو في التعامل مع مصادرهم وطريقة النشر أو الإذاعة وطريقة تقديم القصص الصحفية وكيفية ضمان نوعية المعلومات التي يقدمونها للجماهير بالإضافة إلى طرق التعامل مع الشكاوي التي يثيرها الجمهور». (نصر، 2017، صفحة 291)

وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن المواثيق التي تنظم المهنة الإعلامية تقسم إلى نوعين

هما:

1- موثيق إجبارية أو إلزامية: «وفي هذه الحالة تحمل الموثيق بعض أشكال العقاب لمن يخالفون ما جاء بها من معايير للسلوك المهني أو ينتهكونها، ويدخل في هذا الاحتقار أو التأنيب العام أو الوقف عن مزاوله المهنة». (حجاب، الاعلام والموضوعية، 2010، صفحة 40)

2- موثيق اختيارية: «أي أن تقوم على أساس رغبة واردة من العاملين في المهنة، بحيث يترتب على موافقتهم عليها التزامهم بتنفيذ ما جاء فيها أثناء ممارستهم للعمل، وتعد هذه الموثيق بمثابة تنظيم ذاتي لهم». (حجاب، الاعلام والموضوعية، 2010، صفحة 40)

أهداف الموثيق المهنية:

تسعى موثيق الأخلاقيات جميعا إلى تحقيق أهداف محددة تتمثل في:

1- حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال، أو ضد الأغراض الاجتماعية له، أو استخدامه للدعاية.

2- حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا، بأي شكل من الأشكال إلى قوة لا تقدر مسؤولياتها، أو يتعرضوا للإذلال، أو لأي ضغط ضد ما تمليه عليهم ضمائرهم.

3- المحافظة على قنوات الاتصال مفتوحة، بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين، وذلك بالتأكيد على حق العاملين في وسائل الإعلام في الحصول في كل وقت على المعلومات (عدا الأمور المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك). (نصر، 2017، صفحة 294)

إن هذه الأهداف الثلاثة المذكورة تشكل جوهر فلسفة موثيق أخلاقيات المهنة، إلا أنه وفي حالات أخرى يتم إعداد هذه الموثيق خدمة لأغراض سياسية واقتصادية بحثة لا تخدم مهنة الإعلام ولا تسعى في رقيها مطلقا.

• أخلاقيات المهنة الصحفية:

تكتسي أخلاقيات المهنة الإعلامية بشكل عام أهمية بالغة نظرا لارتباطها الوثيق بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، فالرسالة الإعلامية التي يقدمها الصحفي ليست مجرد معلومات عادية وإنما هي رسائل هادفة تسعى للكشف عن المشكلات وإثارة القضايا التي تهم الجمهور، بل هي أكثر من ذلك حيث أن وسائل الإعلام زيادة على دورها في تنوير الرأي العام، فهي أداة من أدوات الضبط الاجتماعي تلفت الانتباه للقضايا المعقدة وتعكس الواقع الاجتماعي بغية تسليط الضوء على

المشكلات، والمساهمة في منع استفحالها من خلال نشر الوعي وبناء الخلفيات الثقافية والمعرفية للجمهور.

فالصحفي ذو الضمير الحي يجب أن يفحص بدقة كل الحقائق وأن يمتنع عند الضرورة عن نشر أي أنباء مشكوك في صدقها أو صحتها خاصة إذا كانت تعني حقائق شخصية... ولا يمكن القول أن القواعد والأخلاقيات عديمة الفائدة ولا تملك شيئاً من القوة[...]. حيث أن لهذه القواعد والأخلاقيات القدرة على تحديد بصفة دقيقة العلاقات المختلفة داخل العملية الإعلامية والتي يمكن أن تكون محل تلاعب...، كما أن هذه القواعد والأخلاقيات المهنية وضعت لتضمن السير الحسن للعملية الإعلامية سواء أثناء البحث عن المعلومات أو أثناء نشرها. (قراد، 2016، الصفحات 94-95)

« وفي هذا السياق يذكر "ديفيد راندال" أن المبادئ الأخلاقية تمثل أكثر الطرق أدبا ولياقة لأداء العمل الصحفي حيث تزودنا بالمواقف اتجاه القراء (والمصادر) التي تعتمد على شيء من الحساسية ومراعاة مشاعر الآخرين الإنسانية بدلا من مجرد الحسابات التجارية الماكرة». (رزقي، 2013، صفحة 26)

لقد برزت أهمية أخلاقيات ومواثيق الشرف الإعلامية منذ بدايات الربع الأخير من القرن الماضي، فقد وضعت منظمة اليونسكو ما يسمى بأخلاقيات العمل الإعلامي من خلال مظلة إعلامية تهتم بالقيم التي يجب أن يراعيها الوسط، وذكرت مقالة بعنوان الاتحاد المهني في أجهزة الإعلام عن موقف اليونسكو الذي يشير إلى أن هيئات العاملين بالأجهزة الإعلامية أنشأت لانتشارها من أيدي الطبقات المتسلطة. (المشاقبة، 2012، صفحة 89)

فالمواثيق الأخلاقية لا تشكل فقط صياغة للعلاقة بين الصحفيين والمجتمع، لكنها أيضا ضرورة للصحفيين أنفسهم ولتنظيماتهم المهنية[...]. لذلك فإن التزام الإعلاميين بميثاق أخلاقي يمكن أن يساهم في تشكيل شخصية جيدة لهم، بالإضافة إلى أنهم كغيرهم من المهنيين (الأطباء، رجال القانون... الخ) يجب أن يكون لهم إرشادات تساعد على إصدار الحكم الصحيح على الكثير من المواقف التي تؤثر على حياة الناس، فهم يحتاجون لفهم المواقف المعقدة التي يجدون أنفسهم فيها، والنتائج المحتملة للأعمال التي يقومون بها، ولذلك لا بد أن يكون لهم مبادئ أخلاقية تساعد على إصدار الأحكام الصحيحة، حتى تكون قراراتهم مبررة أخلاقيا. (صالح، 2012، صفحة 127)

- إن الأخلاقيات المهنية تستأثر بأدوار بالغة بالنسبة لأي مهنة سيما مهنة الإعلام نظرا لطبيعة الأدوار التي تؤديها، والتي يمكن اعتبارها أدوارا مجتمعية، حيث يبرز ذلك من خلال:
- إن الأخلاقيات والمواثيق المهنية تمنح العاملين في المجال الإعلامي إحساسا بالذاتية المهنية، كما تتم عن وعي ونضج المهنة وحصولها على الرضا والقبول على الصعيد الاجتماعي.
 - إن الأخلاقيات المهنية تتيح للجماعة المهنية إمكانية التعريف بنفسها وامتلاك أداة للنقد ومحاولة الإصلاح على مستوى المؤسسة الإعلامية داخليا وخارجيا، كما تساهم في تحديد أهدافها وكذا تحديد المعايير والمبادئ التي تستند لها.
 - إن وجود أخلاقيات مهنية هو واحدة من العلامات الصحيحة التي تؤكد على الفهم الموحد لضوابط المهنة ومعاييرها، وبالتالي توحيد طبيعة الممارسات التي يقوم بها العاملين فيها.
 - إن أخلاقيات المهنة الصحفية ومواثيقها تساعد على تحقيق الاستقلال المهني من خلال وضع إطار للتنظيم الذاتي، مما يساهم في قيام الصحافة بأدوارها وتنفيذ مسؤولياتها.
- وكخلاصة لما ورد في هذا العنصر يمكننا القول أن الأخلاقيات المهنية التي يستند لها الصحفيين في المجال الإعلامي قد لا تضيف جديدا إلى جانب القواعد والضوابط القانونية السائدة، إلا أنها تثنى المعايير المهنية النبيلة للمهنة كالمصادقية، الاستقلالية والتعددية والتي ترتبط بشكل مباشر بالمعايير والتشريعات الأخلاقية لمهنة الإعلام، بما يضمن في النهاية شروط الحرية الإعلامية تنظيما وسلوكا وممارسة.

• أخلاقيات مهنة الصحافة في الجزائر ومواثيقها:

إن الحديث من أخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر يحيلنا بطريقة آلية تلقائية على ضرورة القراءة الفاحصة والمتأنية لمجمل النصوص التشريعية والقوانين العضوية للإعلام، والتي شهدتها الجزائر عبر مختلف المراحل الزمنية التي مرت بها، بداية من مرحلة الاستقلال وصولا إلى المرحلة الحالية، فقد اتسم الواقع الإعلامي في الجزائر عقب الاستقلال بمظهرين رئيسيين هما:

- **المظهر الأول:** «أنتج الاستعمار الفرنسي والذي جاء بالممارسة الحرة للصحافة والإعلام، وحرية تأسيس الصحف وإزالة الرقابة، فكان أن أخذ الجزائريون بهذا الاتجاه، وعاشت الجزائر في سنواتها الأولى من الاستقلال نوعا من تعددية التعبير والصحافة». (علاوي، 2016، صفحة 271)

- **المظهر الثاني:** «أنشأه الجزائريون، حيث كان لجهة التحرير الوطني وضع خاص الصحافة، إذ أنها أوقفت كل الصحف العربية الإسلامية مع اندلاع حرب التحرير، واعتمدت مبدأ التوجيه الإعلامي قصد تعبئة مختلف شرائح المجتمع ضد الاستعمار، وعند الاستقلال كان لها وسائلها الخاصة من الصحف ووكالات الأنباء، قبل أن تسيطر على الإذاعة والتلفزيون يوم 28 أكتوبر 1962». (علاوي، 2016، صفحة 271)

وتجدر الإشارة إلى أن مجمل القوانين التي عرفتها الجزائر خلال مرحلة ما بعد الاستقلال لم تعطي الاهتمام الكافي والأهمية المرجوة لأخلاقيات المهنة الإعلامية.

فقد ظل موضوع أخلاقيات المهنة بعيدا عن الاهتمام إلى غاية صدور قانون الصحفي في 09 سبتمبر 1968 بمقتضى الأمر 68 - 526، والذي تضمن تحديد حقوق وواجبات الصحفي إلى جانب بعض مبادئ أخلاقيات المهنة بشكل موجز، ملتبس وغامض وذلك في مواد قليلة تحدثت عن أخلاقيات المهنة الصحفية وعن ضوابط ذات طابع نضالي وتوجيهي تتحكم في السلوكيات المهنية بصفة عامة حيث نصت الفقرة الأولى من مادته 05 على: (علاوي، 2016، صفحة 274)

- يمارس الصحفي وظيفته ضمن توجيه نشاط نضالي.
- أن يمتنع عن تقديم الأخبار الكاذبة أو غير الثابتة أو إشاعتها أو السماح بإشاعتها.
- أن يلتزم بالسر المهني ما عدا قضايا الأسرار العسكرية التي تمس بأمن الدولة الخارجي والداخلي.
- أن يمتنع عن استعمال الامتيازات المرتبطة بالوظيفة لأغراض شخصية.
- أن يمتنع عن أي عرض إعلاني قد يشيد بمنتوج أو مؤسسة تستفيد ماديا من بيعها أو إنجازها بصورة مباشرة أو غير مباشرة.
- أن يعمل دون انقطاع على تحسين تكوينه السياسي وإكمال ثقافته ومعلوماته التقنية والمهنية. (علاوي، 2016، الصفحات 274-275)

بعد صدور هذا القانون ظل الفضاء الإعلامي الجزائري على ذات الوتيرة السابقة، أين لم يبرز بشكل جلي المفهوم الحقيقي لأخلاقيات المهنة الصحفية إلى غاية صدور قانون الإعلام سنة 1982.

○ قانون الإعلام لسنة 1982:

يعتبر قانون الإعلام لسنة 1982 أول قانون إعلامي فعلي في تاريخ الجزائر المستقلة، وفي هذه السنة عرف قطاع الإعلام في الجزائر منعرجا حاسما، حيث عرفت هذه المرحلة مناقشات وافية حول قطاع الصحافة من طرف الحزب الواحد، كما برز الانشغال بظاهرة الرقابة الذاتية خاصة سنة 1982 بمناسبة انعقاد الدورة السابعة للجنة المركزية لحزب جبهة التحرير الوطني، ويتشكل الهيكل لقانون الإعلام 1982 من خمسة أبواب تتضمن 128 مادة تنص بصفة عامة ع تتضمن 128 مادة تنص بصفة عامة على أهمية الإعلام والحقوق فيه. (بن عمار، 2019، صفحة 75)

« وقد نص قانون 1982 على آداب وأخلاقيات المهنة في مواد متفرقة منه، حيث نصت المادة 42 أنه يجب على الصحفي المحترف كما يحدده هذا القانون: أن يمارس مهنته ضمن منظور عمل نظامي في خدمة الاختيارات التي تتضمنها النصوص الأساسية للبلاد». (جعيد، 2018، صفحة 303)

- أن يحترس من إدخال أخبار خاطئة أو غير ثابتة ومن نشرها أو السماح بنشرها.

- أن يحترس من استعمال الامتيازات المرتبطة بمهنته في أغراض شخصية.

كما نصت المادتين 48 و 49 من أن سر المهنة حق وواجب معترف به للصحافيين، ولا يعمل بهذا المبدأ أمام السلطة التي يؤهلها القانون. (جعيد، 2018، صفحة 303)

« كما نصت المادة 43 من أنه "يجب على الصحفي المحترف زيادة على احترام مبادئ الأخلاق المهنية ولمسؤولية الاجتماعية الواردة في المادة 48 وأن يجعل عمله مندرجا في إطار السمو بالمثل العليا لتحرير الإنسان والسلام والتعاون ضمن روح العدالة والمساواة بين الشعوب". (جعيد، 2018، صفحة 303) والجدير بالذكر أن هذا القانون بالرغم من الأهمية التي أعطيت له إلا أنه لم يأت بأي جديد يخص أخلاقيات الممارسة المهنية في مجال الإعلام، بقدر ما أعاد تكرار مضمون قوانين سابقة (قانون 1968)، كما خلت مواده من أي آليات لحماية الصحفي حيث ركز على العقوبات أكثر من القواعد والأخلاقيات المهنية.

○ قانون الإعلام لسنة 1990:

بعد أحداث أكتوبر 1988 التي فتحت المجال للتعددية السياسية والإعلامية والفكرية، ظهر قانون 1990 مخالفا تماما لقانون 1982، وجاء هذا القانون بـ 106 مادة موزعة على تسعة أبواب، ولعل أهم ما جاء فيه هو إلغاء الرقابة الإدارية على الصحف وإصدارها وتعددتها، وكذا على إنشاء مجلس أعلى للإعلام لتنظيم العمل الإعلامي، كما تضمن أيضا مواد تتعلق بأخلاقيات المهنة الإعلامية وأهم ما جاء فيه:

المادة 03: يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني وبالتالي فحرية الحق في الإعلام مقيدة بشروط وضوابط معينة. (حسناوي، 2014، الصفحات 79-80)

« أما المادة 26: فنصت على أنه يجب أن لا تشتمل الدورية المتخصصة الوطنية والأجنبية كيفما كان نوعها على كل ما يخالف الدين الإسلامي والقيم الوطنية وحقوق الإنسان، أو يدعو إلى العنصرية أو التعصب والخيانة سواء كان ذلك رسما أو صورة أو حكاية أو خبرا أو إبلاغا، كما يجب أن لا تشمل هذه النشريات على أي إشهار أو إعلان من شأنه أن يشجع على العنف والجروح». (حسناوي، صفحة، 80)

كما نصت المادة 33: على أنه تكون حقوق الصحفيين المحترفين في الأجهزة الإعلامية العمومية مستقلة عن الآراء والانتماءات النقابية والسياسية[....] ويكون التأهيل المهني شرطا أساسيا للتعيين، الترقية أو التحويل شريطة أن يلتزم الصحفي المحترف بالخط العام للمؤسسة الإعلامية. (حسناوي، صفحة، 80)

ونص قانون 1990 على قواعد أخلاقيات المهنة التي يتعين الالتزام بها من قبل الصحفيين بقوله في المادة 40 على أنه:

- يتعين على الصحفي المحترم أن يحترم بكل صرامة أخلاق وآداب المهنة أثناء ممارسة مهنته.
- احترام حقوق المواطنين الدستورية وحياتهم الفردية.
- الحرص الدائم على تقديم إعلام كامل وموضوعي.
- تصحيح أي خبر يتبين أنه غير صحيح.

- التحلي بالنزاهة والموضوعية والصدق في التعليق على الوقائع والأحداث. (جعيد، 2018، صفحة 303)
 - الامتناع عن التنويه المباشر وغير المباشر بالعرقية وعدم التسامح والعنف.
 - الامتناع عن الانتحال والافتراء والقذف والشواية.
 - الامتناع عن استغلال السمعة المرتبطة بالمهنة في أغراض شخصية أو مادية.
 - رفض أي تعليمية تحريرية آتية من مصدر آخر غير مسؤولي التحرير. (جعيد، 2018، صفحة 303)
- ويعتبر قانون الإعلام لسنة 1990 أول قانون إعلام أعطى عناية وأهمية خاصة لقواعد السلوك المهني حيث نص في عديد المواد على ضرورة احترام مبادئ وأخلاقيات المهنة الصحفية في الجزائر ويبرز ذلك من خلال محاولته الموازنة بين حقوق الإعلاميين من جهة وكذا حق الجمهور من جهة أخرى.

○ القانون العضوي للإعلام 2012:

تضمن هذا القانون العضوي 133 مادة موزعة على عشرة أبواب، كما أكد ولأول مرة على ضرورة فتح السمعى البصري الذي ظل محتكرا ومغلقا لسنوات، وقد أثير كثير من الجدل حول هذا القانون بين مؤيدين لمضمونه باعتباره يشير إلى ضرورة فتح المجال السمعى البصري ومعارضين له على اعتبار أنه لم يأت بما كان منتظرا منه، مقيدا للحريات ولم يرق إلى مستوى قانون 1990. (بقدوري، 2017، صفحة 205)

وقد ورد في الفصل الثاني الموسوم بأداب وأخلاقيات المهنة من هذا القانون، عدة مواد نصت على ضرورة التحلي بالأخلاقيات والضوابط المهنية، حيث ورد في المادة 92 من الفصل المذكور أنه: يجب على الصحفي أن يسهر على الاحترام الكامل لأداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته للنشاط الصحفي، زيادة على الأحكام الواردة في المادة 02 من هذا القانون العضوي، يجب على الصحفي على الخصوص :

- احترام شعارات الدولة ورموزها.
- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي.
- نقل الوقائع والأحداث بنزاعة 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 أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن. (قانون الإعلام 05/12، 2012، صفحة 10)

كما نص هذا القانون أيضا على:

المادة 93: يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم، ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

المادة 94: ينشأ مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وينتخب أعضائه من قبل الصحفيين المحترفين.

المادة 95: تحدد تشكيلة المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة وتنظيمه وسيره من قبل جمعياته العامة التأسيسية، ويستفيد المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة من دعم عمومي لتأسيسه.

المادة 96: يعد المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليه.

المادة 79: يعرض كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة.

المادة 98: يحدد المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة طبيعة هذه العقوبات وكيفية الطعن فيها.

المادة 99: ينصب المجلس الأعلى لآداب وأخلاقيات مهنة الصحافة في أجل أقصاه سنة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون العضوي. (قانون الإعلام 05/12، 2012، صفحة 11)

والملاحظ أن القانون العضوي للإعلام لسنة 2012 حاول إلى حد ما توضيح الخطوط العريضة لأخلاقيات وآداب مهنة الصحافة، كما أكد على ضرورة توفير الحماية للصحفيين على الصعيد الاجتماعي والمهني وكذا إلغاء عقوبة الحبس، كما نص أيضا في الباب السابع عشر على حق الرد والتصحيح وتوسيعه ليشمل وسائل الإعلام الالكترونية ما يكفل حماية الخصوصية للمواطن وحقه في الإعلام، لكن مجمل هذه المواد ظلت مجرد حبر على ورق ولم يتم تفعيلها حقيقة في الممارسة الإعلامية في الجزائر.

○ قانون السمعى البصرى 2014:

«نشر مشروع قانون السمعى البصرى 2014 بصيغته النهائية فى الجريدة الرسمية فى 23 مارس 2014، وتضمن هذا القانون كسابقه مجموعة من المواد المتعلقة بآداب المهنة وأخلاقياتها فى القطاع السمعى البصرى، والتي من أهمها ما ذكر فى نص المادة 02 والمتضمن ممارسة نشاط السمعى البصرى بكل حرية فى ظل احترام المبادئ المنصوص عليها فى قانون الإعلام 2012». (بن عمار، 2019، صفحة 79)

وقد تضمنت المادة 48 الشروط الواجب على المؤسسات الإعلامية الالتزام بها والتي تمثلت فى:

- الالتزام بالمرجعية الدينية، واحترام المرجعيات الدينية الأخرى، وعدم المساس بالمقدسات والديانات الأخرى.

- احترام مبادئ ومقومات المجتمع.

- احترام متطلبات الآداب العامة والنظام العام.

- احترام القواعد المهنية وآداب الصحافة وأخلاقياتها عند ممارسة النشاط السمعى البصرى.

- عدم بث محتويات إشهارية مظلمة.

- احترام مقتضيات القانونية والتنظيمية المتعلقة بالإشهار.

- الامتناع عن بيع الفضاءات المخصصة للإشهار من أجل الدعاية الانتخابية.

- احترام حقوق المؤلف والحقوق المجاورة.
 - التزام الموضوعية والامتناع عن الإشادة بالعنف والتمييز العنصري والطائفي.
 - عدم المساس بشرف الأشخاص وحياتهم الخاصة.
 - وضع آليات ووسائل تقنية لحماية الأطفال القصر والمراهقين في البرامج التي يتم بثها.
- (قانون الاعلام 2014/04، 14، الصفحات 12-13)

2.2. صحافة المواطن:

1.2.2. النموذج الإعلامي الجديد وتحولات الفضاء الإعلامي:

تشهد البيئة التواصلية والفضاء الإعلامي اليوم تغيرات وتحولات جذرية على عدة مستويات، بحيث يتصدر الواجهة إعلام هو في طور التشكل والنشوء ألا وهو الإعلام الجديد، حيث جلب هذا الوافد المستجد معه عديد التغيرات التي مست الإعلام التقليدي بمختلف مكوناته، بل وأدى إلى تغيير هيكل العملية التواصلية بشكل غير مسبوق ليتحول بذلك المتلقي التقليدي بفعل التطورات التقنية والتكنولوجية المتلاحقة إلى مرسل وإلى منتج ثقافي ومورد رئيسي عبر الشبكة وإلى ناقد يحلل ويناقش ويعلق على مختلف الموضوعات والقضايا بعيدا عن حراسة البوابة وسياسات الأجندة التي كانت ترتبها له مسبقا وسائل الإعلام التقليدية.

فقد خرج الإعلام من مفهومه الضيق المحدود بتحول المتلقي إلى مرسل، فالتطورات سالفة الذكر ألقَتْ بظلالها على الجمهور الذي بدأ بالتفتت والانقسام شيئا فشيئا ليتوزع على عديد المنافذ الإعلامية على غرار الصحف الالكترونية، مواقع الشبكات الاجتماعية، المدونات، والويكي وغيرها.

وهو ما دفع بالكثير من وسائل الإعلام التقليدية إلى محاولة التجديد في طرق وأساليب بث محتوياتها، خاصة في ظل هذا الزخم الكبير من الوسائط والتطبيقات التي تبث المعلومة بشكل تفاعلي وبصفة آنية، بما يمكنها من الحفاظ على جماهيرها من ناحية وتدعيم صورتها على الصعيد المعنوي ولذا الاقتصادي من ناحية أخرى.

فالإعلام الجديد كسر القيود السابقة للإعلام التقليدي، وغَيَّر الشكل المألوف للإعلام وجعل منه أكثر استجابة لمتطلبات الجمهور وأكثر حرية لتناول كافة المواضيع دون خوف أو قيد، حيث تحقق لأي فرد إمكانية امتلاك إعلامه الخاص، ومن خلال تعدد الوسائط في هذا الإعلام تمكن من أداء

أدوار متميزة ومتقدمة عجز الإعلام التقليدي عن القيام بها، وساهم في رفع الوعي الاجتماعي الثقافي والسياسي في المجتمع (المعطي، 2015، صفحة 19).

«كما يعمل الإعلام الجديد على الاستبدال التدريجي لكل العناصر المادية بأخرى رقمية، كما يجمع سلوكه الاتصالي بين مزايا الاتصال الشخصي والجماعي ويتجاوز سلبياتهما، من ناحية أخرى، يمثل الإعلام الجديد تحررا من السلطة التقليدية التي يخضع لها الإعلام، سواء سلطة المؤسسات الإعلامية، الحكومية والخاصة، أو سلطة العوامل الاقتصادية» (المكي، 2014، صفحة 17).

لقد أفرز هذا النظام فاعلين جدد في الاقتصاد والسياسة، وكذلك في مجالات أخرى ومختلفة كالاتصالات والقطاع السمعي- المرئي، والمعلوماتية، ولكنها مندمجة بفعل النظام الرقمي، وبحكم القضاء السيبرني الذي أتاحتها الانترنت، ومن خصائصه: الانفتاح، وتحقيق النجاعة للمبادلات المالية والتجارية بحرية وسرعة ومرونة فائقة، كما أفرز النظام ذاته ظهور خدمات جديدة، التحم واقعها بالواقع اليومي الأفراد الاجتماعيين، ودخلت مفردات مثل الـ "يوتيوب" (youtube) و"سكايب" (skype) و"فايسبوك" (facebook) معجم الملايين من الناس. (الحيدري، 2007، صفحة 15).

فقد شكلت الميديا الجديدة بتطبيقاتها المتعددة بما فيها صحافة المواطن إعلاما بديلا بما تحمله الكلمة من معنى، الأمر الذي دفع الإعلام التقليدي (الكلاسيكي) إلى تغيير طرق وأساليب تعامله وممارساته الإعلامية وفق نموذج إعلامي جديد يؤدي فيه المتلقي دورا بارزا، كما أن نتائج الاستخدام المتعاظم للإعلام الجديد لم تعد تتصل بمجال واحد وإنما تعدته إلى مجالات كثيرة ومتنوعة كالترفيه والتعليم والتسويق والسياسة وغيرها، كما كان لها نتائج حاسمة أيضا فيما يخص الممارسات الإعلامية المهنية، وفي هذا السياق سنحاول تلخيص أبرز التحولات الكبرى التي يشهدها الفضاء الإعلامي اليوم والتي ترتبط في شق واسع منها بالإعلام الجديد وهو ما يمكن لنا إسقاطه في الجوانب التالية:

التحول الأول: ظهور المستخدم النشط - المبتكر:

حيث تحيل مصطلحات الانترنت (2,0)، وكذا الواب الاجتماعي على توصيف أحد أهم تطورات الانترنت أي تحول المستخدم إلى فاعل نشط « active user » منتج للمضامين (فيديوهات، صور، نصوص) ولا يكتفي بمجرد الإبصار، وعلى هذا النحو فإن الميديا الاجتماعية تعزز مضامين المستخدمين « user generated content » والتي صممت خارج الأطر والممارسات المهنية، وتتفاعل مؤسسات الميديا المهنية وفق طرق متعددة مع هذا التطور الحاسم، خاصة من خلال توظيف هذه

المضامين التي ينتجها المستخدمون وينشرونها في الميديا الاجتماعية بعد إخضاعها للمعالجة المهنية (لحماني، الاذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي، 2016، الصفحات 7-8). «ولظهور المستخدم النشط وتطور مضامين المستخدمين نتائج تتجاوز مستوى التأثيرات على الميديا المهنية لتشمل كذلك المجال العمومي وأنماط التبادل فيه، كما يمكن أن نتبين ذلك من خلال علاقة الميديا الاجتماعية بالأحداث السياسية التي عرفها العالم العربي من ثورات وانتفاضات واحتجاجات لاحت في فضاءات الميديا الاجتماعية (فايسبوك، تويتر)». (لحماني، الاذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي، 2016، صفحة 08)

ويظهر ذلك بشكل جلي من خلال عديد الأمثلة التي تعكس التحولات السياسية التي ارتبطت في شق واسع منها باستخدامات الميديا الاجتماعية سواء على الصعيد العربي وكذا العالمي على غرار ثورة الياسمين في تونس، ثورة 25 يناير في مصر والثورة الخضراء في إيران، كما أطلق عليها عديد المتابعين عبر أنحاء العالم، والتي خرج فيها المتظاهرين رافضين لنتائج الانتخابات الرئاسية والتي كانت لصالح أحمدى نجاد، فبالرغم من التعتيم الإعلامي ومنع وسائل الإعلام العالمية من التغطية الإخبارية، إلا أن المتظاهرين استطاعوا حشد الآلاف من المتضامنين معهم سواء داخل إيران أو خارجها، من خلال استخدام منصة التويتر.

إن الأمثلة السالفة الذكر تعد عينة من جملة الأمثلة العديدة التي تبرز مدى فعالية الدور الذي تضطلع به الميديا الجديدة ويسهم في صناعة محتواه المواطن الصحفي وفق هيكلية النموذج الإعلامي الجديد. حيث سنعود لتناول عديد الأمثلة الأخرى في هذا السياق وذلك بشيء من الإسهاب في العناصر اللاحقة ضمن هذا الفصل.

التحول الثاني: تحول صناعة الأخبار في ظل الميديا الاجتماعية

حيث يعزز النموذج الإعلامي الجديد قدرة الناس على إنتاج المضامين، كما يعزز أيضا من قدرتهم على توزيعها، ويشير مصطلح المعالجة الجماعية للأخبار « *social curation* » إلى قدرة الناس على توزيع المضامين كدور من الأدوار الجديدة للمستخدمين « *user distributed content* » والتي تتجلى في إعادة نشر المضامين الإخبارية على التويتر أو مشاركتها عبر الفاييس بوك أو غوغل نحو الأصدقاء والعائلة والمعارف وإدراج وصلات نحو مضامين الميديا. (لحماني، الاذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي، 2016، الصفحات 8-9)

إن هذه الممارسات الجديدة تطرح عديد التساؤلات الجوهرية حول ماهية التحولات التي يشهدها الفضاء الإعلامي وكذا طبيعة التداعيات والتأثيرات المرتبطة بها، سيما فيما يخص عملية إنتاج المضامين من قبل المواطنين ومدى تأثيرها على الدور المنوط بالصحفي المهني في ظل المجال العمومي خاصة على الصعيد العربي، الذي لا يزال غير منفتح على ثقافة المشاركة التي يفتضيها النموذج الإعلامي الجديد وكذا منصات الميديا الاجتماعية.

التحول الثالث: استراتيجيات التوظيف والابتكار في مجال الميديا الاجتماعية

لقد تفتنت مؤسسات الميديا المهنية إلى أهمية المنصات الاجتماعية للنفوذ إلى الجمهور وخاصة إلى جمهور الشباب، وفي هذا الإطار بدأت شركة فايسبوك عام 2015 في تطوير حلول تكنولوجية لنشر تقارير صحفية كاملة بدل الاكتفاء بنشر وصلات نحو المواقع، وانطلقت هذه التجربة مع أيفون منذ 20 أكتوبر 2015، ويتيح هذا التطبيق الجديد تحليلا سريعا للتقارير والمضامين من فيديوهات ونصوص وصور على الهواتف الذكية وإمكانات لشخصنة المضامين بفضل قدرة الموقع على متابعة المستخدمين. (لحماني، الاذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي، 2016، صفحة 09)

وبالرجوع إلى عنصر الابتكار والتوظيف في مجال الميديا الاجتماعية، تعتبر البي بي سي (BBC) من أكثر مؤسسات الميديا ابتكارا في هذا المجال، إذ استخدمت الواتساب لإخبار جمهورها في إفريقيا عن مخاطر مرض الإيبولا أو للتواصل والتفاعل مع جمهورها.

كما تخصص شركة « CNN » موقع « CNN ireport » لعرض الإسهامات والمواد الإخبارية التي ينتجها الجمهور، أما على الصعيد العربي فإن مثل هذه المبادرات لمواكبة التحولات التي يشهدها الفضاء الإعلامي تبقى قليلة حيث تعد قناة العربية من الفضائيات الإخبارية الرائدة في الشرق الأوسط من خلال الاستعانة بهذا النوع من العمل الصحفي وذلك عبر خدمة أنا أرى.

التحول الرابع: الميديا الاجتماعية في قاعة الأخبار

لقد فتحت الميديا الجديدة الآفاق أمام الصحفيين المهنيين حيث أسهمت بشكل كبير في تنويع استخداماتهم لها من خلال جمع المعلومات، والبحث عن البيانات المطلوبة إلى جانب رصد اهتمامات الناس وآرائهم بكل حرية، بحيث تتيح لهم الحصول على معلومات غير خاضعة للرقابة وبشكل مباشر. لكن بالرغم من ذلك فإن هذا التحول في الفضاء الإعلامي والذي تقتضيه متطلبات النموذج الإعلامي الجديد يثير عديد التداعيات والمخاطر خاصة تلك التي تتصل بمدى النزاهة ومصداقية

المعلومات وبخطورة التلاعب بالصحفي المهني والإضرار بمكانته في ظل غياب التنظيم على مستوى منصات الميديا الجديدة.

التحول الخامس: الميديا الاجتماعية التنظيم أو التنظيم الذاتي

حيث تبين التجارب العالمية على أن الميديا الاجتماعية لا تخضع لمنظومات التنظيم الخاصة بالميديا المرئية والمسموعة، فهيئات التنظيم السمعي البصري وهيئات التنظيم الذاتي ومجالس الصحافة لا تتدخل في مجالات تنظيم الميديا الاجتماعية، إلا في حالات مخصوصة... فقد وضعت مؤسسات إعلامية عديدة موثيق تحريرية خاصة باستخدامات هيئاتها الصحفية لتطبيقات الميديا الاجتماعية على غرار البي بي سي BBC أو أدرجت بنودا خاصة بالميديا الاجتماعية على غرار الميثاق التحريري للأنفزة العمومية التونسية، وعلى هذا النحو فإن الميديا الاجتماعية تثير مسألة ثقافة التنظيم الذاتي وضعف انتشار آلياتها في مؤسسات الميديا العمومية وفي الأوساط الصحفية، على غرار مدونات السلوك «media ombudsman» (لحمامي، الاذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي، 2016، صفحة 12)

2.2.2. ماهية صحافة المواطن:

« يتسم فضاء إعلام المواطن بتعدد مدونته المصطلحية وكثرة الصيغ المعبرة عنه، وهو أمر نعتقد أنه طبيعي بالنظر إلى حداثة الحقل وعدم تشكل ملامحه التفصيلية بعد. وهو إن كان يضيف على المصطلح نوعا من الضبابية التي شكلت مداخل الكثير من المعترضين عليه، إلا أنه لا ينزع عن جدته ومشروعيته وتجدره في الممارسات اليومية للمحتفين به وممارسيه». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 307)

وهو ما دفعنا للتعلم أكثر في تفكيك هذا المفهوم ومحاولة تسليط الضوء عليه بشيء من الدقة والتمحيص، وذلك بالرجوع إلى الأطر النظرية والسياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها، ورغم أننا ضبطنا مفهوم صحافة المواطن في سياق الإطار المنهجي للدراسة إلا أنه حسب الباحثة لا يعد كافيا بالنظر للضبابية التي تشوب المفهوم وتباين الآراء والاتجاهات البحثية حياله، وهو ما تعتبره محاولة لتحقيق واحدة من الغايات التي ترمي هذه الدراسة لبلوغها وإن كان على الصعيد النظري وليس مجرد عملية حشو أو إعادة اجترار للمعلومات النظرية.

تتعدد وتختلف مفاهيم صحافة المواطن، ففي مفهومها الواسع تحيل صحافة المواطن على كوكبة متعددة من الأنشطة المختلفة ذات الصلة بمساهمة المواطنين في عملية إنتاج المعلومات ويمكن أن تأخذ هذه المساهمة أشكالاً متعددة كالتعليقات على الأخبار وتقاسم الصور والفيديو وإعادة نشر الأخبار ونشر روابط الأخبار « Tagging » وتقييمها « rating »، ففي تعريفها الواسع يمكن أن تشمل صحافة المواطن كل ما يصدر عن المستخدم من مضامين في مختلف فضاءات المجال الإلكتروني. (المعطي، 2015، صفحة 37)

إن صحافة المواطن، هي واحدة من مفاهيم الإعلام والتي تسير إلى الأنشطة الصحفية التي تتم بواسطة الناس العاديين، حيث يعني ذلك أن المواطنين أنفسهم يتبعون القضايا التي تواجههم فقد قام "دوفي" (Duffy)، و"تورسون" (Thorson) و"جانغ" (Jahng) في 2010، بتعريف الصحفي المواطن كفرد ليس محترفاً أو مدرباً، لكن مع ذلك قد يقدم تقريراً عن حبه أو مجتمعه، فالصحفيون المواطنون أو الصحفيون الهواة ليسوا سوى الجمهور العام، أي المشاهدين والقراء والمستمعين من وسائل الإعلام الرئيسية. (Noor, 2017, p. 55)

تعرف صحافة المواطن عند « Glaser » بأنها إمكانية استخدام الوسائل التكنولوجية والتوزيع العالمي لشبكة الانترنت، وذلك قصد إنشاء وسائط تواصلية خاصة بهم، أو التحقق من المعلومات الواردة على وسائل الإعلام الأخرى... فصحافة المواطن هي عكس عملية المرسل المتلقي « The sender receiver process » التي نجدها في الصحافة التقليدية، في الوقت الذي تستخدم فيه الجرائد والقنوات التلفزيونية والإعلام الإلكتروني الصحفي كحارس بوابة (gate keeper) في عملية انتقاء وتقديم الأخبار. (المعطي، 2015، صفحة 38)

« هذه الصحافة تحيلنا في مفهومها المبسط إلى الإسكانية المتاحة أمام كل فرد، ليكون مرسلًا صحفياً من خلال ما يجمعه من أخبار وما يلتقطه من صور وتسجيلات صوتية، باستعمال التكنولوجيات الحديثة، وهي بهذا المعنى "تسير ببساطة إلى ممارسة مواطنة جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحداً". (السنوسي، 2015 ، صفحة 59)

كما يعبر بعض الباحثين عن صحافة المواطن بمفهوم الصحافة التشاركية، حيث يشير مفهوم الصحافة التشاركية والذي استخدم لأول مرة لوصف الإنتاج المباشر للكتابات أو الوثائق السمعية – البصرية المتعلقة بالأحداث الجارية من طرف غير المحترفين. والتي يتم نشرها عبر فضاء شخصي

(مدونة) أو عبر منصة مخصصة للنشر الذاتي (موقع تشاركي). هذه المادة الإعلامية الأصلية تضاف إلى تلك المنتجة في فضاءات الصحافة المهنية عبر الانترنت أو عبر دعائم أخرى (صحافة إذاعة، تلفزيون). (Rebillard, 2011, p. 28) (ترجمة شخصية)

ويطلق الصادق رابح مصطلح إعلام المواطن ومرادفه الأقرب دلالة إليه "التشاركي" على الرغم من رخاوته بعض الشيء، لأنه يشير ببساطة إلى ممارسة مواطنة جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحدا، ولا تحصر المهنة في فئات بعينها تسعى إلى فرض رؤى إيديولوجية على الفئات الأخرى المغلوبة على أمرها، وبالتالي فإن هذا المصطلح تعبير رغم الجزء الحالم فيه، عن تطلع وممارسة معايير لما هو سائد. (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 307)

وقد برز مصطلح إعلام المواطن « *citizen journalism* » في التقرير التأسيسي الذي أعده كل من « *shayne Bowman* » و « *Chris wilis* » سنة 2003 والذي حمل عنوان: *We media How audiences are shaping the future of news and information* ويلتقي هذا المصطلح في كثير من مضامينه مع مصطلح آخر روح له « *Joy Rosen* » قبل ظهور الانترنت، وهو الإعلام المدين « *civic journalism* » حيث يشير إلى إعلام يميل إلى المحلية والتشارك والجماعية، ويهدف إلى التأكيد على المسؤولية في ممارسة السلطة. (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 308)

« وقد قدم منظري هذه الظاهرة الإعلامية العديد من المصطلحات رغم اختلافها للتعبير عن صحافة المواطن مثل: تشاركية، صحافة الشارع، الصحافة مفتوحة المصادر، الإعلام البديل». (برارمة، 2015، صفحة 213)

حيث استعملت كليمنيسيا رودريغز « *Clemencia Rodriguez* » مصطلح إعلام المواطن سنة 2001، في حين أطلق جيلمور « *Dan Gilmor* » مصطلح الإعلام القاعدي « *Grossroots journalism* » في كتاب له سنة 2004 حمل عنوان *Grassroots : we the media journalism by the people for the people* يمكن يبدو أن « *Gillmor* » تبين لاحقا صفة المواطن وأسس موقعا حمل اسم « *Center for citizen Media* » وذلك بهدف الترويج للأفكار والرؤى التي ضمنها أحد كتبه المهمة في هذا الشأن، والحقيقة أن هذا الكتاب الأخير قد غدا نصا تأسيسيا ودليلا موجها لكل من يعتقد أن الانترنت ستغير الإعلام جذريا. (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 308)

«وقد اصطلح كل من هاكيت وكارول «Hacket and Caroll» سنة 2006 بـ "الإعلام الديمقراطي" في حين استعمل بومان وويليس (Shayne Bowman) و(Chris Willis) سنة 2003 مصطلح الصحافة التشاركية». (برارمة، 2015، صفحة 213)

« كما يذهب بعض الباحثين في السياق ذاته إلى تبين مفهوم الإعلام الشبكي (Networked Journalism)، وهو المصطلح الذي أخذ به «Jeff Jarvis» لأنه كما يرى، يأخذ بعين الاعتبار الطبيعة التعاونية للإعلام، وكذا مراحل العمل المتداخلة والمتكاملة التي تكون على حساب المنتج النهائي». (رابح، اعلام المواطن بحث في المفهوم والمقاربات ، 2010، الصفحات 240-241)

الإعلام نو المصدر المفتوح (Onen source journalism)، وقد قام بنحته «Andrew Leonard» سنة 1999، وهو يحيل إلى أشكال تجديدية من النشر الالكتروني، وطيف واسع من المضامين الرقمية التي تأخذ صيغا متعددة، ابتداء بالإعلام شبه التشاركي، مثل صحيفة «North West Voice»، وليس انتهاء بالمطبوعات التي تأخذ بالفعل بمبدأ المصدر المفتوح مثل «20 minutos Spanish» و «Wiki news». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 309)

« الإعلام التعاوني "collaborative journalism" وهي التسمية التي يذهب إليها المدون الألماني «Torsten Jacobi»، وبالرغم من أن المصطلح لم تنتسج دائرة استخدامه كثيرا، إلا أن البحث عنه مثلا في Google باللغة الإنجليزية يعطينا 2.450.000 نتيجة مقابل 24.200.000 لـ "إعلام المواطن" إلى غاية 5 فبراير 2010». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 309)

وتجدر الإشارة إلى بعض الاقتراحات التي تستحق الذكر والتي تضمنتها تعليقات بعض الذين تفاعلوا مع تدوينة Jarvis حول الإعلام الشبكي ومنها:

- الإعلام التوزيعي: وهو إشارة إلى التوزيع القائم على حساب الزمن في مجال المعلوماتية.
- الإعلام العمومي: حيث يرى مقترح هذه التسمية أنها شفافة وسهلة الاستيعاب.
- الإعلام التحويري: وقد اقترحه صاحبه باعتباره يجسد قيم الشفافية والتفاعل.
- الإعلام المتدفق: يشير إلى نمط من الممارسة حيث تتحلل وتسقط الحدود، ويتبين فيها الإعلام التعدد ويشجع على التأويل قبل التفسير. (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 309)

على ضوء مجمل التعريفات السابقة والتي تحمل من التباين في الرؤى البحثية والإيديولوجية الشيء الكثير سنحاول أيضا في هذا السياق تسليط الضوء على الجانب القانوني في كيفية تعاطيه مع مفهوم صحافة المواطن.

حيث يشير المقرر الخاص إلى عدم وجود تعريف موحد لصحافة المواطن بحد ذاتها: لكن نفهم حسبه أنه يقصد بصحافة المواطن عادة التقارير الإخبارية المستقلة التي يقدمها في كثير من الأحيان هواة من مسرح الحدث من خلال وسائل الإعلام الحديثة، عن طريق شبكة الانترنت في الأغلب الأعم، مثلا عن طريق مواقع تبادل الصور أو أشرطة الفيديو والمدونات الصغيرة ومندديات الانترنت ولوحات الإعلانات والشبكات الاجتماعية وملفات البث الرقمي[...] فلا يعد المواطن الصحفي "صحفيا محترفا مدريا". (سعيان، 2004، صفحة 23)

وفي السياق ذاته، « لا تعتبر المحاكم الأمريكية أن تعبير الصحفي يطلق لأي مدون أو كاتب في الإعلام الاجتماعي لما لذلك من انعكاس على مسألة حق الامتياز «journalist's privilege» في الإعلام وإثراء النقاش الاجتماعي، وعلى قضية تطبيق قوانين حماية الصحفي (Shield law) في شأن حقه بعدم الإدلاء بمصادر المعلومات». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 133)

إن التعريف الأخير يؤكد مرة أخرى على الغموض الكبير الذي يكتسي صحافة المواطن، ليس فقط من حيث تناولها العلمي والأكاديمي والإعلامي، وإنما أيضا من الجانب القانوني، فالمتمأمل لمجمل الاصطلاحات التي أطلقت على صحافة المواطن يدرك بشكل جلي اختلاف اتجاهات أصحابها وتباين مشاربهم العلمية واتجاهاتهم الفكرية، الأمر الذي يضيف على هذا المفهوم المزيد من الغموض والضبابية، وهي إحدى المعضلات الكبرى والإشكالات الجوهرية التي تواجه صحافة المواطن، بين المؤيدين المحتفين بهذا النمط الصحفي المستجد وبين الجهات والأطراف الأخرى التي لا تزال تصنفه في خانة الصحافة غير الاحترافية، والتي تثير المزيد من الفوضى داخل المشهد الإعلامي وتقر بشكل واضح أن إعلام المواطن لا يعدو أن يكون سوى تمرد صارخ على أعراف المهنة الصحفية وضوابطها.

3.2.2. الخلفيات التاريخية لظهور صحافة المواطن:

إن صعود صحافة المواطن هو نموذج عن تطور الصحافة ووسائل الإعلام، حيث أن تاريخ واقع التحولات في طبيعة الأخبار، وسلطة منتجي وسائل الإعلام المهنية، الأعمال الإعلامية، شكل

المناقشات العامة وتكنولوجيا الحياة الاجتماعية بشكل عام، حيث ينقسم هذا التاريخ إلى تيارين أحدهما عن التغيير والآخر عن الاستمرارية. (ترجمة شخصية) (Motheson). وتشير إحدى المدارس والتيارات الفكرية من جملة المتحمسين لصحافة المواطن على غرار "دان غيلمور" و"جاي روزن" و"أكسل برونز" إلى استكشاف الإمكانيات الهائلة لتجارب صحافة المواطن والتي ساهمت في إعادة تشكيل الصحافة من الأسفل إلى الأعلى، [...] في حين يركز تيار آخر أكثر تشكيكا في إمكانيات صحافة المواطن على تساؤلات أخرى مثل التغيير والبطء الشديد في صناعة الأخبار وكذا مدى تطور تحديات صحافة المواطن لطبيعة السلطة في المجتمع. (Motheson) (ترجمة شخصية)

لدى سيكون من الخطأ أن نجزم بأن تاريخ تطور صحافة المواطن هو تاريخ منظم، فقد تم تداول الكثير من القصص والأحداث حول صعود هذه الأخيرة، سيما ما أوردته التيارات الفكرية سألقة الذكر على غرار اللحظات المثيرة، الكوارث والصراعات أو ظهور وانتشار تقنيات ووسائط معينة، مثل المدونات أو شبكات التواصل الاجتماعي. (Motheson) (ترجمة شخصية)

إن مفهوم صحافة المواطن متضمن داخل مجموعة من السياقات المختلفة فهو مفهوم هلامي غير محدد المعالم نظرا لعدم الاتفاق على معالمه وأبعاده الأساسية لدى المتخصصين في هذا المجال، بالإضافة إلى ذلك فإن تنوع السياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها تجعل من الصعب لما كان ضبطه بشكل دقيق سيما وأنه لا يزال في مرحلة التشكل والنشوء إلى حد الساعة، حيث سنحاول في هذا المقام الإلمام بأبرز المحطات التاريخية لظهور هذا المفهوم بشيء من التعمق والتمحيص بعد كثير من القراءات في هذا السياق.

فمنذ اختراع الصحافة المطبوعة يشارك بعض الأفراد غير المهنيين المعلومات من خلال النشرات والكتيبات. ومع ذلك فإن هذه الأشكال الأولية من الصحافة الشعبية أو صحافة المواطن كان لديها العديد من المعوقات من ضمنها إمكانية مشاركة المعلومات مع عدد محدود من الأفراد [...] وعادة ما تكون هذه العملية مكلفة. (سليم، 2013، صفحة 10) ويؤكد المتخصصون أن المواطن الأمريكي "أبراهام زايرودر" الذي كان الشخص الوحيد الذي تمكن في الثاني والعشرين من تشرين الثاني عام 1963 من تصوير حادثة اغتيال الرئيس الأمريكي آنذاك "جون كينيدي" ومثلت الصور التي التقطها المادة الوحيدة لأرشفة الحدث - هو أول مواطن صحفي، والسنوات التي أعقبت تلك الحادثة كانت كافية لتطور شكل جديد من الصحافة قوامه مواطنون هواة، يطلق عليها صحافة المواطن [...]

أو الصحافة التشاركية. (لغاي، التفاعلية ومابعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة ، 2017، صفحة 96)

ويقارن "دان غيلمور" في هذا السياق بين ثلاثة أحداث مهمة مرت على الأمريكيين، وكانت صلتهم الحميمة بها من خلال الإعلام بتطورات مختلفة، ففي عام 1945 مات الرئيس فرنكلين روزفلت وكان الراديو سيد الوقت حينها، وفي عام 1963 مات الرئيس جون كينيدي مقتولا في دالاس وكان التلفزيون حاضرا مع الراديو، وفي 11 سبتمبر إنهار البرجين في نيويورك ولم يكن التلفزيون وحده، فقد كانت الانترنت معه، ولم يكن الصحفيون المحترفون في سوق التغطيات لوحدهم، بل كان المواطنون أيضا يغطون الأحداث بكاميراتهم ورسائلهم في البريد الالكتروني، وتعليقاتهم في المنتديات، وكتاباتهم المختلفة في المدونات. (Meyer) (ترجمة شخصية)

لقد نشأ هذا النوع من الصحافة مما أطلق عليه أندرو ليونارد « Andrew Leonard » «تعبير صحافة المصدر المفتوح *Open source journalism* التي تجسدها المنتديات. وقد فسّر ليونارد فكرته في مقال له عام 1999 على موقعه « Salon.com » على خلفية استخدام الكاتب جون انغلز ريدو وتعليقات القراء على مقال عن الإرهاب السيبروني « cyber terrorisme » نشره في موقع سلاشدوت ثم أعاد نشره في مجلة أنتليجينس ريفيو « Jane's Intelligence Review » معتمدا على تعليقات القراء، وقام بمنحهم حقوقا مادية. (صادق ، 2008 ، صفحة 185)

« هذا التعبير والممارسة يعكسان ممارسة موجودة في أجهزة الاستخبارات العسكرية يطلق عليها « Open Source intelligence » ولكن التعبير نفسه يأخذ مصدره من شفرات البرامج مفتوحة المصدر أو البرامج الحرة « Free Software » التي توضع في الانترنت للسماح لأي شخص بكشف مكامن الضعف والأخطاء وتصحيحها، أو إضافة وظائف جديدة لها، وهو الأمر الذي تتداخل معه مبادئ حقوق الملكية الفكرية». (صادق ، 2008 ، صفحة 185)

أما « Willis and Bowman » في كتابتهما « We Media » فيؤرخان لصحافة المواطن بهجمات الحادي عشر من سبتمبر، ويتفق ذلك مع ما ذكره « Gillmor » أن الحقبة الجديدة للصحافة ظهرت بوضوح بعد أحداث 11 سبتمبر الإرهابية، ويربط "جيلمور" ظهور صحافة المواطن بنشأة الولايات المتحدة الأمريكية في حد ذاتها خلال القرن الثامن عشر، معتبرا أن الصحافة الشخصية *personal journalism* « *journalism* مثلا ليس ابتكارا جديدا ما دام عامة الناس مارسوا نوعا من النقد اللاذع للشأن العام

حتى قبل نشأة الولايات المتحدة، مستشهدا بـ "بنجامين فرانكلين" صاحب صحيفة "بنسلفانيا جازيت" (Pennsylvania Gazette) فقد كانت جديدة مواطنة مثيرة للجدل. (المعطي، 2015، صفحة 26)

[...] كما كانت ذات اتجاه جماهيري بحث خلال القرن الثامن عشر، ويضاف لها الدور الكبير لكتاب المطبقات في تأكيد حرية المواطنين في النشر خلال الفترة ذاتها. (كيجل، 2013، صفحة 69)

« وتذهب دراسة « Chapman and Nuttall » في نفس الاتجاه الذي ذهب فيه "جيلمور" فهذان الباحثان يرويان أن الملاحظين لصحافة المواطن يرجعون تاريخها الطويل إلى القرن الثامن عشر عندما كانت الجرائد غالبا ما تعتمد على عامة الناس للعمل كجامعي أخبار... مثلما كان الحال في بريطانيا خلال الربع الأول من القرن الثامن عشر». (المعطي، 2015، صفحة 27)

حيث يرجع البعض الانطلاقة الحقيقية لصحافة المواطن إلى عام 1999 على إثر المظاهرات التي اجتاحت مدينة "سياتل" الأمريكية احتجاجا على انعقاد اجتماع منظمة التجارة العالمية حيث أدى التعتميم الإعلامي من قبل وسائل الإعلامية التقليدية إلى بروز أفكار تنادي بإنشاء وسائل إعلام بديلة. في حين يقدم لنا الباحث « Stuart Allan » قراءة مختلفة تماما عن القراءات السابقة، فهو يربط ظهور صحافة المواطن بكارثة الطبيعة "تسونامي" التي كانت قد ضربت جنوب آسيا في ديسمبر 2004، معتقد أن هذه اللحظة الحاسمة التي جعلت صحافة المواطن تصبح إحدى أهم الميزات التي بدأت تطبع المشهد الصحافي، وذلك من خلال التقارير الإخبارية والفيديوهات المصورة بكاميرا الهواة والصور الملتقطة عن طريق الهواتف المحمولة [...] الشيء الذي قدم إسهاما متميزا إلى الصحافة المؤسساتية في تغطيتها لتلك الأحداث. (المعطي، 2015، صفحة 28)

إن المراحل الزمنية التي ربط من خلالها الباحثين نشأة وظهور صحافة المواطن جد متباينة نظار لارتباط المفهوم في حد ذاته بعدد السياقات الأخرى داخل البنى والأنساق المجتمعية، لدى فمن الصعب بما كان إيجاد كرونولوجيا منظمة تعبر بشكل فعلي عن نشأة وتطور صحافة المواطن لكن رغم ذلك وسواء ارتبط ظهورها بممارسات شخصية تهدف لانتقاد ومناقشة الشأن العام كما هو حال صحيفة "بنسلفينيا جازيت" في الولايات المتحدة الأمريكية أو ارتباطها بالكوارث الطبيعية والأحداث السياسية على غرار إعصار كاترينا، كارثة تسونامي، تفجيرات لندن، أو أحداث 11 سبتمبر 2003 فإن الفكرة الجوهرية والتي لا يمكن إنكارها هي أهمية هذا النمط الصحفي المستجد وقدرته الكبيرة على

تجاوز النموذج التقليدي للإعلام وفرضه لمنافسة قوية على وسائل الإعلام التقليدية من خلال قدرته البالغة على صناعة المحتوى والتي أضحت بيد الجمهور .

○ عوامل ظهور صحافة المواطن:

لا يمكن لنا إنكار مدى الضبابية والتباين حول مفهوم صحافة المواطن، وما تثيره من جدل في الأوساط العلمية والأكاديمية حول طبيعة الأطر والسياقات التاريخية التي ظهرت وتبلورت فيها وطبيعة الوظائف والأدوار التي تؤديها، لكن من خلال القراءة المتأنية للفضاء الإعلامي اليوم وما يشهده من تحولات وتغييرات جذرية ألفت بظلالها على طبيعة الممارسات الإعلامية والتي أضحت المواطنيين طرفا فاعلا فيها، يمكن لنا أن نلمس وبشكل جلي مدى فاعلية الدور الذي باتت تضطلع به صحافة المواطن والجماهيرية الواسعة التي باتت تحضى بها على جميع المستويات والأصعدة.

«وفي هذا السياق يقول "ديوز":... لقد بدأت المؤسسات الصحافية والجهات الأكاديمية تدرك بأن صحافة الانترنت لها تطبيقات لا علاقة لها مطلقا بمفاهيم وتطبيقات الصحافة التقليدية، وأن الصحافيون ليسوا وحدهم من يتولى مسؤولية توصيل المادة الصحفية. لقد بدأ ظهور نمط جديد من الصحافة والصحفيين هم من أفراد الجمهور لا علاقة لهم بالمؤسسة التقليدية».(صادق ، 2008 ، صفحة،188)

فقد ساهمت العديد من التحولات والأحداث المختلفة في صعود وازدهار صحافة المواطن، الأمر الذي شكل في الوقت ذاته دافعية وحافز كبير للمواطنيين والهواة للاتجاه نحو فضاءات التدوين وإنتاج المحتوى عبر عديد المنصات الرقمية، حيث يرجع الباحثين والمنظرين عوامل ظهور وتطور صحافة المواطن إلى ما يلي:

1- الإنتاج الذاتي للمعلومة الذي توفره التقنيات الحديثة للاتصال، وساعدت شبكة الانترنت على صعوده، مما أسهم في ظهور جيل جديد من المواطنيين الصحفيين، لا يحتاج هؤلاء إلى امتلاك.. ثقافة معلوماتية "متقدمة حتى يتمكنوا من استخدام التقنيات الحديثة، أو الدخول إلى صفحات الانترنت، فبعض تلك الأدوات يتيسر بالسهولة وبالابتعاد عن التعقيد، أما مواقع الشبكات الاجتماعية فأصبحت تقدم للمستخدم صفحات متكاملة وجاهزة ذاتيا لاستقبال إنتاجاته.(المعطي، 2015، صفحة 30)

2- « وقوع أحداث عالمية تطلبت السرعة في نقل الوقائع، كما حصل مع تسونامي الأسيوي، حيث أن الصور الأولى التي بثتها وسائل الإعلام النقطها مواطنون تصادف وجودهم في المكان لحظة الكارثة». (المعطي، 2015، صفحة 31)

3- « وجود أحداث لم يستطع الصحافيون الوصول إليها، وإن كان البحث في درجة صدقيتها هو اليوم من الأسئلة التي تواجه بها صحافة المواطن على نحو عام، لكنها أسئلة لا تخفي حقيقة أن هذه الصحافة وهي من المواطن وإليه ساعدت المواطن على إيصال صوته كما يرغب هو، لا كما تفعل وسائل الإعلام». (المعطي، 2015، صفحة 31)

4- الأحداث الجارية في أكثر من بلد عربي كشفت الدور الذي يؤديه المواطنون في إيصال المعلومة، بعيدا عن رقابة السلطة، فالصور التي يلتقطها المواطنون ويحملونها على اليوتيوب، والأخبار التي يبقونها على "تويتر وفيس بوك" وغيرها من المواقع الالكترونية، كلها كونت إعلاما مضادا للسلطة ولإعلامها، بل إنها مثلت في حالات كثيرة مصدرا وحيدا لمعرفة ما يجري في ظل التعتيم الإعلامي الذي تمارسه السلطات القمعية. (المعطي، 2015، صفحة 31)

حيث تساعد صحافة المواطن في توسيع النطاق الإيديولوجي لجمهور الأخبار، أين تقدم تقارير شهود العيان من الأشخاص العاديين، وجهات نظر مختلفة، والتي أحيانا ما تتعارض مع البيانات الرسمية، كالتقارير التي يقدمها المدونون في الطرق أثناء وبعد الغزو الأمريكي للعراق والتي تعارضت مع التصريحات الرسمية لحكومات الولايات المتحدة وبريطانيا، واكتسبت تلك المدونات عدد كبير من المتابعين من بينهم بعض وسائل الإعلام الرسمية بالمملكة المتحدة مثل هيئة الإذاعة البريطانية وصحيفة "الجارديان". (سليم، 2013، صفحة 33)

5- « مناقشة صحافة المواطن الأحداث بشكل كامل: حيث يستطيع أي مواطن من خلال تواجده في موقع الحدث، الذي قد يتواجد فيه بمحض الصدفة، إضافة أي معلومات أو حقائق جوهرية قد لا يستطيع الوصول إليها الصحفي المحترف، نظرا لعدم تواجده في موقع الحدث، وبالتالي يستطيع أي شخص إنتاج الأخبار والمعلومات، وتغطية الأحداث من مصدرها الأصلي». (سليم، 2013، صفحة 34)

حيث يمكن لنا أن نذكر في هذا السياق عديد الأمثلة التي كان فيها المواطن الصحفي المصدر الأول للمعلومات والصور التي تلقتها لاحقا وسائل الإعلام وقامت ببثها والتي من جملتها تفجيرات لندن سنة 2005، حادثة الدهس الجماعي في مدينة نيس بفرنسا، أحداث رابعة بمصر وكذا الصور

الأولى لبداية حراك 22 فيفري الذي شهدته الجزائر سنة 2019 وغابت عن تغطيته وسائل الإعلام التقليدية سواء العمومية أو الخاصة.

6- « تبني وكالات الأنباء والقنوات الإخبارية للحركات الاجتماعية وأنشطة الصحفي المواطن: فقد عملت وكالات الأنباء مثل وكالة "أوماي نيوز" « Oh.my news» في كوريا ووكالة أنباء Rue 89 في فرنسا بصورة أساسية مع الصحفيين الهواة الذين يقدمون مساهمات تكميلية لبعض الأخبار والأحداث التي تتميز بقربها من موقع الحدث». (سليم ، 2013، صفحة35)

وقد استعانت BBC البريطانية بما أرسله المواطنون الهواة من محتويات وفيديوهات وصور كانوا خلالها شاهدين على تفجيرات لندن، إلى جانب شبكة CNN والتي أتاحت خدمة « CNNiReport» والتي تتيح للعامة الحصول على محتوى إخباري دون غريلة.

وفي كوريا الجنوبية تبدو صحافة المواطن وكأنها يغلب عليها الطابع المؤسسي بشكل متزايد حيث التحقت صحف الانترنت ذات الصلة الوثيقة بقطاع الحركة الاجتماعية بالاتحاد الكوري لصحفي الانترنت، والذي يعمل على حماية حقوق واهتمامات المواطنين الصحفيين، فضلا عن إتاحة وكالات الأنباء مساحات للنشر المفتوح، والمحتوى الذي يتم إنتاجه من قبل المستخدمين.

(kern & hui-nam, 2008, p. 14)(ترجمة شخصية)

أما على المستوى العربي فتعد كل من قناتي الجزيرة والعربية من أوائل القنوات التي تتيح بعض الخدمات الخاصة بصحافة المواطن على غرار خدمة "شارك" لقناة الجزيرة وخدمة "أنا أرى" لقناة العربية والتي تم إطلاقها خلال ثورات الربيع العربي التي شهدتها المنطقة العربية وهو ما تمخض عنه زيادة جماهيرية ورقعة انتشار إعلام المواطن.

7- « تزايد الأزمات وارتفاع وتيرة الاتصالات الشخصية عبر الانترنت: حيث أسهم تزايد الأزمات التي شهدتها العديد من الدول خلال السنوات الماضية، وتزايد حدة الصراعات، والكوارث والثورات في إقبال الأفراد على ممارسة صحافة المواطن والتدوين، حيث يمكن أن تتسبب الأزمات في زيادة التواصل الاجتماعي، والاتصالات الشخصية بين المستخدمين». (سليم ، 2013، صفحة 41)

8- « يعد تزايد عدد الهواة من المواطنين في ممارسة العمل الصحفي غير المهني، نقلة نوعية في قوة العلاقة بين الصحفيين المحترفين والهواة، مما سينعكس بدوره على كثرة (المساهمين) المساهمات من

قبل المواطنين الهواة في مخرجات وسائل الإعلام التقليدية، وتنمية مواقع العمل الصحفية، مما قد يؤدي إلى تغيير مفهومها حول الصحافة وشخصيتها المهنية». (سليم ، 2013 ، الصفحات 44- 45)

○ خصائص ومميزات صحافة المواطن:

لم تعد صحافة المواطن مجرد صحافة تفتقر للمهنية والأطر القانونية، بل أصبحت صحافة الإبداع والمشاركة والتفاعل مع الأحداث والوقائع بشكل آني وغير مسبوق.

حيث يشير الكاتب "فريدا وبيرا" في مقاله قوة "صحافة المواطن" على موقع *Ground Repert* الأمريكي إلى أن السبب الرئيسي في تمتع الإعلامي الاجتماعي وصحافة المواطن بنفوذ متزايد هو أنه ربما تكون الوسيلة الفعالة لتوصيل المعلومات والأحداث الحقيقية للجمهور، فعل سبيل المثال في معظم الدول الإفريقية والآسيوية الديكتاتورية قتلت الديمقراطية وحرية الصحافة في معظم الدول، ولم يسمح للصحفيين أو الكتاب بكشف ممارسات الظلم للمجتمع. (المعطي، 2015، صفحة 41)

إن هذه الفكرة تحمل جانبا من الواقعية إلا أنه مبالغ فيها بعض الشيء وإن كانت حرية الصحافة ووسائل الإعلام هي مفهوم مطاوي يزيد وينقص بقدر جرعات الحرية المتاحة في ظل النظام السياسي القائم، فقد أكدت عديد الأحداث على تراجع مصداقية وجدية وسائل الإعلام التقليدية حتى في الدول الديمقراطية، ففي الولايات المتحدة الأمريكية تم متابعة "جوليان أسانج*" مؤسس موقع ويكيليكس ورئيس تحريره بعد التسريبات والنشر لوثائق عسكرية ودبلوماسية تخص الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2010.

« إضافة إلى جانب العامل الموضوعي المتمثل في تكنولوجيا الاتصال الحديثة والذي ساهم بشكل كبير في انتشار صحافة المواطن، يضاف عامل آخر وهو تراجع ثقة المواطن البسيط في قدرة وجدية الإعلام التقليدي في تغطية حاجاته المختلفة وإشباعها، فلكي تكون هذه الصحافة بديلا جديا للإعلام التقليدي عليها أن تتحلى بخصائص ومميزات غير مسبقة». (لونيس، 2012، صفحة 10)

حيث ليكن لنا في هذا السياق تلخيص أهم خصائص ومميزات صحافة المواطن والتي نجملها في النقاط الآتية:

* وليام أسانج: صحفي وناشط ومبرمج استرالي أسس موقع ويكيليكس ويرأس تحريره، حاصل على العديد من الجوائز الصحافية والحقوقية من منظمة العفو الدولية سنة 2009.

1- «صحافة المواطن هي صحافة المشاركة والحوار والإبداع، صحافة التفاعل مع الأحداث، فلم يعد المواطن مع شيوخ هذا النوع من الصحافة عاجزا عن القيام بدوره في تحقيق التغيير في مجتمعه.

2- أصبحت صحافة المواطن من أحدث الظواهر التي امتدت في كل بلدان العالم، فآلاف من المواطنين العاديين من القرى والمدن أصبحوا ممن يعملون أو يشاركون في صحافة المواطن». (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة ، 2017، صفحة 103)

3- « تعد وسيلة فعالة لتوصيل المعلومات والأحداث الحقيقية للجمهور، وهو ما جعلها تتمتع بنفوذ متزايد.

4- غير صحافة المواطن طبيعة الإعلام من خلال إتاحة الفرصة لسماع المزيد من الأصوات وإنشاء فيض من الأخبار سريع الانتشار، كما أنها وفرت للصحفيين التقليديين مصدرا غنيا بالمعلومات وفرضت مصدرا جديدا للمنافسة». (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعدد، 2017، صفحة 104)

5- تقوم صحافة المواطن بدون كيان صحفي منظم، إذ يقوم بإنتاجها أحيانا فرد أو بضعة أفراد أو فريق عمل جماعي تطوعي، يرغب في تطوير المهنة وإثرائها، ومشاركة المعلومة والخبر والحدث والصورة مع الآخرين.

- تزود المؤسسات الصحفية والإعلامية المختلفة ليصدر ثري من المعلومات والأخبار التي تساهم بشكل كبير في تشكيل الآراء والتفاعل بين أفراد الجمهور، وبالأخص في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الكبرى بشهود عيان عديدين على الأحداث بما يمكنهم من تنويع مصادر موضوعاتهم الصحفية. (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات جديدة، 2017، صفحة 104)

- لا تحتاج إلى ترتيبات أو تجهيزات مسبقة، أو جهد كبير يبذل في إنتاجها بفعل مساعدة أجهزة الحاسب الآلي وأجهزة الهاتف الذكية والكاميرات الرقمية في جمع مادتها وتحريرها وإرسالها وتخزينها واسترجاعها بسرعة وسهولة ويسر، مع إمكانية تخصيص طريقة إنتاجها وشكلها وأسلوبها وفقا لاهتمامات ورغبات المستخدمين.

8- لا تحتاج إلى نفقات كبيرة، مما وفر لها فرصة للمشاركة من جانب الفئات المهمشة والفقيرة، كما لا تحتاج أيضا إلى مساعدات حكومية أو من جهة راعية أو ممولة في الغالب، وتعمل بدون استراتيجيات تسويقية أو إعلانية.

9- تعمل على تحفيز الأفراد لأن يكونوا أكثر فاعلية للحصول على المعلومات، وكذلك تحفز الكثير من المؤسسات على الاستفادة من الجمهور كمصدر للمعلومات.

10- استطاعت أن تعالج إلى حد كبير إشكالية عدم التوازن الجغرافي في تغطية ما يجري في العالم، ونجحت في معالجة حاجات الجماعات المحلية والأغلبية الصامتة التي كانت تعاني من التهميش الإعلامي في كثير من المجتمعات. (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعدد، 2017، صفحة 104)

11- « استطاعت أن تحقق الانتشار الواسع، بما وفر لها القدرة على تغطية كل التفاصيل، بالقدر الذي قد لا تستطيع أي وسيلة تقليدية الحصول عليه، - وهو ما جعلها في بعض الأحيان مصدرا مهما لتلك الوسائل وبخاصة الفضائيات-، كما أن هذا الانتشار فتح لها الوصول إلى عدد كبير من الجمهور». (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة ، 2017، صفحة 105)

12- « تساعد صحافة المواطن في توسيع نطاق الممارسة السياسية كما تساهم في بناء أجندة من الأولويات متباينة عما هو سائد في وسائل الإعلام التقليدية.

13- تستطيع صحافة المواطن في كثير من الأحيان توفير مضامين صادرة من مصادر مستقلة لا تنتمي غالبا لجهات سياسية أو تجارية أو متحيزة لجهة معينة دون غيرها، وفقا لاهتمامات ورغبات المستخدمين». (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات جديدة، 2017، صفحة 105)

14- « تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، ففي السابق كانت مساهمة جمهور الانترنت محصورة في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم بثه أو نشره من خلال المواقع الإعلامية الالكترونية، التي تعبر عنها أشكال تفاعلية كثيرة». (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعدد، 2017، صفحة 105)

15- «أحدثت انقلابا في نموذج الاتصال التقليدي، وسمحت للفرد العادي بإيصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذي يريد، فهي متعددة الاتجاهات «Multiple direction»، وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي القديم». (المعطي، 2015، صفحة 43)

16- «سهولة الوصول إلى المعلومات ونشرها في الوقت نفسه، وساهم هذا التطور النوعي في إنشاء مجتمعات متعددة «multiple communities»، وإن كان يغلب عليها الطابع الافتراضي، إلا أنها تؤدي الوظائف والأدوار التي تقوم بها المجتمعات الفعلية، بالإضافة إلى أنه ومن خلال هذه المجتمعات يتم تشترك الاهتمامات والاحتياجات بين الأفراد، عبر أدوات الإعلام الاجتماعي». (المعطي، 2015، صفحة 43)

17- «تسمح بالتبادل الثقافي في مختلف المجالات بسهولة ويسر، لذلك تعد النموذج الأمثل الذي يجسد العولمة «Globalisation» بكل ما تحمله من معنى». (المعطي، 2015، صفحة 43)

○ تصنيفات صحافة المواطن:

إن التطورات التقنية والتكنولوجية الهائلة التي تشهدها البيئة الاتصالية اليوم جعلت من الانترنت بداية العالم لما تحمله الكلمة من معنى، فقد أضفت قيمة لا يمكن إنكارها وأضافت التفاعلية والحضور المتزامن للمعلومات وكذا الصيغة الإخراجية المتناغمة لما يضيفي على أدوارها الاتصالية مزيدا من التفاعلية والتي تمخض عنها إعلام دعامة الأساسية للأفراد العاديين والمواطنين الهواة وزادت رقعة انتشاره وجماهيريته نظرا لسلاسة استخدامه وأنيته، لكن يظل الإشكال المطروح وبشكل جوهري هو الضبابية وعدم الوضوح التي يتسم بها الوافد الجديد، وما هي طبيعة النماذج والتصنيفات التي يمكن أن يستقر عليها حتى يمكن لنا تحديد معالمه بدقة.

فهو على حد تعبير البعض سيأخذ شكلا حواريا أو سيكون عبارة عن حوار أو بمعنى سنخرج من سياق «Daily me» إلى سياق «Daily we»، وعلى هذه الشاكلة لا يزال الوقت مبكرا للجزم بماهية الأشكال، النماذج والتصنيفات التي يمكن أن يستقر عليها إعلام المواطن، الأمر الذي دفع الباحثين والمتخصصين إلى محاولة إدراج عديد التصنيفات التي من شأنها أن تحدد الأشكال الصحفية الجديدة والتي يكون مصدرها المواطنون الصحفيين، لذا سنحاول في هذا المقام تسليط الضوء على مجمل النماذج المفاهيمية والتصنيفات التي استحدثها العارفين والدارسين للفضاء الإعلامي الإلكتروني وذلك منذ سنة 2003 والتي نوردتها على النحو الآتي:

بداية نجد المقاربة الكرونولوجية التي يقر لها « *chris Anderson* » من جامعة كولومبيا الأمريكية والتي تختصر تاريخ "إعلام المواطن" أو "الإعلام التشاركي" في ستة نماذج. فحسب هذا الباحث، بدأ كل شيء مع ما أصبح يعرف بالصفحات الشخصية على الانترنت والتي استخدمت كلوحة إعلانية شخصية وكفضاء للتعبير الصارخ عن الذات « *Rant space* »، وربما تعدى الأمر أحيانا إلى إطلاق مشاريع شخصية أو جماعية. بعدها ظهر لنموذج مركز الإعلام المستقل « *Independent Media center* » وهو عبارة عن شبكة من المواقع التي أنشئت سنة 1999 بهدف تنظيم وتغطية الحركة المناهضة للعولمة دون اللجوء إلى وسائل الإعلام التقليدية، وقد استثمرت هذه الشبكة الأدوات الأولى لتسهيل تحميل المضامين من المصدر وليس من خلال وسطاء. (رايخ، فضاءات رقمية، 2013، الصفحات 310-311)

حيث يشير "Anderson.C" في هذا السياق إلى أن أول لجنة خاصة بالصحافة المستقلة (IMC) قد أنشأت في نوفمبر 1999 في مدينة سياتل، أين أذيعت صور ونصوص ومقاطع فيديو تغطي الاحتجاجات التي شهدتها قمة المنظمة العالمية للتجارة، وشاهدها العالم بأسره، لتوالي بعدها ظهور المواقع الإعلامية المستقلة داخل المدن لتغطية الاحتجاجات المناهضة للعولمة والتي كانت تجتاح العالم آنذاك. (Anderson, 2006) (ترجمة شخصية)

أما النموذج الآخر حسب « *Anderson. C* » وهو المدونات، النموذج حسبه الذي ينطلق منه جزء كبير من تاريخ صحافة المواطن والذي يمكن حصره بين تاريخين أساسيين هما الهجوم على مركز التجارة العالمي في سبتمبر 2001، والانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 2004 [...] حيث أصبح التدوين مصطلحا مختصرا لكثير من العمل الإعلامي والجماعي بداية من عام 2002، فقد اكتسبت فكرة التدوين قبولا ثقافيا لم يسبق له مثيل حتى الآن مقارنة بأشكال الإعلام الرقمي السابقة (Anderson, 2006). (ترجمة شخصية)

لتليها بعد مدة قصيرة، أول المواقع الإعلامية شديدة المحلية، والتي سعت إلى أن تكون بديلا للصحف الورقية التقليدية المحلية، لكن مع الفورة التكنولوجية التي يعرفها « *Web 2.0* »، سارعت وسائل الإعلام التقليدية إلى الولوج إلى هذا العالم والأخذ بالممارسات التي تتخذ من "التشارك" شعارا لها مع ملاحظة أن هذه السيرورة مازالت في بدايتها، أخيرا وحسب *Anderson*، يمكن معاينة بروز

مشاريع إعلامية تعتمد الترابط الكامل، وتوحد الجمهور القديم والإعلاميين المحترفين. (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 311)

وذلك على غرار ما قامت به بعض وسائل الإعلام الكبرى مثل CNN والتي أتاحت خدمات صحافة المواطن مثل CNN Exchange، CNN ireport وغيرها كنوع جديد من الممارسات الإعلامية التي يشترك في تقديمها وصناعة محتواها كل من الصحفيين المهنيين والمواطنين الصحفيين.

وكخلاصة لما ذكرناه آنفا يلخص Anderson. C صحافة المواطن الحالية في ستة نماذج

أساسية هي:

- 1- الصفحات الشخصية Personalhomepages
- 2- المواقع المستقلة Indy Media
- 3- المدونات Blogs
- 4- المواقع الإعلامية شديدة المحلية Hyper local Journalism
- 5- مواقع صحافة المواطن الخاصة بوسائل الإعلام الكبرى BigMedia citizens Journalism
- 6- مواقع إعلامية تعتمد على الترابط الكامل NetworkedJournalism

« بالإضافة إلى التصنيفات التي أدرجها Anderson هناك الرؤية التي قدمها J. D. Lasica مؤسس موقع Our Media، والمراقب الناشط للفضاء الإلكتروني وقد كان Lasica من الأوائل الذين وضعوا تصورا مفاهيميا "لإعلام المواطن" أو "الإعلام التشاركي" من خلال مقال نشره على موقع Journalisme Review «Online» وقد تضمن المقال خاصة إشارة إلى اختلاف الرؤى حول المعايير التي يجب تبنيها في تعريف المصطلح». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 311)

حيث يطرح الباحث عديد التساؤلات حول إمكانية الأخذ بتعريف ضيق يحصر الصحافة في مفهومها التقليدي الذي يكرس مبدأ العزلة وحراسة البوابة، أو يتجاوز ذلك ليشمل مدونات السفر مقالات الرؤى، صحافة التحليل وغيرها.

وفي بحثه عن وسطية معقولة يصنف الباحث إعلام المواطن في ست فئات رئيسية هي:

- 1- مواقع المؤسسات الإعلامية التقليدية التي تضم عناصر تشاركية: مثل مدونات الصحفيين، والتي تمنح القراء فضاء تعبيريا للتعليق على مضامينها، المدونات المعتمدة والتي تعتبر مستقلة عن السياسة التحريرية للمؤسسات التي تستضيفها، مثل ما هو الشأن في المدونات الموجودة على موقع الصحيفة

الفرنسية "لوموند" « Blogs.lemonde.fr »، المنتديات الحوارية التقليدية، المقالات والمضامين الفيديوية التي ينتجها القراء، مثل الصفحات المخصصة للصور على موقع BBC البريطانية.

2- مواقع إخبارية مستقلة يمكن أن تضم تحقيقات ذات نوعية جيدة مقرونة بعمليات بحث ولقاءات، أو افتتاحيات خفيفة تتضمن درجات معينة من التعليق إضافة إلى المدونات الشخصية التي تعتبر بحق المثال الأكثر وضوحا، سواء كانت مخصصة لموضوعات سياسية أو إخبارية، وأخيرا الصحف الالكترونية الأكثر تعقيدا (تتعدد مضامينها ابتداء من النصية وصولا إلى الفيديوية). (رابح، فضاءات رقمية، 2013، الصفحات 311-312)

3- « المواقع الإخبارية التشاركية بالكامل، حيث يقوم محققون مواطنون بتزويدها بنسبة كبيرة من المضامين، ويمثل موقع « oh My News »، وموقع « Indy media » أبرز مثال على ذلك.

4- المواقع التعاونية التساهمية التي تدمج بين واجهات المدونات ومنتديات الحوار، وتشتمل على آليات وظيفية لتسهيل التصنيف والتنظيم الآلي للمضامين، وفي هذه الحالة، يقوم المستخدمون بتسجيل أنفسهم وتقديم مقالات نوعية، ورابط لمضامين أخرى تضمها الشبكة». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 312)

5- مواقع إعلام أخرى خفيفة « thin media »، خاصة قوائم البريد الالكتروني والنشرات الالكترونية « news letters ».

6- مواقع البث والتوزيع الشخصي (Personal Broadcasting)، سواء تتمثل في مضامين فيديوية أو صوتية، مثل « About. ComRadio » وقد عرف هذا النموذج تنوعا وزخما كبيرا بداية من سنة 2003، حيث أصبح يشمل ما بات يعرف في كثير من الأدبيات بـ «البودكاست Podcast» و«الفلوغ» « Vlog » وهي مواد سمعية وفيديوية يقوم الخواص بتحميلها على مواقعهم أو إرسالها إلى المواقع المتخصصة في هذا الشأن، مثل « You tube ». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 312)

وأخيرا نجد التصور الذي قدمه « Bertrand pecequerie »، المشرف على موقع « Etitors » « weblog » والذي أشار فيه إلى وجود أربع فئات من الإعلاميين المواطنين أو التشاركيين الذين يتقاسمون الروابط فيما بينهم، حيث قسمها إلى الفئات التالية:

- الإعلاميون الذين يقومون بإرسال تحقيقاتهم المصورة أو الفيديوية إلى وسائل الإعلام التقليدية (المشاركة في الوسائط الإعلامية التقليدية).

- الفئة التي تقوم بإنتاج مضامين موجهة بصفة خاصة إلى مجموعات محلية أو افتراضية، وهي الفكرة التي يتفق فيها مع كل من Lasica و Anderson فيما يخص هذا النموذج من إعلام المواطن.

- الإعلاميون الذين يناضلون من أجل قضية ما، والتي غالبا ما تكون سياسية. (رابح، فضاءات رقمية، 2013، الصفحات 312-313)

ولعلها الفئة التي ركزت عليها الباحثة بشكل أساسي في اختيارها لعينة الدراسة التحليلية والمتمثلة في الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفيس بوك، حيث أن كل من شبكة شام وشبكة رصد المصرية نشأت في خضم تغيرات سياسية مفصلية تمثلت في الثورة على النظام السياسي في مصر وسوريا وحتى شبكة رصد الإخبارية المغربية فقد ارتبط ظهورها بأحداث سياسية بحثة هي أحداث الريف كما يصطلح عليها إعلاميا .

- فئة المدونين التي تريد الدخول في حوارات مع إعلاميين محترفين وغير محترفين.

ويشير باحثين آخرين إلى أن صحافة المواطن يمكن أن تتخذ صور أخرى مثل:

- المواقع التي تبادر بانتقاد وسائل الإعلام التقليدية وتقترح إعلاما بديلا مثل الموقع الفرنسي «AgoraVox».

- المواقع الأخرى التي تم إنشائها بواسطة هيكل إعلامية رئيسية مثل: (Wat TV) من طرف قناة .TF1

- المواقع التي تصنف على أنها مجرد فضاءات الإعلان وتطبق الحد الأدنى من التنظيم على المضامين المقترحة من طرف مستعملي الانترنت (News Public).

- المواقع الأخرى التي يتم تأطيرها بشكل إسهامات قوية في أعمال المحترفين مثل الموقع الكوري الجنوبي (oh my news) أو إدماجها في نشاط جماعي يديره صحفيون مهنيون مثل موقع «Assignment Zero» (برارمة، 2015، صفحة 214)

إن التصنيفات السابقة وإن اختلفت الاتجاهات الفكرية لأصحابها واختلفت نسبيا السياقات التاريخية التي تبناها في تصنيف صحافة المواطن، إلا أنها تتقاطع في كثير من الجوانب، حيث أن الرؤى والتصورات السالفة الذكر على اختلافها تشكل ركيزة أساسية يمكن الاستناد إليها للإقرار بوجود إعلام المواطن كنمط صحفي مستجد، فالنماذج السابقة تتناسب بشكل كبير مع المراحل الأساسية في

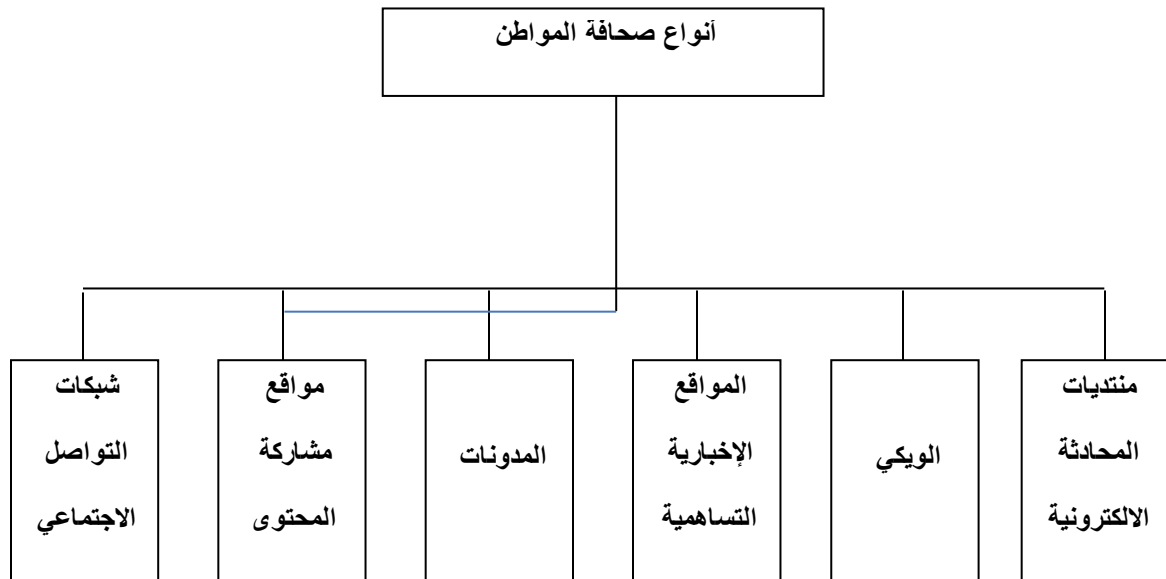
العمل الإعلامي والمتمثلة في جمع المعلومات، والتحقق منها وغربلتها بما يتوافق والسياسة التحريرية للمؤسسة لكن ليس المقصود بالغربة في هذا السياق مفهوم حراسة البوابة المعروف في ظل وسائل الإعلام التقليدية، وإنما الأشكال الجديدة للغربة والتي يتيحها الفضاء الرقمي مثل: الغربة التحريرية الجماعية أو كما يطلق عليا بعض الباحثين خاصية الذكاء الجماعي، وكذا اعتماد خاصية التدرج اللوني للإشارة إلى موثوقية المادة الصحفية، نظام التصويت، الخوارزميات وغيرها.

وهي حسب الباحثة معايير تقنية يمكن أن تمنح للمضامين التي ينتجها المواطنون الصحفيون الصبغة المهنية وتقربها من ضبط الشق الأخلاقي للمضمون المقدم، حيث يشكل هذا الطرح أحد التساؤلات الكبرى للدراسة الحالية والتي نسعى جاهدين للتعلمق فيه من خلال الجانب التحليلي والميداني للدراسة.

○ أنواع صحافة المواطن:

تشهد صحافة المواطن زخما وتنوعا كبيرا في صناعة المضامين والأشكال وكذا الأنماط التي تتخذها، باعتبارها نمط صحفي مستجد لا يزال في طور التشكل والنشوء، حيث حاولنا أولا التطرق لأبرز الطروحات التي تناولت تصنيفات صحافة المواطن وذلك بشيء من الإسهاب حتى تزول الضبابية التي تكتنف المفهوم ويصبح من السهل علينا الاستناد إلى تقييم مبني على أسس علمية وأكاديمية، ويقتررب من رؤية توافقية لدى الباحثين والدارسين لدى سنأخذ بتصنيف صحافة المواطن الموضح من خلال الشكل التالي:

شكل 1.2: يوضح أنواع صحافة المواطن



(المعطي، 2015، صفحة 51)

■ المدونات:

■ تعريف المدونات:

أ- لغة: «مدونة أو (Blog) هي تعريب لكلمة «Blog» التي تتركب من كلمتين «Web» و «log» (weblog) بمعنى سجل الشبكة، كما تستخدم أحيانا الكلمة المستعارة من الإنجليزية ويستعملها المستخدمون العرب وينطقونها كما هي بالإنجليزية، كما يطلق على المداخلة الواحدة من ضمن المداخلات العديدة التي تشكل المدونة اسم تدوينة» (صلاح، 2015، صفحة 263).

وقد تم الاتفاق عربيا على "مدونة" كتعريب لـ Weblog أو Blog، وكلمة تدوين هي تعريب لـ Blogging، [...] بالعودة للغة العربية يوجد إجماع على أن الترجمة العربية للبلوغر هي المدونة... ويذهب موقع "أراب بلوغر" إلى ترجمة «Blogger» بكلمة "مدونة" وجمعها مدونات «Bloggers» وتبدو الترجمة موفقة ومقبولة وأصبح عليها إجماع ويستعملها أكثر من موقع، فهي على الأقل تقلص من الحضور المكثف للمصطلحات الغربية في منجد ثورة المعلومات والانترنت. (الزرن، سلطة التدوين، 2007، الصفحات 163-164)

« والمدونة لغة من كلمة "دون" وهي في العصور القديمة تنسب إلى الديوان وهو الدفتر الذي يكتب فيه أسماء الجيش وأهل العطاء وتعبير في سياق جملة ما، عن جمع وترتيب ولهذا كانت منها كلمة مدونة أو «Blog». (نبيح، 2011، صفحة 58)

بالنسبة للغة الفرنسية توجد عديد الاستعمالات إذ يطلق على المدونة «carnet web» أي مفكرة الواب أو «journal web» أي صحيفة الواب، كما يطلق عليها أيضا مصطلح «Blogger»، وتتكون كلمة البلوغرز (Bloggers) الإنجليزية الأصل من جزأين، الأول يمثل الحرف B وهو اختصار لكلمة «Biography» التي تعني سيرة، أما الثاني فهو مصطلح "لوغ" «Log» وتفيد دلالاته سجلا أو جدولاً أو مفكرة تدون فيها الأشياء بأسلوب متسلسل، وفي صيغة الجمع بالإنجليزية، تصبح (Bloggers) "بلوغرز"، ويوجد من يعتبرها مدونة كونية Blogsphere أي تجمع بين الذاتية والكونية (الزرن، سلطة التدوين، 2007، صفحة 164)

ب- اصطلاحاً: المدونة هي تطبيق من تطبيقات شبكة الانترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صورة عبارة عن صفحة واب على شبكة الانترنت تظهر عليها تدوينات (مداخلات) مؤرخة ومرتبطة ترتيبياً زمنياً تصاعدياً ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها، يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحليها. (صلاح، 2015، صفحة 263)

كما تعرف المدونات أيضاً بأنها: "صفحة واب بسيطة يتم من خلالها نشر تدوينات بصف دورية وعادة ما تكون معروضة وفق ترتيب زمني من الأقدم إلى الأحدث، ويمكن للمدونات أن تنشأ من قبل الأفراد أو المجموعات. (Jézéquelle, 2008, p. 80) (ترجمة شخصية)

هي منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة ترتيبياً زمنياً ملبوساً [...] وتظهر المدونات مؤرخة بحيث يمكن أرشفتها حسب تاريخ النشر، ويمكن استدعاؤها في أي وقت لإعادة قراءتها. (شقرة، 2014، صفحة 103)

«وقد عزّفها درويش اللبان على أنها "صحافة الواب الجديدة أو صحافة الهواة amateurreporting» في شكل تحميل مواد على الواب «web blogging» وحول العالم، يسجل آلاف من الأفراد خبراتهم وآرائهم في المنتديات الالكترونية «Online Forums» وهو ما يصل إلى جماهيرية عريضة». (نبيح، 2011، صفحة 58)

وعرفت أيضاً على أنها «مذكرات شخصية، أو مساحة للتعبير السياسي أو الديني أو الاجتماعي. كما تستخدم بعض المدونات كتجمعات افتراضية تجمع بين هواة لهواية معينة، أو مهنة أو حتى مشروع أكاديمي أو بحث علمي». (نبيح، 2011، صفحة 58)

«ويمكن النظر إلى المدونات من منظور إعلامي، كفتة جديدة من فئات الأخبار والأحداث الجارية، ورغم أن غالبية المدونين لا تدعي ممارسة العمل الإعلامي بالمعنى المتعارف عليه في وسائل الإعلام التقليدية، إلا أن الكثير من المبادئ التي يقوم عليها التدوين في مقارنته للفضاء الإعلامي يمكن أن تشكّل مسائلة وتحدياً للمعايير المهنية التقليدية». (رابح، المدونات والوسائط الاعلامية، 2007، صفحة 538)

« ويعرف موقع Accenture المدونات بأنها: مواقع واب تفاعلية تسمح لمالكها بنشر الأفكار والمعلومات، وتمكن المستخدمين من قراءة وتقييم هذه المضامين وإضافة مضامين جديدة مع إثارة نقاش حولها يتخطى حدود الزمان والمكان». (فلاح، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعدد، 2017، صفحة 144)

○ نشأة المدونات:

في قراءة تاريخية مختصرة لنشأة المدونة يمكن القول أنها ظاهرة انطلقت في منتصف تسعينات القرن الماضي في أمريكا وخصوصا مع موقع "دراج ريبورت" « Drudge Report » الذي يعتبر الأب الروحي للمدونات [...] ويعتقد بعض الأخصائيين أن التدوين انطلق من تأسيس JustinHall سنة 1994 لأول موقع يمكن تصنيفه كمدونة، وإن كانت التسمية « Weblog » لم تظهر إلا سنة 1997، عرفت هذه الفترة ظهور خدمات تدوين مثل Xanga سنة 1997 « Open Diary » سنة 1998 ثم Live journal و Bloggers سنة 1999 الذي اشترته شركة جوجل. كما يمكن اعتبار سنة 2001 بداية المرحلة الثانية أو الميلاد الحقيقي للمدونات، خاصة بعد أحداث 11 سبتمبر، ففي هذه المرحلة دخل الصحفيون إلى معترك التدوين وبدأت المدونات تكتسب شيئا فشيئا قدرتها على التأثير. (الزرن، سلطة التدوين، 2007، صفحة 164)

وفي سنة 2002 استقال السيناتور Trent Lott بعد هجوم شنه عليه المدونون إثر تصريحات أطلقها صفت على أنها عنصرية، ثم تتبع ذلك العديد من الأحداث المشابهة، كما ظهر ما عرف بمدونات الحرب أثناء الغزو الأمريكي للعراق سنة 2003، أما المرحلة الثالثة فهي مرحلة النضج ومؤشراتها بدأت في النصف الثاني من العام 2004، حين تحول التدوين إلى ظاهرة عالمية عرفت انفجارا كبيرا ابتداء من سنة 2005، هكذا بدأت تظهر مجموعة جديدة مميزة على شبكة الانترنت تختلف عن بقية المواقع الكلاسيكية ومواقع الدردشة والبوابات والمواقع الشخصية، لها وصلات مشتركة، واستطاعت أن تفرض نفسها لتتكاثر بسرعة لافتة... وتشير إحصائيات 2006 إلى وجود أكثر من 50 مليون مدونة في العالم. (الزرن، سلطة التدوين، 2007، الصفحات 164-165)

○ عوامل نشأة المدونات:

يذكر الباحثين عديد العوامل التي أدت إلى نشأة وتطور المدونات، حيث يلخصها جمال الزرن في العوامل التالية:

أ- **عولمة الإعلام:** « وهذا راجع للاحتكار والتنميط الذي تفرضه الشركات المتعددة الجنسيات التي تستهدف الربح، فوجد بذلك شركة واحدة تملك عدة مؤسسات إعلامية، وهذا ما يحدث مع الانترنت ففي سنة 1999، كانت توجد 50 شركة تتقاسم 60% من قطاع الانترنت». (نبيح، 2011، صفحة 59)

أما سنة 2001 فقط أصبحت 14 شركة فقط، مثل هذا التمركز والقطبية، تفقد المؤسسة الإعلامية والاتصالية القدرة على توفير مادة إعلامية متنوعة، وذلك بسبب غياب التعددية في الملكية، ويعتقد صاحب مدونة "جحا كوم" أن المدونة اختراع رائع، يستطيع الفرد من خلالها أن يتفاعل من دون وسيط مع الأحداث ومع الآخرين، وبذلك ستكون المدونة أداة التواصل الإنساني الحد الذي سينكس تدريجيا وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية، التي صودر معظمها من قبل القوى السياسية الشمولية وقوات التحالف بكل أنواعها. (نبيح، 2011، صفحة 59)

ب- تراجع الثقة في وسائل الإعلام التقليدية:

فقدان الثقة في وسائل الإعلام التقليدية نتيجة حتمية لعولمة الإعلام و بروز أقطاب إعلامية دولية كبرى تديرها شركات عملاقة، تحكمها رهانات مالية وسياسية يصعب كشف تمثلاتها، وتعتبر المدونات رد فعل قد يكون في نفس الوقت عفويا وواعيا ضد تقليص حضور المواطن في قضايا الشأن العام، وتأكيد لحالة من التشكيك في مصداقية الصحافة، وهي بذلك تعكس ظرفا حرجا من عدم الثقة بين وسائل الإعلام التقليدية والجيل الجديد من مستخدمي الانترنت والإعلام الجديد. (نبيح، 2011، صفحة 59)

ج- دور الشباب:

« يمثل الشباب الفئة الدافعة لشيوع هذه الخدمة الرقمية، بل تكاد تكون ممارسة التدوين حkra عليه، وقد يكون وراء هذا الانخراط العفوي في فعل التدوين صلة بفقد الشباب الثقة في وسائل الإعلام التقليدية. ويمكن القول أن ظاهرة المدونات ساهمت في تحديد وتشكيل ديمغرافيا الانترنت، فقد أظهرت

المدونات الالكترونية على شبكة الانترنت فئة الشباب وهي تكتب ما يدور في حياتها اليومية من مواقف وآراء وقصص تريد أن يشاركها الناس في تفاصيلها». (نبيح، 2011، الصفحات 59-60)

د - الخلفية التسويقية:

«لا يمكن تجاهل الخلفية التسويقية والتجارية المربحة التي يقف وراءها موفرو خدمة التدوين في شبكة الانترنت، فالمدونات رغم مجانية توظيفها، تحولت إلى مدخل لترسيخ ثقافة الإبصار على شبكة الانترنت والاعتماد عليها في البحث عن المعلومة في جميع المجالات، كخدمات الإعلان الموجه للمدوين، فالمدونات لا يمكن عزلها عن الخلفية التسويقية، فهي أحد مجالات اقتصاد الشبكة الجديد» (الزرن، سلطة التدوين، 2007، صفحة 170).

هـ - النكبات:

من بين العوامل غير المباشرة التي سارعت في تفعيل انتشار ظاهرة المدونات، يمكن ذكر الحرب على العراق التي جذبت اهتمام المدونين وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، فقد تأسست قبيل اندلاع الحرب مدونات تدعم من سافر إلى الجمعيات والمنظمات المعارضة للحرب والمدافعين عن حقوق الإنسان [...] وخلال الأسبوع الأول للحرب على العراق كانت مواقع المدونات أفضل المواقع التي قدمت تغطية مثيرة للحرب، من شهود عيان ويومييات الأشخاص عايشوا الأحداث، مقارنة بجهات ومواقع إعلامية أخرى. (نبيح، 2011، الصفحات 60-61)

كما برز الامتياز للمدونات أيضا من خلال كارثة تسونامي في جنوب شرق آسيا، حيث غطي المدونون بالتفصيل وبالصور الدمار الذي خلفته قبل وسائل الإعلام والفضائيات، حتى أن العديد من القنوات التلفزيونية قامت بنقل تفاصيل الحدث عن هذه المدونات [...] ونفس السبق حققته المدونات خلال إعصار "كاترينا" المدمر الذي ضرب الولايات المتحدة الأمريكية. (نبيح، 2011، صفحة 61)

كما ارتبط انتشار المدونات وازدياد جماهيريتها بأحداث ونكبات أخرى شهدها العالم على غرار أحداث 11 من سبتمبر في الولايات المتحدة الأمريكية، تفجيرات لندن وحتى أحداث الربيع العربي، كما يطلق عليه والتي اجتاحت عدد الدول العربية كتونس ومصدر وساهمت في اتساع رقعة التدوين وصحافة المواطن بشكل عام، حيث أصبحت المدونات وبشكل ملفت إبداعا وتجسيديا إنسانيا غير مسبق.

○ خصائص ومميزات المدونات:

« تمثل المدونات إحدى الوسائط المهمة والمؤثرة في المجتمع الافتراضي لما لها من خصائص اتصالية تميزها عن غيرها من المواقع الأخرى على شبكة الانترنت» (زعيم، 2012، صفحة 48). حيث يتسم التدوين بمجموعة من الخصائص التي تحكم سيرورة إنتاجه والتي تجعله مختلفاً على أشكال النشر الإلكتروني، ومن بين هذه السمات:

1- المحورية: «أي أن الإدراجات التدوينية مرتبطة بطريقة كروولوجية معكوسة من الأحدث زمنياً، ولا تتبنى المدونات المعايير المتبعة في الفضاء الإعلامي فيما يتعلق بتصنيف الإدراجات، حيث يتم عرضها كما كتبها صاحبها». (رابح، المدونات والوسائط الاعلامية، 2007، صفحة 540)

2- البساطة: «تميل النصوص التي تتضمنها المدونات إلى كونها تتميز بالاختصار والمباشرة وتوظيف سجل لغوي عادي، وعامي في أحيان كثيرة تعبر عن آراء وأفكار المدون». (رابح، المدونات والوسائط الاعلامية، 2007، صفحة 540)

3-» تمكن المدونات زوارها من نشر تعليقاتهم مباشرة تحت الإدراج (مع الإشارة إلى هذه الميزة لا تتوفر في كل المدونات)، وهو ما يحولها إلى فضاء للتبادل والتحاور والتفاعل.

4- «توفر المدونات خدمة الإحالة على روابط المواقع، وكذا الوثائق الإلكترونية، التي استفاد منها المدونون في تحرير إدراجاتهم.

كما تتسم المدونات ببعض الخصائص الثقافية والسلوكية التي تضي عليها صبغة خاصة، فالطابع الشخصي والحميمية والتفاعل وفرادة الأسلوب كلها أبعاد محورية في التدوين». (رابح، المدونات والوسائط الاعلامية، 2007، الصفحات 240-241)

وفي السياق ذاته تذكر الباحثة نهى السيد عبد المعطي ميزات وخصائص وأخرى للمدونات نجملها في النقاط التالية:

1- «إمكانية استغلال المضامين متعددة الوسائط ونشرها بشكل آني وسريع على شبكة الانترنت.

الناس، فالمدونة تنتمي إلى الصنف من النشر الذي نسميه بالنشر الذاتي أو النشر على الحساب الخاص ولذلك يطلق عن مجموع المدونات فضاء التدوين blogosphere». (المعطي، 2015، صفحة 55)

3- « كانت المدونات في البداية عبارة عن صحيفة تتميز بالذاتية والخصوصية لكن مع تبلور وانتشار الوسائط المتعددة (الصورة، الفيديو، الصوت) تحول اهتمام المدونة إلى نقل الوقائع وبروز البعد الإعلامي الصحفي في مخرجاتها، وهو ما أدى بروز دور المدونات الإخبارية». (المعطي، 2015، صفحة 56)

4- « تجتذب قدرا كبيرا من القراء والمتفاعلين عبر قدرتها على كسب مساحات متزايدة من جمهور المتعاملين مع شبكة الانترنت وتمنح هؤلاء مساحات من التفاعل البناء لتشكل رأي عام عالمي أحيانا، فهي رغم تميز بعضها بالانفعالية إلا أنها تعبر بصدق عن آراء من شأنها توسيع قاعدة مبدأ التشاور وتوسيع قاعدة مبدأ التشاور وتوسيع القاعدة الجماهيرية». (المعطي، 2015، صفحة 56)

5- أنهت عملية التدوين عصر احتكار صناعة الخبر.

6- ساهمت البساطة التقنية والتكنولوجية في تأسيس المدونة وتحويل هذا النوع الجديد من الاتصال إلى وسيلة إعلام جماهيرية.

« كما يؤكد كل من "Herzog و Zeises" وجود العديد من المزايا الأخرى تتمتع بها المدونات فهي معبرة عن فلسفة صاحبها وبارزة لشخصه وظاهرة للفنون والقدرات والمناورات الكلامية التي يمتلكها، إضافة إلى ذلك سريعة ومبتكرة ومسلية ومتنوعة، وسهلة البناء ومؤرشفة الموضوعات وتتمتع بدرجة عالية من حرية التعبير، فضلا عن أنها قليلة التكلفة في إنشائها وتصميمها». (المعطي، 2015، صفحة 56)

○ أنواع المدونات:

المدونات لا تقف عند نوع معين، به لها أشكال وأنواع وصيغ مختلفة وعديدة، فمن ناحية المضمون نجد فيها الاقتصادية والإخبارية والرياضية والدينية والترفيهية والسياسية والمحلية والتقنية وهناك مدونات أخرى [...] ليس لها وجهة معينة، تتحدث عن كل شيء، [...] أما من ناحية الشكل فيوجد عدة أنواع مختلفة من المدونات الإلكترونية. (كافي، 2017، صفحة 126)

وفيما يلي سنحاول التطرق لأنواع المدونات وفق التقسيمات والمعايير التي وضعها الباحثين.

مدونات الفيديو: (Vlog): «إن التدوين المرئي أو تدوين الفيديو يعرف بالإنجليزية بـ «Videoblog» وتختصر أحيانا بـ «Vlog» وهي مدونة تستخدم الفيديو كوسيط وعادة ما تكون المدونة مرتبة ترتيب زمني معكوس (الأحدث يكون في الأعلى)، وتجمع فيديو مدمج أو وصلة لملف فيديو مع نص، صور ووسائط أخرى، ومن أهم المواقع التي تتخذ كوسيلة للتدوين المرئي هو موقع اليوتيوب». (صلاح، 2015، صفحة 266)

«ويمكن أن تضم مدونات الفيديو العديد من الأفلام والمسلسلات والبرامج المصورة، ويمكن التواصل والتعامل مع مدوني الفيديو والدرشة، أو إرسال هذا الفيديو الخاص إلى صديق على البريد الإلكتروني أو الفايس بوك». (شقرة، 2014، صفحة 104)

«إن مدونات الفيديو هي أحدث اتجاه في أوساط المدونات وهي تحاكي تماما مقاطع البث الإذاعي غير أنها تعد بواسطة الفيديو». (علم الدين، 2008، صفحة 238)

مدونات الصور: «photoblog» وهي مدونات يقوم فيها المدون بنشر بعض الصور التي التقطها عبر مواقع الواب، وينشر فيها تعليقات ويترك للقارئ والمتصفح التعليق عليها. ويمكن للمدون إضافة تأثيرات حركية على الصور... ولمدونة الصور، سلبية حيث أنها بطيئة التحميل، حيث يستغرق تحميلها وقتا طويلا نسبيا مما يولد الملل لدى الزوار». (شقرة، 2014، الصفحات 104-105)

مدونات المعلومات التي تتجدد كل يوم (Blog News): حيث يمكن أن يكون هذا النوع من المدونات ذو طابع علمي محدد أو عام، بحيث يهتم المدونون فيها بمتابعة الأخبار العلمية في مجال معين أو في مجالات عديدة، طبية، فلكية، صناعية[...] حيث تنتشر فيها أخبار هذه العلوم ومتابعات الابتكارات، وقد تهتم هذه المدونات بالعلوم الإنسانية بفروعها، تاريخية، وجغرافية وفنية، وتعد هذه المدونات مصدرا عظيما للمعلومات ويستطيع المهتمون الاستفادة منها في دراساتهم وأبحاثهم.. كما يستطيعون إثراءها عبر التعليقات والمناقشات لمحتوياتها. (شقرة، 2014، صفحة 105)

المدونات الشخصية: «Personal blog» وهي المدونات التي تتناول الحياة الشخصية لصاحبها، كأن يدون يومياته، وتفاصيل ما فعل، وما دار في خلد، أو خطر على باله من خواطر نتيجة مشاهد رءاها أو حوادث شاهدها» (شقرة، 2014، صفحة 106) «وتشمل المدونة الشخصية نصوصا وصورا وروابط لمدونات أخرى وصفحات الكترونية مرتبطة بالموضوع». (محمد، 2009، صفحة 270)

لقد أدى التنوع والزخم الكبير الذي تتيحه المدونات إلى تعدد واختلاف معايير تصنيفها لها لدى الباحثين والمتخصصين في المجال حيث حدّد (Herring and others) عام 2005 ثلاثة أنواع رئيسية للمدونات، بناء على الدراسة التي قام بها مع مجموعة من الباحثين بعنوان "سد الشفرة" تحليل نوعي للمدونات وقدمها كالآتي: (زعيم، 2012، صفحة 50)

1- **المرشحات Filters**: وهي مدونات تتضمن في الغالب ملاحظات وتقييمها للأحداث العامة الخارجية بصورة موسعة، ويكون مضمونها في الأغلب مضمونا سياسيا.

2- **الصحف الشخصية « personal journal »**: وهي عكس النوع السابق حيث تميل إلى الطابع الشخصي ويعرض من خلالها المدون آراءه وأفكاره واتجاهاته ومشاعره الخاصة.

3- **مدونات k-logs**: وهي اسم مختصر لمدونات المعرفة أو (know ledge logs) وهي نوع من المدونات تركز على إبداء الملاحظات والتعليقات بخصوص إحدى الموضوعات العلمية أو أحد المشروعات أو المنتجات. (زعيم، 2012، الصفحات 50-51)

ويعتبر هذا التقييم الأخير أكثر شمولية بالنظر لمحتوى المدونات، إلا أن هناك عديد الاعتبارات الأخرى التي يمكن اعتمادها في تقسيم المدونات مثل وسيلة التعبير المستعملة، أداة النشر المعتمدة طبيعة المشاركين في المدونة وغيرها من الاعتبارات الأخرى التي لا يتسع لذكرها هذا المقام.

○ إيجابيات التدوين:

من خلال مراجعة العديد من المدونات الالكترونية استطعنا الوقوف عند بعض الإيجابيات وكذا السلبيات، والتي يمكن سردها على النحو التالي:

- التدوين وسيلة عامة للنشر، أدت إلى زيادة دور الواب باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى.

- وسيلة النشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة.

- وسيلة بسيطة ومجانية، فيها الكثير من الإبداع والتميز والتفرد.

- وسيلة مهمة لتجاوز حاجز التقوقع والرقابة في نشر المعلومة، وبالتالي فهناك نوع من ديمقراطية المعلومات على الصعيد العالمي. (الجميلى و العاني، 2016، صفحة 129)

- أداة فعالة في التعبير عن الهموم الشخصية والعامة، ووسيلة تعمل على كشف المسكوت عنه.

- تجسيد حرية الرأي والتعبير بشكل يجعل الكلمات أقرب للجمهور، والأخبار والأفكار التي تنتشر أدق وأصدق في الكثير من الأحيان من الوكالات الإخبارية وأشهر الجرائد. (الجميل و العاني، 2016، صفحة 129)

إضافة إلى ما ذكرناه من إيجابيات تحوز عليها المدونات إلا أنها أيضا تتسم ببعض الجوانب السلبية والتي تحد من الأدوار التي يمكن أن تؤديها والتي نجملها في ما يلي:

1- «قيام بعض الحكومات باعتقال بعض المدونين وحظر نشر مدوناتهم، وذلك لما تقوم به المدونات من حرب على النهب والفساد وكبت الحريات في عدة بلدان.

2- افتقاد الكثير من المدونين إلى التخصص والقدرة على التحليل السليم للموضوعات التي يتطرقون إليها، مما قد يساهم في تضليل قارئها.

3- قدرة كاتب المدونة على إخفاء هويته الحقيقية، وهذا ناتج عن تسلط بعض الحكومات وقمعها لأصحاب المدونات، وقد يعود ذلك لأسباب أخرى». (شقرة، 2014، الصفحات 108-109)

○ شبكات التواصل الاجتماعي:

شهدت مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة، فهي عبارة عن نمط اتصالي مستحدث تمخض عن الإعلام الجديد والتطورات التكنولوجية والتقنية الواب (2.0) القائمة بالأساس على شبكة الانترنت، كما تعد أحد الأوجه والأشكال البارزة لصحافة المواطن، والتي أضحت تضطلع بعدد الأدوار والممارسات وليس فقط مجرد التواصل والمشاركة وإنما تعدتها إلى وظائف أخرى أكثر فاعلية وأهمية، على غرار تفعيل المشاركة السياسية، التعليم، التسويق وغيرها، حيث تبثت فعالية أدوارها ميدانيا وعلى أرض الواقع وفي فترات زمنية وجيزة، فالأمثلة عنها كثيرة ومتعددة نذكر منها الحملة الانتخابية لبارك أوباما في الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2008، ثورات الربيع العربي وغيرها، لذا سنحاول في هذا السياق تسليط الضوء على شبكات التواصل الاجتماعي من حيث المفهوم، الخصائص، الأنواع وكذا الممارسات وذلك بشيء من الإسهاب والتمحيص.

تعريف شبكات التواصل الاجتماعي:

« هي الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع». (الجندي، 2018، صفحة 167)

« ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها». (بلخيري، 2014، صفحة 20)

كما تعرف أيضا على أنها: "مواقع واب تسمح بإنشاء الصفحات الشخصية وتكوين العلاقات بين المستخدمين، أو هي تطبيقات تستند إلى الواب وتوفر خدمات المشاركة وتكوين العلاقات والمجموعات وكذا المحادثة وملفات التعريف. (wolf, Sims, & Yang) (ترجمة شخصية)

وقد ورد في تعريف آخر أن شبكات التواصل الاجتماعي هي: عبارة عن مجتمعات افتراضية تسمح للمستخدمين بالتواصل مع الآخرين، كما تعد فضاءات للنداء واستقطاب مجموعات واسعة. (karjalutob, 2008, p. 04) (ترجمة شخصية)

وهي فضاءات تسمح للأفراد بالتواصل مع جماعات الأصدقاء، ودعوة الآخرين للمشاركة وتبادل المعلومات والأفكار، كما تشكل أدوات ومواقع التشبيك الاجتماعي خلفيات تجارية تستخدم في الإعلانات والتسويق وغيرها (Joustch, 2009, p. 04). (ترجمة شخصية)

وفي هذا السياق يعرف كل من (Haenlein, Kaplan) شبكات التواصل الاجتماعي بأنها مجموعة من تطبيقات الانترنت، والتي تعتمد على إيديولوجيا وتكنولوجيا الواب (2,0) والتي تتيح خلق المحتوى وتبادله من قبل المستخدمين. (Stenger & contant, 2013, p. 109) (ترجمة شخصية)

إن هذا التعريف الأخير يسلط الضوء على العلاقة بين شبكات التواصل الاجتماعي والواب 2,0 وكذا المحتوى الذي ينتجه المستخدمون «User generated content». كما أن المقصود من خلاله هو إبراز دينامية اجتماعية محددة والتي كان يفضل نكرها بشكل واضح لدى ينبغي النظر لشبكات التواصل الاجتماعي على أنها: (Stenger & contant, 2013, p. 109) (ترجمة شخصية)

1- تستند إلى مبدأ التعبير الجماعي والمشاركة الذي يدفع المستخدمين إلى إنتاج المحتوى الأساسي لهذه المواقع.

2- السماح لأي مستخدم بالمشاركة واستخدام أدوات وتطبيقات تتسم بسهولة الاستخدام إلى حد كبير.

3- أن تكون تكلفة المشاركة شبه معدومة لمستخدمي الانترنت أو يمكن تقييمها أو اعتبارها عقدا ينطوي في المقابل على تعقب البيانات المنشورة وتحليلها واستغلالها. (Stenger & contant, 2013, p. 110)

4- اقتراح محتوى يتطور باستمرار في ظل منطق التدفق المتسلسل يتكون من شهادات تعليقات جادة، تعليقات تستجيب وتتفاعل مع المحتويات السابقة التي تقدم، التقييم والتقدير، وكذا مشاركة الوثائق والموارد كالصور، النصوص، الصوت، الفيديو.

5- تعد شبكات التواصل الاجتماعي ثمرة اندماج الاستخدام والتكنولوجيا والاستراتيجيات الاقتصادية وتشبيدها التدريجي. (Stenger & contant, 2013, p. 110) (ترجمة شخصية)

6- تشكل شبكات التواصل الاجتماعي القاعدة الأساسية لمجموعة متنوعة من الممارسات والمعايير الاجتماعية وهو ما يتطلب النظر إليها برؤية أكثر دقة وتمحيص. (Stenger & contant, 2013, p. 110) (ترجمة شخصية)

وتجدر الإشارة إلى أن ظهور مصطلح الشبكة الاجتماعية ليس بالمصطلح المستجد بل هو قديم جدا حيث تعود جذوره التاريخية إلى القرن العشرين، حيث يعد عالم الأنتربولوجيا Aorundel « Bernes أول من استخدم مصطلح الشبكات الاجتماعية وذلك في دراسة ترتبط بعمل الطبقات الاجتماعية أجراها على جزيرة تقع غرب النرويج سنة 1954، فعلى المستوى الاجتماعي يعرب « Lazegar » الشبكة الاجتماعية بأنها مجموعة من العلاقات من نوع معين (مثل التعاون أو الدعم أو المشورة أو التحكم أو التأثير بين مجموعة من الجهات الفاعلة. (Koumtingue, 2017, p. 04) (ترجمة شخصية)

بالرجوع إلى التعاريف السالفة الذكر يتعين علينا التأكيد على أهمية عنصرين أساسيين في تناول مفهوم الشبكات الاجتماعية ألا وهما:

- الجانب التكنولوجي التقني وكذا الاجتماعي وهي الأبعاد الأساسية التي ركز عليها جل الباحثين الذين استعرضنا التعاريف التي قدموها، وهو ما يجعل من الشبكات الاجتماعية واحدة من التطبيقات الجديدة التي نشأت في ظل البيئة الرقمية لكن تحوز في ذات السياق على سيرورة اجتماعية خاصة لا يمكن عزلها.

○ نشأة شبكات التواصل الاجتماعي:

«بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينات مثل موقع classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وكذا موقع sixDegrees.com عام 1997 وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، حيث ظهرت في تلك المواقع الملفات

الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء». (صلاح، 2015، صفحة 246)

خلال نفس هذه الفترة والتي تشكل المرحلة الأولى بتطور الشبكات الاجتماعية أي عام 1999 ظهرت عدة مواقع أخرى مثل "لايف جورنال" وموقع "كايوورد" الذي أنشأ في كوريا سنة 1999، وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء.

أما المرحلة الثانية فقد ارتبطت بشكل أساسي بتطور خدمات شبكة الانترنت، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية، ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاق موقع ماي سبيس، وهو الموقع الأمريكي الشهير إلى جانب موقع الفاييس بوك، كما شهدت المرحلة الثانية من تطور الشبكات الاجتماعية على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية. (الجندي، 2018، صفحة 168)

إلا أن الميلاد الحقيقي للشبكات الاجتماعية، كما نعرفها اليوم كان مع بداية عام 2002، حيث ظهر موقع « Friendster » الذي حقق نجاحا دفع "غوغل" إلى محاولة شرائه سنة 2003 [...]. وفي النصف الثاني من نفس العام ظهر في فرنسا موقع "سكايروك" « Skyrock » كمنصة للتدوين ثم تحول بشكل كامل إلى شبكة اجتماعية سنة 2007، وقد استطاع موقع "سكايروك" تحقيق انتشار واسع ليصل في جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب المواقع الاجتماعية وفقا لعدد المشتركين. (الجندي، 2018، صفحة 169)

ومع بداية سنة 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من موقع « Google » وهو موقع « Myspace » الأمريكي، ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير « Facebook » والذي بدأ أيضا في الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس" إلى غاية أن قام موقع فاييس بوك سنة 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمة بشكل كبير. بعدها ظهرت عدة مواقع أخرى على غرار « you tube » « twitter » وغيرها. (صلاح، 2015، صفحة 247)

لتتحول بذلك شبكات التواصل الاجتماعي إلى مجال خصب للدراسة أمام الكثير من المهتمين والباحثين في عدة موضوعات مثل الخصوصية والهوية ورأس المال، استخدامات الشباب والمراهقين وغيرها.

○ خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

تحوز شبكات التواصل الاجتماعي على عديد الخصائص والسمات التي حاول الباحثين التطرق لها وتفسيرها بناء على معايير مختلفة، سواء من حيث مجالات استخدامها أو من حيث سماتها العامة والتي يمكن لنا إجمالها في الخصائص التالية:

1- **التفاعلية التشاركية:** حيث يتسم التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، إذ يقوم كل شخص بإثراء صفحته الشخصية، وهو ما يجدد خاصية التعريف بالذات، إذ يعتبر إنشاء صفحة المعلومات الشخصية أول ما يقوم به المستخدم، فيعرف عن نفسه من خلال النص، الصورة، الموسيقى والفيديوهات [...] الخ، كما تتيح مواقع التواصل الاجتماعي كحل عضو إمكانية تبادل التعليقات والمنشورات والمناقشة وتبادل الآراء، وهي صفحات ذات حيوية كبيرة لكونها تسمح للمشاركة بالنشر ومشاهدة ردود أفعال الآخرين، ومتابعة مدى تفاعلهم، مما يتيح استمرارية التواصل ومشاركة المضامين مع الآخرين. (تبري و غراف، 2018، صفحة 94)

2- **التلقائية:** يتسم التواصل عبر الشبكات الاجتماعية بأنه تلقائي وغير رسمي أو متوقع، بحيث يتيح دون قيود أو لوائح تنظيمية تحكم عملية التواصل.

3- **قلة التكلفة:** إن التسجيل عبر مواقع التواصل الاجتماعي يتم مجاناً، فعند النظر إلى الصفحة الخاصة بموقع الفاييس بوك نجد أنه مكتوب فيها مجاني ويبقى مجاني.

4- **سهولة الاستخدام:** فمعظم الصفحات يسهل التعامل معها، من حيث التوجيه مثلا أو اللغة المعتمدة في الصفحة، والتي تتلاءم ولغة مجتمع. (تبري و غراف، 2018، الصفحات 94-95)

5- **الحضور الدائم وغير المادي:** بحيث لا يتطلب الاتصال الحضور الدائم، إذ يمكن ترك رسالة نصية أو معلومات متنوعة في أي وقت وبشكل غير متزامن، كما يمكن تأجيل إرسال الرسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد.

6- **الانفتاح:** يمثل المحتوى المرسل من المستخدمين أغلبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وهو ما يدفع الأعضاء المشاركين إلى المزيد من التفاعل، باعتبارهم منتجين للمحتوى عكس

وسائل الاتصال التقليدية. (تبري و غراف، 2018، الصفحات 94-95) « حيث أن شبكات التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، والإنشاء والتعديل، فهي تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، إذ نادرا ما توجد حواجز أمام الاستفادة من المحتوى». (ضيف، 2017، الصفحات 448-449)

7- دعم التجمعات:

« توفر هذه الخاصية للأشخاص إمكانية إنشاء مجموعات تشترك في الاختصاص والانتماء الديني أو الاجتماعي مثل موقع الفاييس بوك.

8- المرونة: وتتمثل في فتح أحد المواقع من أي جهاز آخر كالهواتف المتنقلة دون شرط وجود الحاسب المحمول، فالأجهزة المحمولة أصبحت تتضمن أنظمة تشغيل خاصة تسمى برامج التواصل الاجتماعي». (تبري و غراف، 2018، صفحة 95)

كما تتميز شبكات التواصل الاجتماعي كأحد تطبيقات الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص الأخرى التي تميزها عن غيرها من المواقع الالكترونية وتتجلى هذه الخصائص فيما يلي:

- معظم شبكات التواصل الاجتماعي تسمح لمستخدميها بعرض بياناتهم والاطلاع على بيانات الآخرين في الوقت نفسه.

- « يتشكل محتوى شبكات التواصل الاجتماعي من زوارها والأعضاء المنخرطين فيها، فلا يوجد فريق متخصص في الكتابة والنشر فيها، لأن رواد هذه الشبكات من خلال ما يبتونه من أفكار وآراء وما يتبادلونه من وجهات نظر، هم من يشكل محتوى هذه الشبكات». (ضيف، 2017، الصفحات 448-449)

- « تعد شبكات التواصل الاجتماعي شبكة اجتماعية مترابطة مع بعضها البعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع، والتي ترتبط بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضا، مثل خبر عن مدونة ما يعجبك فترسله إلى أصدقائك عبر الفاييس بوك وهكذا، وكل ذلك يسهل ويسرع عملية نقل المعلومات» (ضيف، 2017، صفحة 449).

- « إن أهم ما يميز شبكات التواصل الاجتماعي أنها تقوم على التفاعلية والمشاركة، وحرية تبادل المعلومات على نطاق واسع، ويمكن القول أن هذه الخاصية تطرح العديد من الأفكار بشأن طريقة

التعامل مع هذا الإعلام ومع التطبيقات التي يتيحها المستخدم، الذي يجهل في الكثير من الأحيان سلبياتها، الامر الذي يجعله عرضة لمخاطرها أكثر من فوائدها». (ضيف، 2017، صفحة 449)

○ دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد ذكر الباحثين العديد من الدوافع وراء استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وانتقال الفرد من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي، ومن أبرز الدوافع التي تدفع بمختلف الأفراد سيما شريحة الشباب للاشتراك في هذه المواقع والانغماس فيها كما يلي:

1- **المشاكل الأسرية:** «حيث أن الأسرة تشكل الدرع الواقي للفرد إذ توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل، لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما، بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري». (الجندي، 2018، صفحة 180)

2- **البطالة:** «حيث تعبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي، ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية، وهي من أهم المشاكل التي يعاني منها الفرد، والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية.. وإن كانت هذه الحلول افتراضية». (الجندي، 2018، صفحة 180)

3- **الفرغ:** يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يشعر بقيمته، ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن عدد التطبيقات اللامتناهية الذي تنتجه شبكة الفايبر بوك مثلا، لمستخدميها ومشاركة مجموعات الأصدقاء الصور والملفات الصوتية وغيرها يجعل من موقع الفايبر بوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد وسائل ملاء الفراغ، وبالتالي وسيلة للتسلية وإضاعة الوقت عند بعض المستخدمين. (الجندي، 2018، صفحة 181)

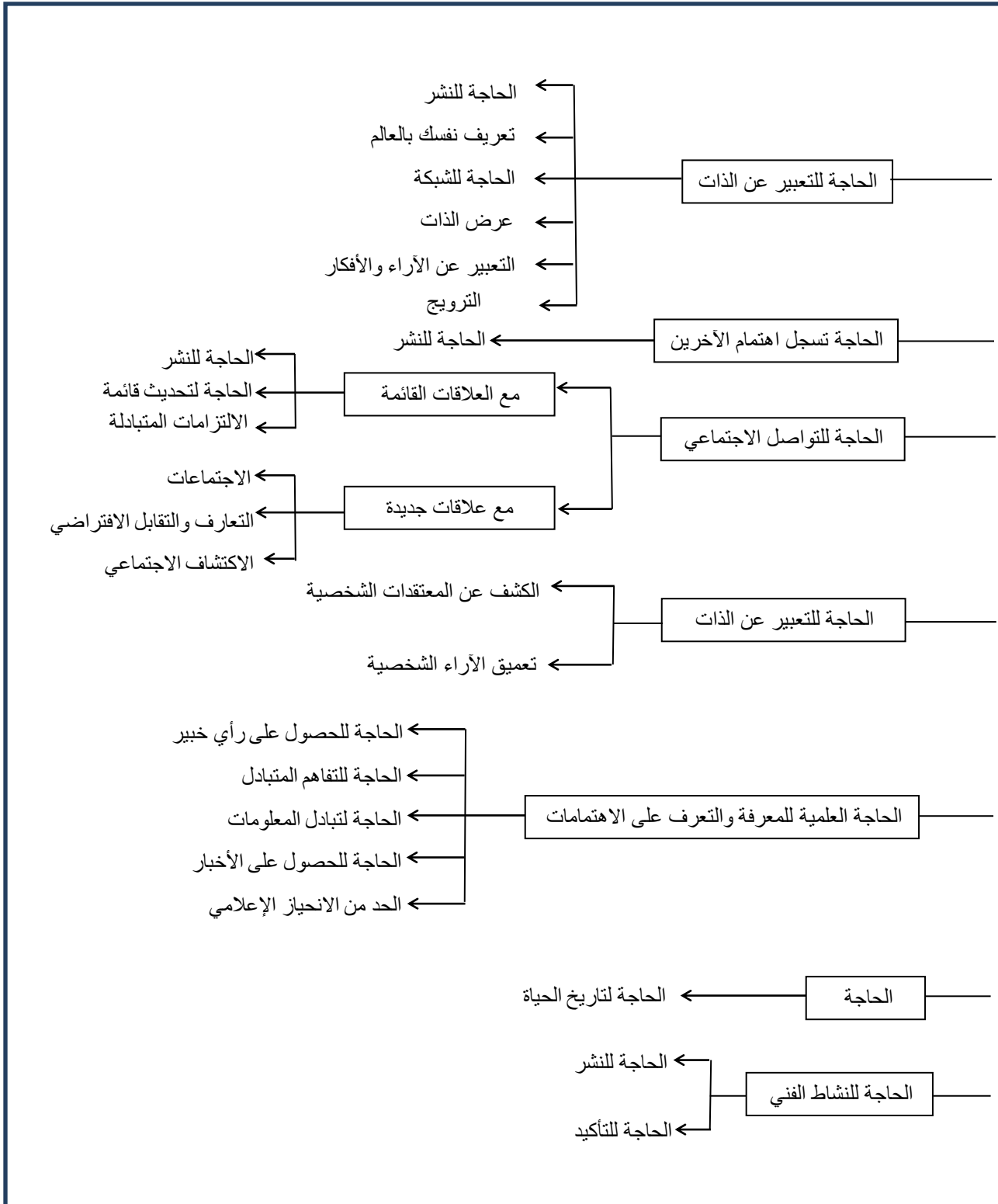
4- **الفضول:** «حيث تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها، واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب، وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر». (الجندي، 2018، صفحة 181)

5- **التعارف وتكوين الصداقات:** « فقد سهلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات، حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية، فهي توفر فرصة بربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة، بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد». (الجندي، 2018، صفحة 181)

6- **التسويق أو البحث عن وظائف:** إن مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية، وفعالة للغاية، لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل وخارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها، كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب الجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء، وأيضا ربط أصحاب العمل بمطالبي العمل، وانتشار المعلومة واستثمارها. (الجندي، 2018، صفحة 181)

وقد لخص كل من جونز ميشيل « Jones Michael » و"اليرت ألوني" « Lrit Alony » دوافع استخدام الجمهور لمواقع الشبكات الاجتماعية في الشكل التالي :

شكل رقم 2.2: يوضح الدوافع المختلفة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية



(درويش، 2018، صفحة 165)

○ أنواع شبكات التواصل الاجتماعي:

قبل أي محاولة لتصنيف شبكات التواصل الاجتماعي من المهم محاولة فهم الفروقات الدقيقة الموجودة بين هذه المصطلحات المختلفة الشبكات الاجتماعية، وسائل التواصل الاجتماعي (وسائط التواصل الاجتماعي)، الواب (2,0)، إن الواب 2,0 هو نتيجة التطورات الهائلة التي شهدتها الانترنت حيث ظهر هذا المفهوم في مؤتمر من تنظيم « Tim O'Reilly » و« Media Live international » سنة 2004، وحسب O'Reilly فإن شبكة الانترنت 2,0 ممثلة وفقا لسبعة مبادئ أساسية تركز على استخدام رواد الانترنت للشبكة بما يعزز الإبداع والمشاركة والترابط بينهم. (Koumtingue، 2017، صفحة 06)

في حين تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي إحدى نتائج استخدام الواب 2,0، حيث أنها تدمج التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي وكذا إنشاء المحتوى، فوسائل التواصل الاجتماعي هي مجموعة من تطبيقات الانترنت (الشبكات الاجتماعية، المدونات، مواقع المشاركة)، أما الشبكات الاجتماعية فهي عبارة عن وسائط تم تعريفها على أنها مجموعة من الأفراد أو المنظمات المرتبطة ببعضها بواسطة الروابط التي يتم إنشاؤها من خلال التفاعلات الاجتماعية. (Koumtingue، 2017، صفحة 06)

(ترجمة شخصية)

ولفهم تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي على نحو أفضل أجرى Contant وSlenger دراسة ارتكزت على تحليل البيانات الشخصية ومعايير أخرى، بهدف اقتراح تصنيف لوسائل الإعلام الاجتماعية « Social media »، وذلك بالاعتماد على مجموعة من المعايير على غرار المحتوى الذي ينتجه المستخدمون (UGC)، قابلية المحتوى للتوسع والمشاركة، إتاحة الاستخدام بشكل مجاني وعام، إمكانية استغلال بيانات المستخدمين، سهولة الاستخدام، وقد خلصت الدراسة إلى تصنيف وسائل التواصل الاجتماعي على النحو التالي وكما هو موضح في الجدول:

جدول رقم 1.2: يوضح أنواع شبكات التواصل الاجتماعي

| الفئة | النوع | مثال عنها | وصفها |
|---------------|--------------|-------------|--|
| شبكات التواصل | | Linked in | شبكة مهنية عالمية تتيح إمكانية التواصل مع المهنيين |
| | | Viadeo | هو النسخة الفرنسية لشبكة Linked in يتيح إمكانية بناء وإدارة الشبكة المهنية |
| الاجتماعي | عامة | Facebook | يوفر لمستخدمي الانترنت التواصل مع مجتمع الأصدقاء حول مختلف الاهتمامات عبر إرسال طلب صداقة |
| | | Twitter | يتيح مشاركة التغريدات مع مستخدمين آخرين وكذا إمكانية تتبع حسابات أخرى |
| | | My space | شبكة تفاعلية تتيح لمستخدميها خدمات متعددة تظم التدوين التواصل الشخصي والجماعي |
| | مشاركة محتوى | Youtube | ويوفر إمكانية بث ومشاركة ومتابعة مقاطع الفيديو وكذا إبداء التعليقات |
| | | Dailymotion | يتيح هذا الموقع مشاركة الفيديوهات، تنزيلها، مشاهدتها |
| | | Instagram | يسمح للمستخدمين بإنشاء حساب وإمكانية نشر ومشاركة الصور والفيديوهات والرسائل مع الأصدقاء والعائلة |
| | | Flickr | ويوفر هذا الموقع لجمهوره نشر الصور ومقاطع الفيديو مع إمكانية تحديد أماكن التقاط الصور |

(ترجمة شخصية) (Koumtingue, 2017, صفحة 07)

إلى جانب التصنيف السابق يصنف الباحثين شبكات التواصل الاجتماعي إلى عدة تصنيفات أخرى، «حيث أن هناك آلاف الشبكات التي تعمل على الصعيد العالمي، وهناك الشبكات الاجتماعية الصغيرة التي طرحت لتناسب القطاعات المهمشة في المجتمع، في حين هناك شبكة تخدم وحدة

جغرافية للمجتمع، وهناك بعض الشبكات تستخدم كواجهة استخدام بسيطة، بينما البعض الآخر أكثر جراءة في استخدام التكنولوجيا الحديثة والقدرات الإبداعية، لذلك تقسم الشبكات الاجتماعية إلى عدد من الأسس المختلفة قد تكون حسب التقنية الفنية أو حسب جنسية الأشخاص أو الاهتمام الموضوعي لها، وبصفة عامة يمكن لنا تقسيمها إلى نوعين:»(المعطي، 2015، الصفحات 82-83)

1- شبكات شخصية أو محلية: وتقتصر هذه الشبكات على مجموعة من الأصدقاء والمعارف والتي تعمل على التواصل الاجتماعي فيما بينهم بجميع الأشكال حيث يتم إتاحة ملفات للصور الشخصية والمناسبات الاجتماعية[...] ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات ومن أمثلة هذه الشبكات (Facebook، Twitter، Myspace)(المعطي، 2015، صفحة 83)

2- الشبكات المهنية:» تقدم نفس خدمات المواقع الاجتماعية الشخصية، حيث انتشرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة لتواجه البطالة، واستخدمت لخلق بيئة عمل وبيئة تدريبية مفيدة، كما تقدم خدمات على مستوى المهن المختلفة وأشهر هذه الشبكات "Linked in"». (المعطي، 2015، صفحة 83)

كما يوجد تقسيم آخر لشبكات التواصل الاجتماعي أين يتم تقسيمها إلى نوعين رئيسيين هما الشبكات الشخصية ويطلق عليها النوع الأساسي وكذا الشبكات المرتبطة بالعمل وهي الشبكات المهنية، ويضيف لها أيضا بعض الباحثين الشبكات الاجتماعية التي توفر ميزات أخرى مثل خدمة التدوين المصغير، Micro Blogging مثل موقع تويتر «Twitter» و"بلارك" والشبكات الجغرافية مثل موقع "برايت كاي".

« أما فيما يخص أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها فتشمل:

- 1- مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها.
- 2- المدونات: وهي صفحة على الواب تظهر عليها تدوينات - مداخلات - مؤرخة ومرتبطة ترتيبيا زمنيا تصاعديا تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاعل معها سواء كانت شخصية أو عامة.
- 3- الويكي». (صلاح، 2015، صفحة 248)

بالرغم من التشابه الكبير الخصائص والميزات التي تحوز عليها شبكات التواصل الاجتماعي إلا أنها تقسم إلى عدة تقسيمات وبناء على عدة اعتبارات، فمن حيث محتوياتها وموضوعاتها وطبيعة جمهور مستخدميها يمكن تقسيمها إلى:

أ - **مواقع عامة:** « وهي التي ليس طبيعة تخصصية معينة، بل يمكن الحصول منها على معلومات في مجالات مختلفة، فلو كنت تبحث عن حلول لمشكلات عامة أو تبادل معلومات غير متخصصة أو تريد كتابة مذكرات خاصة فيمكن أن يكون هذا النوع هو المناسب، ومن أشهر هذه المواقع (my space, facebook). (قرناني و بكار، 2017، صفحة 75)

ب - **مواقع تربوية:** «ويجتمع فيها عادة الطلاب من مختلف المستويات وخاصة طلاب الدراسة الجامعية والدراسات العليا من أجل التشاور في القضايا التعليمية والأكاديمية، وتبادل المشروعات الدراسية، ومناقشة القضايا المختلفة التي تتعلق بدراساتهم بشكل عام أو بمقررات معينة بشكل خاص والتعاون من خلال التبادل المعرفي». (قرناني و بكار، 2017، صفحة 75)

ج - **مواقع مهنية:** «وتضم المختصين في مجال أو مهنة معينة مثل العلوم وإدارة الأعمال والحاسب الآلي وغيرها من التخصصات، ويمكن الاستفادة منها في الالتقاء بزلاء المهنة لمناقشة القضايا المشتركة، كما أنها تسهم في تطوير المهارات المهنية والعلمية عن طريق طرح الأسئلة وتبادل الآراء وعرض المشكلات على المتخصصين والخبراء، ممن يصعب الوصول إليهم عن طريق وسائل أخرى». (قرناني و بكار، 2017، الصفحات 75-76)

د - **مواقع أكاديمية:** «عن الشبكات التربوية في أنها تجتمع الباحثين والعلماء والمتخصصين وأعضاء هيئة التدريس وأساتذة الجامعات من أجل مناقشة القضايا الحديثة والطارئة في مجالاتهم العلمية، كما أنها ساحة خصبة للتعاون في دعم وتطوير البحث الأكاديمي عن طريق المشاركة في الرأي والنقد الهادف». (قرناني و بكار، 2017، صفحة 76)

هـ - **المواقع الإخبارية:** وتركز محتويات هذا النوع من الشبكات على نشر أخبار المجتمع وغيرها من المستجدات في الموضوعات المختلفة سواء سياسية أو اقتصادية أو طبية [...] الخ، وتعد مصدرا مهما لتقصي الأخبار والتعرف على الأحداث الجارية ولكنها تفتقد للمصداقية لعدم وجود محررين للأخبار للثبوت مما يكتب. (قرناني و بكار، 2017، صفحة 76)

و- **مواقع الهويات:** « يجتمع أصحاب الاهتمامات المشتركة والهويات المتشابهة عادة على شكل مجموعات لتلبية احتياجاتهم المعلوماتية المرتبطة بهوياتهم مشكلين بذلك شبكة اجتماعية غالبية أعضائها لديهم اهتمامات متشابهة. ويتيح هذا النوع من الشبكات اتصال الأعضاء بعضهم ببعض من أجل تنمية تلك الهويات وتطويرها والتعرف على القضايا المستجدة حولها». (قرناني و بكار، 2017، الصفحات 76-77)

ز- **المواقع الترفيهية:** «ويطلق عليها أيضا مواقع العوالم الافتراضية وهي تلك المواقع التي تقوم على فكرة إيجاد حياة أو عالم بديل لعالمنا الحقيقي لتجربة العوالم الافتراضية». (قرناني و بكار، 2017، الصفحات 76-77)

○ نماذج شبكات التواصل الاجتماعي:

انتشرت في السنوات الأخيرة الشبكات الاجتماعية أو ما يعرف بمواقع التشبيك الاجتماعي، وتنوعت خدماتها بين التواصل من خلال تبادل الصور والموسيقى والفيديوهات طلبات العمل وإدراج السير الذاتية، التسويق، التعليم وغيرها من المجالات الخرى التي لا يتسع المجال لذكرها في هذا المقام حيث سنحاول من خلال هذا العنصر تسليط الضوء على أبرز شبكات التواصل الاجتماعي.

موقع الفاييس بوك facebook: حسب الإحصائيات الأخيرة لموقع ستاتيسستا Statista الفرنسي لا يزال موقع الفاييس بوك يتصدر شبكات التواصل الاجتماعي عبر العالم وذلك بما يقارب 2 مليار و 271 مليون مستخدم فقط خلال شهر جانفي سنة 2019، وهو أول شبكة اجتماعية تتجاوز عتبة 2 مليار حساب مسجل. (fr.statista.com) (ترجمة شخصية)

يعد موقع الفاييس بوك أحد أهم مواقع التشبيك الاجتماعي، وهو لا يمثل منتدى اجتماعيا فقط وإنما أصبح قاعدة تكنولوجية سهلة بإمكان أي شخص أن يفعل بواسطتها ما يشاء.

ويعرف قاموس الإعلام والاتصال « Dictionary of media and communication » موقع فيس بوك « Facbook » على أنه موقع خاص بالتواصل الاجتماعي [...] يتيح نشر الصفحات الخاصة « profiles » (المعطي، 2015، صفحة 86). «فهو عبارة عن موقع واب التواصل الاجتماعي ليكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة "فايس بوك" محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها». (عبد الحميد، 2015، صفحة 227)

« إن موقع الفاييس بوك عبارة عن شبكة اجتماعية تتيح إمكانية خلق مجموعات أصدقاء والتواصل معهم ونشر أفكارهم وآرائهم، كما يتيح تبادل المضامين الإعلامية في شكل (مقالات، فيديوهات وكذا أشرطة سمعية)، إضافة إلى خدمة تحميل المضامين هذا من جهة ومن جهة أخرى يوفر الموقع إمكانية خلق صفحات خاصة بالسلع والشخصيات والمجموعات الفنية والترويج لها كنوع من الإشهار». (كيجل، 2013، صفحة 74) فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم [...]. ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفا لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم. (عبد الحميد، 2015، صفحة 227)

نشأة وتطور موقع Face book:

إن ما أصبح الشبكة الاجتماعية الأكثر شعبية في العالم بدأ في فبراير من عام 2004 حين أطلق "مارك زوكربيرغ" الفاييس بوك، والذي وضع في الأصل تحت عنوان *the facebook.com* وهو لم يتجاوز الخامسة والعشرين، أين كان طالبا في السنة الثانية بجامعة هارفرد، وقد غير موقع الفاييس بوك مساره بعد أن قام زوكربيرغ في فصل دراسي سابق بإنشاء نسخة خاصة بجامعة هارفرد من موقع التقييم الرائج « *Hot or not* » والتي أسماها فيسماش، وكان المراد منها السماح لطلاب جامعة هارفرد بمقارنة الطلاب الآخرين بناء على ملفاتهم في الفاييس بوك الخاص بسكن الطلاب. (ليني، 2011، الصفحات 25-26)

بعد إطلاق موقع الفاييس بوك كان في البداية متاحا لطلاب جامعة هارفرد فقط، وفي مارس من عام 2004، أي بعد شهر واحد من انطلاقة الأولى، وسع زوكربيرغ الموقع نتيجة لطلاب جامعات ستانفورد وبييل وكولومبيا، ثم سرعان ما وسعه ليصبح متاحا لطلاب جميع جامعات الرابطة العاجية، ثم إلى كليات وجامعات منطقة بوسطن، ثم عبر الولايات المتحدة وكندا [...]. وفي سبتمبر من عام 2005، أي بعد نحو عام من الانطلاقة الأولى، فتح موقع الفاييس بوك شبكاته أمام المدارس الثانوية، وبعد ذلك بعام أصبح الفاييس بوك شبكة مفتوحة تماما لأي شخص تجاوز الثالثة عشر من عمره حيث يمكن الاشتراك فيه باستخدام بريد الكتروني. (ليني، 2011، الصفحات 27-28)

وقد قام "مارك زوكربيرغ" بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من "داستين موسكو فيتز" و"كريس هيوز" الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسب وكانا رفيقي زوكربيرغ في سكن الجامعة عندما كان طالبا في جامعة هارفرد[...] وفي أكتوبر من عام 2008 أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك من اتخاذ مدينة "دبلين" عاصمة إيرلندا مقرا دوليا له". (عبد الحميد، 2015، الصفحات 227-231)

أهم مميزات الفيس بوك:

عادة ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي "فيس بوك" و"ماي سبيس"، ولكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصيص، فموقع "ماي سبايس" يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة HTML و«cascading»، CSS، (Style sheets)، بينما يوفر موقع فيس بوك إمكانية استخدام النص العادي فقط، ويتضمن الفيس بوك عددا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض، ومن بين هذه السمات نذكر ما يلي: (عبد الحميد، 2015، الصفحات 234-235)

(1) - **الملف الشخصي / profile**: «عند الاشتراك بالموقع لا بد من إنشاء ملف شخصي يحتوي على مجمل المعلومات الشخصية وكذا الصور، وهذه المعلومات مفيدة للتواصل مع الآخرين، وللشركات التي تريد الإعلان عن منتجاتها.

(2) - **النكزة / pokes**: النكزة تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة انتباه بعضهم البعض، وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به». (الجندي، 2018، صفحة 173)

(3) - **إضافة صديق / add friend**: «حيث يستطيع المستخدم إضافة أي صديق، وأن يبحث عن أي فرد موجودة على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

(4) - **إنشاء مجموعة / Group**: ويستطيع المستخدم من خلال هذه الخاصية إنشاء مجتمع إلكتروني يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية[...]. كما يستطيع جعل الاشتراك بها حصريا على العائلة أو الأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها». (الجندي، 2018، صفحة 173)

(5) - **لوحة الحائط / Wall**: «هي عبارة عن مساحة مخصصة بصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم، بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل إلى هذا المستخدم». (الجندي، 2018، صفحة 173)

(6) - الصور / photos: «وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

(7) - الحالة / Status: هي التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكن تواجدهم، وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

(8) - التغذية الإخبارية / News feed: حيث تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين أين يتم تمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة، وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم». (الجندي، 2018، صفحة 174)

(9) - الهدايا / Gifts: «ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية». (الجندي، 2018، صفحة 174)

(10) - السوق / market place: وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي تتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

(11) - إنشاء صفحة خاصة على موقع face book: وتتيح لك أن تروج لفكرتك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات الإدارة وتصميم الصفحة، ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع «facebook others» والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصول على صفحتك في الفاييس بوك». (الجندي، 2018، صفحة 174)

(12) - التعليقات / facebook notes: «وهي سمة متعلقة بالتدوين، تسمح بإضافة العلامات والصوت التي يمكن تضمينها، وتمكن المستخدمين من جلب المدونات من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين». (الجندي، 2018، صفحة 174)

(13) - سمة إرسال الرسائل الفورية «chat»: «خلال الأسبوع الذي وافق 7 أبريل 2008، أصدر الفاييس بوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج «comet» وأطلق عليه اسم «chat» ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب». (صلاح، 2015، صفحة 260)

(14) - إمكانية facebook Beta: في العشرين من يوليو 2008، قدم الفاييس بوك إمكانية face book Beta «نسخة تجريبية من الفاييس بوك عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام

الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة، كما تم دمج سمتي « mini feed » و« Wall » وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً، وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر، فإن الفاييس بوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتباراً من سبتمبر 2008. (صلاح، 2015، صفحة 261)

(15) - تطبيقات أجهزة Iphone: «تم إصدار موقع « Facebook iphone » في شهر أغسطس 2007 الذي يقدم طريقة عرض خاصة تناسب جهاز « Iphone » وبحلول شهر يوليو 2008، وصل عدد المستخدمين إلى 1,5 مليون فرد يقومون باستخدامه بصورة منتظمة، كما تم طرح تطبيق مجاني لأجهزة Iphone وIpodtouch أطلق عليه اسم « face book for iphone » وذلك في يوليو من عام 2008» (صلاح، 2015، صفحة 261)

موقع twitter: إن twitter هو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات عن حالتهم بحد أقصى 140 حرفاً للرسالة الواحدة، وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون، وتظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحاتكم الرئيسية أو زيادة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استخدام الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني. (قرناني و بكار، 2017، صفحة 139)

«وأخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له» (عفيفي، 2015، صفحة 171). وشعار هذا الموقع ملحق بالمحادثة أو بعبارة أخرى "التحقوا بالمحادثة"، حيث في الوقت الذي صار فيه موقع الفاييس بوك عاماً، أنشأ كل من (Evan Williams) و(Glass Noah) شبكة تدوين مصغرة أطلق عليها اسم "تويتر" سرعان ما تحولت إلى موقع يمثل خط أحداث، ويمكن من تبادل الروابط والمعلومات في الزمن الحقيقي الحي، حيث يمكن من متابعة حدث ما مباشرة عن طريق الرسائل القصيرة الموضوعية مباشرة عن طريق مجموعة المشتركين، كما يوفر الموقع أيضاً إمكانية الاشتراك في خدمة الأحداث المستجدة، أو المواضيع الأخرى التي تثير اهتمام المستخدمين. (كيجل، 2013، صفحة 79)

نشأة تويتر:

« كانت بدايات هذه الخدمة المصغرة "تويتر" أوائل عام 2006 عندما أقدمت شركة « Obvious » الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغر»(عفيفي، 2015، صفحة 172).

وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في 2007 من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل 2007 قامت شركة (Obvious) بفصل الخدمة عن الشركة، وتكوين شركة جديدة باسم « twitter » ومع ازدياد عدد مستخدميه، قرر محرك Google أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات تويتر، كمصدر للبحث اعتباراً من 2009 واليوم يعتبر تويتر مصدراً معتمداً للتصريحات الشخصية، سواء كانت صادرة عن سياسيين أو صحفيين أو جهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلاً أن يكون مصدراً معتمداً للتصريحات الحكومية والإخبارية. (الجندي، 2018، صفحة 175)

مميزات موقع تويتر twitter:

يتسم موقع تويتر كأحد مواقع التواصل الاجتماعي بمجموعة من المميزات والتي تتمثل في:

- 1- «إن هذا الموقع يسمح بعدد محدود من المداخلات والتي لا تتجاوز 140 حرفاً، لا يسمح بالثرثرة أو الحديث المسهب، بل يدفع مستخدميه إلى الدخول في الفكرة أو الرأي أو الخبر الذي يريده مباشرة بعكس موقع الفاييس بوك والذي يسمح بإدخال معلومات كثيرة ومشعبة». (شقرة، 2014، صفحة 75)
- 2- «السرعة في نشر الخبر على الانترنت، فبمجرد كتابة أي شيء على حسابك يصبح بإمكان ملايين المشتركين في الانترنت حتى لو لم يكونوا مشتركين في موقع التويتر قراء ما كتب والاستفادة منه.

- 3- يتيح تويتر إمكانية التواصل بين مستخدميه عن طريق رسائل sms بعد تفعيل رقم الهاتف من خلال الموقع، كما يتيح تحديد أوقات استلام الرسائل، وبالتالي تجنب الإزعاج في فترات الراحة». (شقرة، 2014، الصفحات 75-76)
- 4- «متابعة آخر أخبار المدونات والصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية وخلصات Rss دون الحاجة لزيارة كل موقع على حدى.
- 5- نظرا لميزة السرعة التي يتمتع بها التويتر فإنه يؤدي دورا كبيرا في التسويق وترويج المنتجات خاصة في الدول الصناعية». (شقرة، 2014، صفحة 76)
- 6- «محمول ومتحرك فموقع تويتر من مواقع التواصل الاجتماعي المحمولة، أي تدعم وتتيح أدوات التدوين، وإرسال الرسائل القصيرة والصور عبر الهواتف المحمولة، ومن أي مكان في العالم.
- 7- أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والفوري عبر التويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به إلى جميع متابعيك، كما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك». (الجندي، 2018، صفحة 176)
- 8- مناسب للتواصل الشخصي: «حيث أن التويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهو يعطي طابعا شخصيا للرسالة القصيرة التي تريد إيصالها للمهتمين بك، حيث أن الهدف النهائي هو التواصل على الصعيد الشخصي». (الجندي، 2018، صفحة 177)
- 9- مجاني: «إرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر المحمول، وهي خاصة مكنت الملايين من التدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم، مما أسهم في زيادة جماهيرية هذا الأخير». (الجندي، 2018، صفحة 177)
- 10- الفورية: «فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، كما تساهم هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية». (الجندي، 2018، صفحة 177)

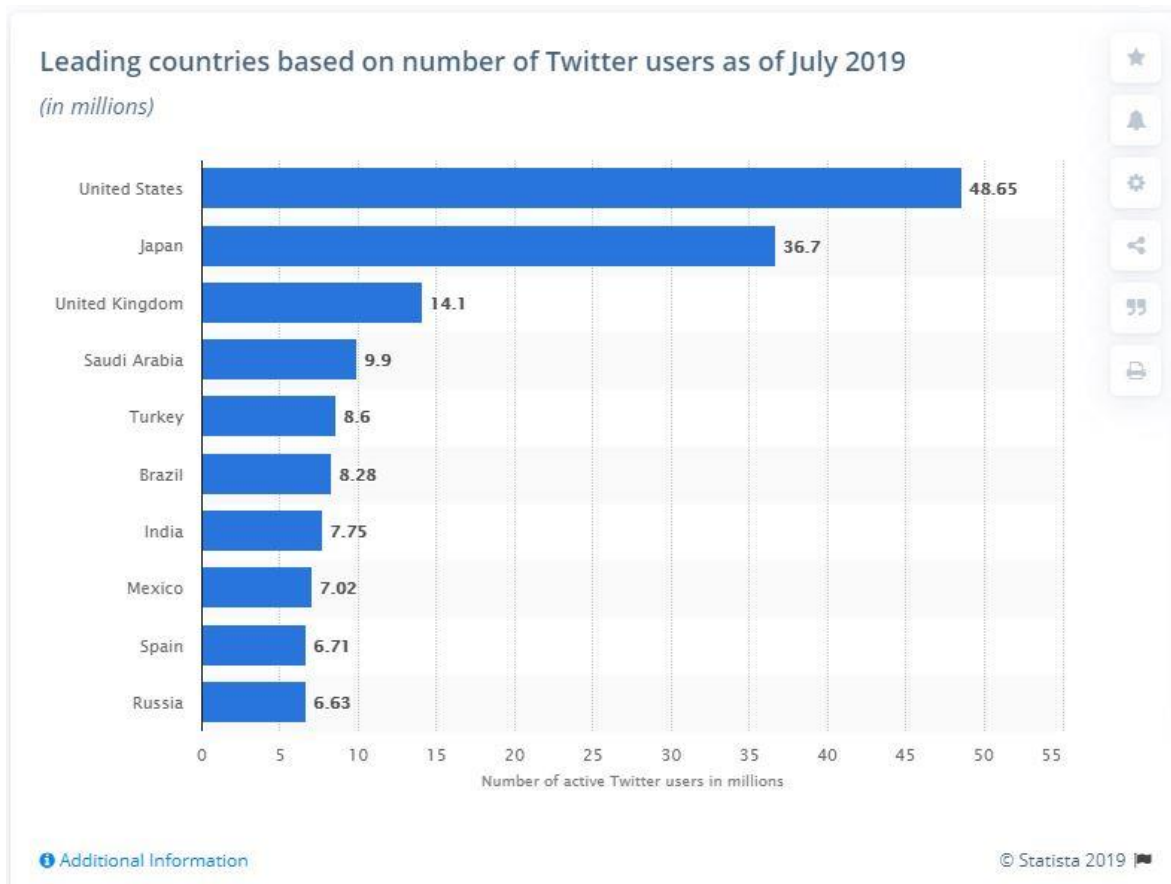
11- شعار مميز unique badge: «حيث يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو بلغة برمجة HTML أو JAVA مما يعطي طابعا شخصيا وموثق مع كل تدوينة». (الجندي، 2018، صفحة 177)

12- ميزة التتبع Following: «من أهم مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع سواء للآخرين حتى تصلك تدويناتهم أول بأول أو يمكن للغير أن يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع follow، وهو ما يتيح لتشكيل شبكة معارف ومتتبعين لهم نفس الاهتمامات المشتركة». (احمد، 2015، صفحة 28)

«إن موقع التويتر هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي تتسم بالمرونة الفائقة بحيث يمكن استخدامه في تحقيق أهداف مختلفة كمتابعة أهم الأخبار والتعرف على أخبار الثورات الشعبية التي اجتاحت الكثير من دول الشرق الأوسط، والاطلاع على المواد التحليلية والمعرفية والحصول على رد فوري للاستفادة من المعلومات الجماعية، كما أنه يعدو وسيلة اتصال مختلفة تسمح بتخطي جواهر الرقابة التي تحاول بعض الأنظمة السيطرة عليها». (احمد، 2015، صفحة 28)

ويعرف موقع التويتر ارتفاعا كبيرا لعدد مستخدميه على الصعيد العالمي، حيث بلغ عدد مستخدمي التويتر في الولايات المتحدة الأمريكية ما يربو عن 48,65 مليون مستخدم خلال شهر جويلية من سنة 2019 كما هو موضح من خلال الشكل. (fr.statista.com) (ترجمة شخصية)

الشكل رقم 3.2: يوضح الدول الرائدة بناء على عدد مستخدمي تويتر لشهر جويلية 2019



(fr.statista.com)

موقع يوتيوب **You tube**: «لقد اختلفت الآراء حول موقع اليوتيوب وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أولاً، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع لمشاركة الفيديو «videosharingsite»، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظراً لاشتراكه معها في العديد الخصائص». (الجندي، 2018، الصفحات 177-178) «فهو عبارة عن ظاهرة ثقافية عالمية اتصالية، انطلقت منه عشرات الأفكار باستخدام كلمة «tube» مقترنة بالعديد من المسميات لمواقع فيديو دينية وسياسية» (شقرة، 2014، صفحة 90).

فموقع اليوتيوب هو موقع مخصص للإعلام المرئي ويقوم على فكرة مبدئية شعارها بث بنفسك «Broadcastyourself» حيث يعد أهم موقع على شبكة الانترنت للمشاركة في الفيديو المجاني حيث يتيح إمكانية نشر الأفلام والبرامج التلفزيونية وكذا الفيديوهات والأفلام التي يقوم بإنجازها الهواة عن طريق التصوير بكاميرات الهواتف المحمولة لنقل حدث ما غريب مضحك ومثير [...] فكثير من الإنتاجات الفيلمية التي تبث عبر الموقع تنتج بالأساس لدوافع فنية، أو سياسية، أو اجتماعية بغية إيصال رسالة شخصية حول مسألة ما تهم صاحب الفيلم، كما يتضمن الموقع أيضاً أنواعاً مختلفة من

كليات الفيديو التلفزيونية والأفلام الغنائية ومدونات الفيديو اليومية أو ما يطلق عليه blogs video. (كيجل، 2013، الصفحات 76-77)

إن التنوع وسعة المحتوى يجعل من موقع « You tube » مكان يستطيع فيه أي شخص العثور على فيديو يثير اهتمامه، سواء كان يبحث عن تعليق على لعبة فيديو [...] أو يرغب في مشاهدة الروتين اليومي للمكياج من أحد خبراء التجميل، فمن بين 3,2 مليار شخص لديهم إمكانية الوصول إلى الانترنت، هناك أكثر من مليار شخص يستخدمون مقاطع فيديو عبر اليوتيوب، فمنذ تطويره تحول موقع يوتيوب من مجرد موقع لمشاركة الفيديو إلى فرصة عمل لصناعي المحتوى عبر الوسائط الجديدة. (Holland, 2016, p. 52) (ترجمة شخصية)

نشأة الموقع:

تأسس هذا الموقع « You tube » في بداية عام 2005 على يد ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" (Pay pal) وهؤلاء الموظفين هم "تشار هيرلي" « chad Harley » و"ستيف تشين" « Steve » Chen و"جاود كريم" « Jawed Karim » في مدينة سان برونو في ولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، حيث كان هيرلي وستيف تشين يقوموا بالنقاط صور فيديو في أحد الاحتفالات في سان فرنسيسكو، وبسبب صعوبة نشر هذه الصور ثم التفكير في إنشاء هذا الموقع (يوتيوب) حيث أنشأ كموقع مؤقت، وقد تم إطلاق نسخة تجريبية منه في شهر ماي من عام 2005، وفي شهر أكتوبر من نفس العام تم إطلاق النسخة الرسمية منه، وفي سنة 2006 اشترت شركة "غوغل" هذا الموقع بحوالي مليار و650 مليون دولار. (شقرة، 2014، صفحة 90)

مميزات اليوتيوب:

يعتبر موقع اليوتيوب أحد أكثر ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا وجماهيريته، عبر مختلف أنحاء المعمورة، وذلك بسبب مزاياه المتعددة والتي نذكر منها:

(1) - داعم لتحميل الأفلام: «حيث أن الموقع يوفر مجانا خادما ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (Avi, wmv) أو الأغاني (mp4) و(mp3) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كاميرا الهاتف المحمول». (الجندي، 2018، صفحة 179)

(2) - عام ومجاني: «فمن خلال هذا الموقع يمكن تحميل وتنزيل العديد من الأفلام سواء كانت تعليمية أو ترويجية، وكل ذلك مجانا مقابل التسجيل في الموقع فقط، على أن يتم الالتزام بشروط التحميل، وعدم الإخلال بحقوق النشر الخاصة دون إذن.

(3) - سهل البحث: حيث أن الموقع يوفر محرك خاص به يمكنك من البحث عن الفيلم أو الحدث، ومن ثمة مشاهدته». (الجندي، 2018، صفحة 179)

(4) - سهل المشاهدة: «بمجرد الضغط على وصلة الفيلم يمكن مشاهدة بثه حيا ومباشرة من الموقع، كما يمكن الاحتفاظ به من خلال برنامج موسيقى، مثل Real Player». (الجندي، 2018، صفحة 179)

(5) - سهل الاستعمال من قبل العامة: «حيث أن موقع اليوتيوب سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع الأخرى، إذ يوفر أدوات داعمة تساعد المستخدم.

(6) - الرقابة: إن الموقع يسمح بتحديد من يشاهد المحتوى، إذ يمكن جعل مشاهدته حصرية على مجموعة خاصة من المشتركين، أو العامة، حيث أن كل ذلك يظهر من خلال محركات البحث مثل غوغل». (الجندي، 2018، صفحة 180)

(7) - أداة الترويج: «فأفلام اليوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج الأفكار الخاصة، وشرحها للمهتمين من العامة، فهو ليس مكلفا مثل الحملات الترويجية التقليدية، وهو مناسب للجميع، أفرادا كانوا أم شركات». (الجندي، 2018، صفحة 180)

(8) - ميزة البث المباشر: «Live streaming» فلا تحتاج هذه الميزة إلى تحميل المحتوى حتى تتمكن من مشاهدته، بل بمجرد الضغط على الوصلة يمكن متابعته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف نقال [...] وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوات الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب، مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر. (الجندي، 2018، صفحة 180)

الانستغرام Instagram:

الانستغرام هو طريقة جديدة من طرق الاتصال والتواصل، حيث يعتمد بشكل أساسي على الصور والفيديوهات القصيرة، ويسمح بتحديثها بطريقة سهلة وبسيطة. وقد شهد هذا الموقع أو التطبيق انتشارا كبيرا من حيث عدد المستخدمين منذ إنطلاقه في أكتوبر 2010، فتطبيق الانستغرام يتيح للمستخدمين مشاركة صور وفيديوهات عن حياتهم الشخصية، وتبادلها بالاعتماد على (سلسلة الفلتر)

للتلاعب وتعديل الصور والفيديوهات، فهذا الموقع استقطب أزيد من 150 مليون مستخدم، بمتوسط قدره 55 مليون صورة تم تحميلها يوميا وهذا حسب الإحصائيات بين عامي 2010 إلى 2013. (قرناني و بكار، 2017، صفحة 137)

وبناء على إحصائيات قام بها موقع Statista الفرنسي خلال شهر حانفي من سنة 2019 لتصنيف شبكات التواصل الاجتماعي الأكثر شعبية في العام، وذلك بناء على عدد المستخدمين النشطين (Actifs) حيث احتل موقع « Instagram » المرتبة السادسة بحوالي مليار مستخدم نشط. (fr.statista.com) (ترجمة شخصية)

إن النجاح الباهر لموقع الانستغرام يؤكد على أن الصور والفيديوهات أصبحت مفتاحا لمواقع التواصل الاجتماعي على الانترنت، خاصة أنه بإضافة تعليق قليل الأحرف على الصور، أو إضافة الهاش تاغ « Hash tag » لوصف الصورة وأشرطة الفيديو وكذلك علامة @ لربط المستخدمين بالصور، مما يخلق تفاعلا أكبر بين المستخدمين، بالإضافة إلى كل هذه المزايا، فإن مستخدم الانستغرام بإمكانه متابعة Follow أصدقائه أو أشخاصا مشهورين، تماما مثل موقع تويتر، والأهم من هذا هو أن عملية المتابعة لا تحتاج بالضرورة إلى أن يتبعك الشخص الآخر. (قرناني و بكار، 2017، صفحة 137)

ماي سبيس My space:

«وهو موقع يقدم خدمات الشبكات الاجتماعية ويتيح التفاعل بين الأصدقاء، إضافة إلى تقديم خدمات تفاعلية أخرى كالمدونات ونشر الصور والموسيقى وأفلام الفيديو». (شقرة، 2014، صفحة 79)

ويتيح موقع my space للناس من جميع أنحاء العالم صنع ملفات الكترونية عن حياتهم، والالتحاق بمجتمع خاص بإمكان المستخدمين فيه تبادل الصور، والصحف والاهتمامات مع شبكة متزايدة من الأصدقاء، وإضافة إلى الملفات الخاصة يقدم الموقع مجموعة من الأنشطة الالكترونية للشباب، مثل مجموعات وصور وموسيقى وكذا الترويج للأعمال ومشاركة الاهتمامات، كما يمد الموقع مستخدميه بمساحة الخصوصية والاندماج الثقافي. (كيجل، 2013، صفحة 77)

وقد حقق هذا الموقع علامته التجارية انطلاقاً من الجدل الذي اتبعه منذ تأسيسه سنة 2003، والذي يقوم بتنشيطه عدد من المستخدمين القدامى للموقع، من خلال الانتقادات والنقاشات الحادة حول مواضيع مختلفة، ويتخذ الموقع شعاراً شاهد ماذا يحدث في قضائي « See what't happening on my space»، وتتمثل مصادر التمويل المالي والإشعاري للموقع في "روبرت ميردوخ" صاحب مؤسسة « News corporation». (كيجل، 2013، صفحة 77)

«ويعتبر ماي سادس أكبر موقع على الواب الانجليزية شعبية في العالم، وثالث موقع شعبية في الولايات المتحدة الأمريكية، لكن تعبئة الموقع بدأت بالتراجع بظهور موقع face book الذي اجتذب ملايين من المستخدمين لشبكات التواصل الاجتماعي». (قرناني و بكار، 2017، صفحة 135)

موقع السكايب skype:

وهو عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي "نيكلاس زينشتروم" والدانماريكي "يانوس فريس" مع مجموعة من مطوري البرمجيات، حيث تم إطلاقه بشكل تجاري عام 2003، حيث يمكن برنامج "سكايب" مستخدميه من الاتصال صوتياً "هاتفياً" عبر الانترنت وبشكل مجاني، وهو يعتمد على أسلوب الند للند، لتبادل الملفات والمعلومات ويمكن أيضاً الاتصال من خلاله على هاتف أرضي أو محمول ولكن مقابل رسوم تعتبر أقل من الطرق العادية للاتصال، واليوم وصل عدد مستخدمي هذا البرنامج إلى حوالي 264 مليون مشترك في عام 2011م. (شقرة، 2014، صفحة 79)

كما يستخدم هذا الموقع في المؤسسات التعليمية للتدريس وعرض المحاضرات، إلى جانب نقل الأخبار وإجراء المقابلات التلفزيونية مع مراسلي وكالات الأنباء ومع المحللين السياسيين والعسكريين. وفي هذا السياق نذكر أحد الأمثلة الحية حول مدى فعالية تطبيقات الشبكات الاجتماعية وذلك عندما استخدم الرئيس التركي رجب طيب أردوغان تطبيق "فايس تايم" للاتصال المباشر مع قناة CNN التركية والحديث مباشرة مع المذيعة "هاندا فرات" وإلقاء خطاب يدعو فيه كل فئات الشعب وأعضاء حزب العدالة والتنمية للنزول إلى الشوارع والميادين للتعبير عن رفضهم للانقلاب العسكري الذي شهدته تركيا في 15 من شهر جويلية سنة 2016، كان هذا الخطاب الذي ألقاه الرئيس التركي عبر منصة "فايس تايم" كافياً لإخراج الملايين إلى الشوارع، وإفشال محاولة الانقلاب، وهو ما يؤكد مرة

أخرى على نجاعة المنصات الرقمية والشبكات الاجتماعية وفعاليتها الكبيرة في تشكيل التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مختلف أنحاء العالم.

مميزات السكايب:

يتسم السكايب بعدد الميزات نذكر منها:

- (1) - « إمكانية تحميله وتثبيته على أي جهاز مجانا وسهولة.
- (2) - انخفاض تكلفة الاتصال عبر هذا البرنامج على الخطوط الأرضية أو المحمولة قياسا بتكاليف الاتصال الهاتفي الأرضي.
- (3) - يمكن من الاتصال عن طريق الصوت والصورة والكتابة، حيث يوفر خدمة البث الحي والمباشر بدرجة جودة ووضوح عاليتين». (شقرة، 2014، صفحة 79)

فليكر Flickr:

«وهو موقع لمشاركة الصور وحفظها وتنظيمها، كما هو موقع لهواة التصوير على الانترنت، حيث يتيح هذا الموقع لمستخدميه خدمة التشارك في الصور، إضافة إلى خدمة التعامل مع الزائرين عن طريق تخصيص مساحة للتعليق، ويتم حفظ الصور للزائرين، بحيث يستطيع أي متصفح للموقع مشاهدتها، ويمكن لمن يقوم بتحميل الصور أن يجعلها خاصة بحيث لا تتاح فرص الاطلاع عليها إلا لصاحب الحساب، أو لمن يسمح له بذلك». (شقرة، 2014، صفحة 81)

« ويوفر الموقع خدمات أخرى خارج إطار الاشتراك المجاني، وهي خدمات الاشتراك المدفوع والتي تكون غالبا أكثر تطورا تحديداً، حيث يمكن على سبيل المثال خلق وإنشاء عدد كبير من الألبومات وترتيبها وحفظها وفق معايير خاصة تحترم الخصوصية، بحيث يتعذر على بعض المستخدمين الولوج إليها وتكون متاحة مباشرة على الشبكة». (كيل، 2013، صفحة 78)

«إن موقع "فليكر" كان نتيجة طبيعية لتنامي انتشار الكاميرات الرقمية وسهولة التحميل إلى أجهزة الكمبيوتر، سيما وأن غالبية أجهزة الجوال اليوم باتت مزودة بكاميرات عالية الوضوح بمعنى آخر فإن موقع "فليكر" يتضمن فقط المحتوى المزود من قبل المستخدمين، وقد اشتراه محرك البحث الشهير « Yahoo » عام 2005 وتلا ذلك إقبال "خدمة ياهو للصور" بعدما بعامين بعد أن تم نقل كافة الصور إلى موقع Flickr». (بلخيري، 2014، صفحة 52)

لينكد ان Linked in:

تم إنشاء هذا الموقع سنة 2002 وهو مخصص للتشبيك المهني أو ما يعرف بالتواصل المهني حيث يتيح للمستخدمين إرفاق سيرهم المهنية وربطهم مباشرة بالمؤسسات والشركات الباحثة عن موظفين مع كثير من الإيضاحات حول شروط التوظيف والوثائق المطلوبة وغيرها، ويختلف هذا الموقع عن باقي المواقع السابقة والتي توفر فضاءات شخصية، بحيث يوفر فضاء مهني بحث، والاشتراك مجاني ماعدا بعض الخدمات الأخرى والتي تكون أكثر ديناميكية وتقتضي الاشتراك المدفوع، وقد بدأ الموقع الربط والتواصل بمواقع أخرى على غرار موقع « Twitter » بداية من 2009، وبعد موقع Viadeo النسخة الفرنسية التي تحاكي هذا الموقع. (كيجل، 2013، صفحة 78)

« كما أتاح موقع لينكدان في تحديثات جديدة تمت عام 2010 للمهتمين خدمة التفاعل ومتابعة أخبار الشركات من حيث فرص العمل الجديدة، ومتابعة أي تغييرات تطرأ على المستخدمين لدى الشركة، إضافة إلى تحديث بيانات الشركة ». (شقرة، 2014، صفحة 83)

○ الويكي:

○ تعريف الويكي:

أ - لغة: «تعني كلمة ويكي (Wiki) بلغة هاواي "سريع" وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع». (صلاح، 2015، صفحة 275)

ب - اصطلاحاً: إن مواقع الويكي هي عبارة عن مواقع تعاونية على الويب تتيح إمكانية تحرير محتواها من قبل زوار الموقع، مما يسمح للمستخدمين بإنشاء صفحات ويب وتحريرها بسهولة وبطريقة تعاونية. (Parker & Chao, 2007, pp. 58-68) (ترجمة شخصية)

ففي الأساس تعتبر مواقع الويكي عبارة عن عملية تبسيط لإنشاء صفحات واب بلغة HTML مع وجود نظام يقوم بتسجيل كل تغير فردي يحدث بمرور الوقت، بحيث يمكن إجبار الصفحة في أي وقت على العودة إلى أي من الحالات السابقة، كما يمكن أن توافر مواقع الويكي أدوات تسمح لجمهور المستخدمين لمراقبة حالة الموقع المتغيرة باستمرار ومناقشة حل المشكلات التي تظهر وتقوم بعض مواقع الويكي بتقييد إمكانية الوصول إلى مجموعة من الأعضاء مما يسمح لأعضاء معينين فقط بتحرير محتوى الصفحة على الرغم من أن عملية عرض المحتوى متاحة للعامة دون قيود.

(Patterson & Wilkins, 2019, pp. 58-68) (ترجمة شخصية)

«كما تعرف الويكي على أنها مواقع للتحريير الجماعي التشاركي « collaborative Authoring » تعتمد على برمجيات « Wikis » التي تسمح بتحرير مضمونها بشكل جماعي». (المعطي، 2015، صفحة 68)

« ويعرف فالسيش « Valacich » الويكي على أنها تلك الأداة المنظمة لتعزيز إنشاء المحتوى تعاونياً، حيث يسمح للمستخدم بإضافة وتحرير وتعديل ومعالجة المحتوى، وتتضمن الويكي مجموعة من الصفحات المنظمة حسب قالب معين يعمل على إرشاد المستخدمين في الكتابة، وترتبط بقاعدة بيانات تحتفظ بكل التعديلات والتغيرات السابقة، وبالتالي تسمح لأي شخص في أي وقت بعرض الإصدارات السابقة للمحتوى، وكذلك أي تغييرات تمت عليها». (المعطي، 2015، صفحة 68)

○ نشأة مواقع الويكي Wikis:

«إن أول موقع أطلق عليه اسم "ويكي" ظهر في 25 مارس 1995 وهو موقع "بورتلاند باترن ريبازيتوري" « portland pattern repository » أي مستودع بورتلاند للنماذج أو للصيغ، وقد أنشأ وورد كانينغهام وهو الذي اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من المواقع». (صلاح، 2015، صفحة 275) وفي أواخر التسعينات من القرن الماضي ازداد استخدام برامج الويكي لإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، ويوصف برنامج ويكي في الأساس بأنه أبسط قواعد البيانات التي ليكن أن تعمل على الانترنت، واليوم يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة ويكيبيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الانترنت». (المعطي، 2015، صفحة 67)

○ خصائص مواقع الويكي:

تتسم مواقع الويكي بعدد الخصائص والسمات نذكر منها:

- « تتيح برامج الويكي للزواد أن يحددوا مواضيع الموقع جماعياً وبلغة الترميز بسيطة وباستخدام المتصفح، كما أن ما يميز مواقع الويكي بشكل عام هو سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادة وبعض مواقع الويكي لا تتطلب حتى لتسجيل الدخول في الموقع لإنشاء أو تعديل مواضيع فيها مميزات إضافية». (صلاح، 2015، صفحة 276)

- **الوصلات المتشعبة:** « تحتفظ مواقع الويكي بكل محتوياتها في قاعدة بيانات متشعبة، حيث تستطيع مواقع الويكي معرفة كل صفحة وكل وصلة تصل بين الصفحات، إذ لا يهم موقع الصفحات في هذه الحالة». (صلاح، 2015، صفحة 276)

- **تنظيم المحتويات:** « لا توجد هيكلية محددة لتنظيم المحتويات في مواقع الويكي، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، وعادة لا تحوي مواقع الويكي على صفحات تنظم المحتويات إلا في مواقع ويكي الكبيرة مثل: "ويكيبيديا" والتي تحوز على صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، ويمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظيم المحتويات وتقسماها، هذه المرونة في الويكي غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في مواقع الويكي يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدها وتناسبه». (صلاح، 2015، الصفحات 276-277)

التحكم بالتعديلات: مواقع الويكي صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة بدلا من التركيز على تجنب الأخطاء، لذلك مواقع الويكي تعتبر حرة تماما ويمكن لأي شخص أن يرتكب الأخطاء، لأن هذه الأخطاء ستصحح من قبل الشخص نفسه أو من قبل أناس آخرين، وهناك خاصية متوفرة في أغلب مواقع الويكي وهي صفحة أحدث التغييرات والتي تعرض قائمة بآخر التعديلات التي أجريت، حيث أن هذه القائمة توفر وظيفتين الأولى هي عرض الصفحة قبل آخر تعديل، والثانية هي عرض الاختلاف بين الصفحة الحالية وآخر تعديل أجري عليها، وبهذا الأسلوب يستطيع أي كاتب أن يعرف ماذا أضيف للموضوع في كل تعديل، ويمكن إرجاع الصفحة إلى تعديل سابق، في حال أن التعديلات الأخيرة لم تكن صالحة. (صلاح، 2015، صفحة 277)

وتوفر بعض برامج الويكي خاصة مفيدة يطلق عليها "قائمة مراقبين" والتي تمكن المستخدم من مراقبة المواضيع التي تهمة وكذا التعديلات التي أجريت عليها حيث تتوفر هذه الخاصية في "برامج ميديا ويكي" التي تستخدم لإدارة "ويكيبيديا".

العبث والتخريب: إن طبيعة مواقع الويكي المفتوحة للجميع والتي تتيح للجميع تعديل المقالات كما تسمح للبعض أن يعبثوا في المواضيع، وأسباب هذا التخريب كثيرة، فالبعض يعبث لمجرد العبث وتجربة الموقع، والبعض يريد حذف ما لا يوافق رأيه أو تخريب المقالات التي تخالفه الرأي، والبعض

يكتب مقالات جديدة لا علاقة لها بتخصص أو توجه الموقع، كما يمكن أن تكون هذه المقالات عبارة عن دعاية لشخص ما أو ضد شخص ما أو فكر معين وطبعاً كل هذا من دون أن تسجل في الموقع. (صلاح، 2015، الصفحات 277-278)

وفي مثل هذه الحالات يلجأ المشرفين على صفحات الويكي إلى وقف خاصية التعديل حماية لمعلومات الصفحة خاصة في المواضيع الخلافية التي يكثر تعديلها، وفي حالات أخرى يتم وقف الكتابة والتعديل بشكل كامل في كل الموقع.

○ **تصنيفات الويكي:** « تصنف برامج الويكي إلى عدة أقسام وفق عدة معايير، وبحسب معيار الاستخدام يمكن تقسيمها إلى:

1- ويكيز عامة Public wikis

2- ويكيز مؤسساتية Organizational Wikis

3- ويكيز شخصية Personal wikis. (الكلم، 2016، صفحة 14)

○ **استخدامات الويكي:**

لمواقع الويكي استخدامات عديدة يمكن لنا إسقاطها في الجوانب التالية:

- **العصف الذهني:** «حيث يتم دعوة المشاركين عند البدء في مشروع معين إلى إضافة مفردات وأفكار إلى الويكي، والربط بين جميع الأفكار بهدف استثارة الإبداع.

- **العمل التشاركي:** وذلك بغية إتاحة الفرصة لجميع المشاركين من التواصل معاً وتبادل المصادر والوسائط المتعددة، وكتابة التقارير. (الكلم، 2016، صفحة 15)

- **إنشاء القوائم:** «يقدم الويكي خدمة تبويب وتنظيم القوائم المتنوعة والمفردات المستخدمة في أي مجال، كما يمكن استخدامه لبناء الوثائق أو الأسئلة المتكررة FAQs.

- **مجموعات المصالح المشتركة:** حيث تستخدم مواقع الويكي في تفعيل وتقسيم وتصنيف الروابط ذات الطبيعة المشتركة أو التي تنتمي إلى مجال تخصصي معين. (الكلم، 2016، صفحة 15)

- **كتابة خطاب محتوى بصورة جماعية:** «عند كتابة شيء فإن الويكي تعد أداة ممتازة من أجل الوصول لاتفاق جماعي حول الأفكار الرئيسية وكتابة المحتوى بطريقة واضحة ومباشرة.

- بناء السجلات الجماعية: إذ يمكن لأي منظمة استخدام الويكي في التعريف بمشروعاتها السابقة وعرض الشهادات على عملائها وعرض تاريخ المنظمة وخبراتها». (الكلم، 2016، صفحة 15)

ويذهب باحثين آخريين إلى توسيع آفاق استخدام الويكي في مجال التعليم حيث يمكن دمج الويكي في عملية التدريس ومشاريع الكتابة التعاونية وذلك من خلال استخدام مواقع الويكي داخل أنظمة إدارة المساق الدراسي وبناء المعرفة العلمية وكذا النشر الأكاديمي. (Parker & Chao, 2007, p. 60)

○ سلبيات مواقع الويكي:

- « تثير القدرة المفتوحة على تحرير الويكي مخاوف كثيرة من المنظمات بشأن سوء الاستخدام والموثر فيه والاعتداء على المعلومات، إلا أنه يمكن التغلب عليها من خلال رصد المستخدمين للتغيرات الأخيرة على صفحة الويكي والعودة إلى الإصدار السابق منها». (الصاوي)

- «إن عضوية مواقع الويكي والتي تسمح لأي شخص بإضافة أي شيء قد تخلق فوضى في المعلومات على الويكي، لذا فإن وجود عدد من القواعد والاتفاقيات يساعد في الحفاظ على الويكي». (الصاوي)

- « تثير قضية حق المؤلف مخاوف البعض، حيث يساهم عدة أشخاص في تحرير محتوى ما، ويمكن لأي منهم الادعاء بحق المؤلف، ويرى بعض المختصين أن قانون حق المؤلف لم يعتبر بوضوح هذا النوع من الأعمال المركبة لكون الويكي ناتج عملية تحرير جماعي من قبل المسؤولين عنه». (الصاوي)

« قد تشكل البيانات المزعجة على الويكي « Wiki Spam » مشكلة كبيرة بالنسبة للويكي المفتوح بالكامل، وتأخذ عادة شكل رابط من الروابط غير المرغوب فيها لمواقع تجارية أو إباحية.

- عدم وجود معيار لتوصيف محتوى الويكي، الأمر الذي يجعل من الصعب ترحيل محتواه إلى مشغل ويكي آخر أو إدارة محتوى الواب». (الصاوي)

○ مواقع الويكي الأكثر شهرة:

○ ويكيبيديا:

« تعد ويكيبيديا من أشهر مواقع الويكي التي أسسها "جيمي وايلز" سنة 2001 كموسوعة حرة وهي مصدر مفتوح تتيح لأي شخص أن يضيف ويعدل فيها ولكنها في الوقت نفسه تتمتع ببنية

واضحة تمنح المديرين المتطوعين السلطة لممارسة السيطرة التحريرية وشطب المواد غير المناسبة وحماية تلك المواد المعرضة للتشويه، وتقوم "الويكيبيديا" على مبدأ الجماعة أفضل من الفرصة فأى فرد يمكنه كتابة مقالة على الموقع، وتتقيحها والزيادة فيها وبالتالي الوصول إلى مقالة بعدد كبير من المشاركين». (المعطي، 2015، صفحة 69)

إن موسوعة ويكيبيديا تعد أحد مصادر المعلومات الأكثر تأثيرا حول العالم، حيث تم تصنيفها كسادس موقع من المواقع الأكثر شعبية وذلك بحسب موقع "أليكسا" وحاليا يبلغ عدد مستخدميها حوالي 365 مليون قارئ عبر جميع أنحاء العالم، مما يجعلها أكبر وأكثر المراجع العامة للأعمال شعبية على شبكة الانترنت، وبالرغم من أن ويكيبيديا متوفرة بـ 286 لغة تقريبا، إلا أن ويكيبيديا الانجليزية تسيطر على مجمل قاعدة المستخدم لمشاريع ويكيبيديا بما يقارب 11 مليون مشاهدة في الساعة تليها ويكيبيديا الإسبانية بـ 2 مليون مشاهدة فقط. (Ford & Sen) (ترجمة شخصية)

○ موقع ويكيليكس:

يعد موقع ويكيليكس ظاهرة لا تقتصر عليه فقط وإنما تشتمل المواقع المماثلة التي انبثقت منه أو خارجه، وي طرح افتراض إن ويكيليكس ظاهرة ضرورة النظر في عدد من الأمور مثل: البيئة الخاصة، السياق التاريخي، والمعنى الاجتماعي والسياسي، كما أن اسم الموقع المركب، يجمع كلمة "ويكي" للدلالة على تصنيف المصدر المفتوح وكلمة "ليكس" المرادفة للتسريب والتي تعطي أهمية للمصدر المفتوح في ظل شبكة الانترنت. (الطويس و اخرون، 2012، الصفحات 24-25)

وقد أصبح موقع ويكيليكس تعبيرا عن ثورة الإعلام الجديد الذي أوجد فاعلين جدد في الساحة الإعلامية والصحافة الاستقصائية، فقد بدأ كساحة للحوار بين مجموعة من الناشطين على الانترنت من أنحاء متفرقة من العالم، مدفوعين بحصرهم على احترام وحماية حقوق الإنسان واقتناعا منهم بأن أفضل طريقة لوقف الانتهاكات هو كشفها وتسليط الضوء عليها، ويعتمد موقع ويكيليكس في أغلبية مصادره على أشخاص يوفرون له المعلومات اللازمة من خلال الوثائق التي يكتشفونها، ويحظى الموقع بشبكة من المحامين وناشطين آخرين للدفاع عن المواد المنشورة ومصادرها. (احمد، 2015، صفحة 51)

«تأسس الموقع سنة 2006 من طرف "جوليان أسانج" (Julian Assange) وحاز على عدة جوائز بدأت الولايات المتحدة الأمريكية التحقيق فيها بداية من عام 2008، إلى أن سلطة عليه الأضواء بعد

أن قام بنشر فيديو يظهر مروحية أمريكية وهي ترمي أكثر من عشرة مدنيين في بغداد وتقتلهم، تلتها تسريبات أخرى عن سجلات حرب أفغانستان والعراق». (احمد، 2015، صفحة 52)

وفي نوفمبر 2010 بدأ الموقع بنشر مجموعات مختارة من البرقيات الدبلوماسية الأمريكية المسربة والتي بلغ عددها 250.000 وثيقة. وقد تم نشر الوثائق الدبلوماسية بالتعاون مع صحف "نيويورك تايمز" الأمريكية و"ذي غارديان" البريطانية و"دير شبيغل" الألمانية، ونشرت الصحف الثلاثة الإصدار الأول من البرقيات المسربة بشكل متزامن، بعدها بدأ موقع ويكيليكس بنيل شهرة واسعة بعد نشره لعدد كبير من الوثائق التي تتلقاها من مصادر متعددة لا تكشف عن هويتها [...] وقد حازت منظمة ويكيليكس سنة 2008 على جائزة "مرصد الرقابة" لحرية الرأي التي تقدمها مجلة "ذي إيكونوميست"، كما فازت سنة 2009 بجائزة منظمة العفو الدولية للصحافة التي تخدم حقوق الإنسان عن فئة الإعلام الجديد. (الجيوسي، 2011، الصفحات 1-2)

يتّضح لنا على ضوء ما سبق التطرق إليه أن الجانب الأهم لظاهرة ويكيليكس وصحافة المصدر المفتوح بشكل عام يكمن في التحدي الذي تطرحه ضد احتكار نوع معين من المعرفة وضد الاحتكارات الأخرى التي تنتج منه وتعمل الخصائص الرقمية والتشبيكية للوسائط التي يعمل ويكيليكس عبرها على تحفيز تلك التحديات، إنها محاولة لمأسسة نوع جديد - قديم من الفعل - فضح المخالفات « Whistleblowing »، بغية إعادة تنظيم التوزيع المهيم للمعرفة في المجتمع وهو ما يطلق عليه "جوليان أسانج" بتعطيل إمكانيات الدولة التآمرية. (الجيوسي، 2011، الصفحات 6-7)

○ المواقع الإخبارية التساهمية:

« تعتبر المساهمات الإخبارية للمواطنين أحد أهم أشكال صحافة المواطن، والتي يتم نشرها عبر مواقع إعلامية مستقلة ينشئها أفراد الجمهور بشكل فردي مستقل، ويقومون فيها بنشر المحتوى الذي ينتجون، كما يستقبلون مساهمات من غير من الجمهور، كما تقدم هذه المواقع مقابلات يجريها أفراد الجمهور من خلال مشاهداتهم الشخصية للأحداث وكتابة التقارير عنها، وأحيانا تنشر مستخلصات من الأخبار المقدمة في مواقع إعلامية لكن مع إضافة التعليقات عليها». (المعطي، 2015، الصفحات 71-72)

وفي هذا السياق يمكن لنا تعريف المحتوى الذي ينتجه المستخدمون « user generated content UGC بأنه عملية تجميع للمضامين التي ينتجها المستخدمين عبر الانترنت من

أجل الاستفادة منها، وهو مرتبط بالتحويلات الرقمية للعناصر كالأصوات المكتوبة، النصوص، الصور، كما أن هذا النوع من المحتوى يتم إنتاجه بواسطة مستخدمي النظام الأساسي للشبكة العنكبوتية وهو يشمل التعليقات عبر الإنترنت، ملفات التعريف والصور أيضا مزيج من الحقائق والرأي والانطباعات والمشاعر والخبرات وحتى الشائعات في بعض الأحيان. (Manp & Adzharudi, 2013, p. 54)

(ترجمة شخصية)

« إن المواقع الإخبارية التساهمية مواقع شبيهة جدا بالصحف الإخبارية، ويشارك في تحرير محتواها مواطنون عاديون من مناطق مختلفة وهو في الغالب متطوعون وناشطون وهواة لمهنة الصحافة». (المعطي، 2015، صفحة 72)

لا يكاد يختلف تصميم المواقع الإخبارية التساهمية التي يديرها المواطنون الصحفيين عن المواقع الإخبارية العادية، إلا أنها تختلف وبشكل جذري عن المدونات، فهي تتضمن مجموعة من الصفحات التي يتم إدراجها بشكل متسلسل بدءا من الصفحة الأولى والتي تحوز عادة على فئات متعددة الموضوعات.

ويختلف الباحثين في تحديدهم للبداية الحقيقية لهذا النمط من صحافة المواطن، حيث يربطه البعض بكارثة تسونامي الذي ضربت المحيط الهندي سنة 2004 ولم يستطع حينها الإعلام التقليدي من الوصول إلى موقع الحدث، فما كان من الأفراد العاديين سوى استخدام كاميراتهم وهواتفهم الشخصية لتسجيل ما يحدث دون أن يكون لديهم تدريب صحفي مسبق لتغطية هكذا حدث، في حين يرى الباحث « Johnson Kirsten » أن ثورة المواقع الإخبارية التساهمية بدأت خلال تفجيرات لندن سنة 2005 أين أغرق المواطنون الصحفيين غرفة أخبار BBC بالصور والتسجيلات والتقارير ورسائل البريد الإلكتروني التي تعدى عددها الآلاف وذلك رغبة منهم في تغطية الحدث.

ومن أبرز الأمثلة حول هذا النمط من صحافة المواطن موقع Oh My News، موقع Agora vox الفرنسي، موقع صحافة المواطن « Global voices »، موقع Rue 89 موقع « Assignment Zero ».

○ موقع oh my news:

تأسس موقع Oh My News من قبل الصحفي التقدمي والناشط السياسي "آه يون هو" «yeon Ho» «Oh» ، سنة 2000 ففي ظل الخلفية الإعلامية الجديدة كان "آه يون هو" يعتقد أن وسائل الإعلام الكورية من الممكن إعادة تنظيمها من خلال زيادة مشاركة المواطنين حيث يذكر يون

هو في هذا السياق أنه كان صحفياً من أجل المال وقد فكر بشكل جذري في تغيير الصحافة حتى لا تشارك فيها الصحفيون المحترفون فحسب، بل وأيضا المواطنين، ولم يكن اهتمامه بالمشاركة نابعا من مثله الديمقراطية فقط، بل وأيضا من تصور عملي مفاده أن المواطنين الكوريين، كانوا أكثر تقدما من وسائل الإعلام التي يستهلكونها. (Joyce, 2007, pp. 4-5) (ترجمة شخصية)

ويتخذ موقع Oh my news شعار "كل مواطن صحفي"، وقد انطلقت النسخة الكورية للموقع بحوالي 727 من الأفراد العاديين غير المهنيين إلى جانب 4 الصحفيين مهنيين بحيث يكون غالبية المحتوى المنشور من المواطنين الكوريين غير المهنيين، وقد لقي هذا الموقع رواجاً كبيراً في أعقاب الانتخابات الرئاسية الكورية الجنوبية سنة 2009 أي سلطت عليه الأضواء من قبل عديد وسائل الإعلام العالمية. (Joyce, 2007, pp. 4-5) (ترجمة شخصية)

إن موقع Oh my news هو أحد مواقع صحافة المواطن التي يمكن لنا تصنيفها في خانة المواقع غير الاعتيادية نظراً لطريقة العمل التي يتبعها والتي تقترب إلى حد بعيد من المعايير المهنية التي تعتمد عليها الصحافة التقليدية رغم أن غالبية المساهمات التي يوفرها الموقع يكون مصدرها المواطنين.

حيث يتم التدقيق في أي مقال جديد يتم إرساله للتحقق من مدى موثوقيته قبل نشره عبر شبكة الانترنت وبعد التخلص من ثقل أسلوبه وأخطائه الإملائية، ففي أغلب الأحيان يرفض فريق Oh my News التحريري ثلث المقالات التي لا تستجيب للمعايير المذكورة، حيث يذكر "آه يون هو" أن فريقه موجود ببساطة لجعل المعلومات أكثر وضوحاً وسهولة في القراءة، وهو يصر على الجودة، والصدق والشفافية في المصادر قبل النشر عبر الانترنت. (char, 2012, p. 266) (ترجمة شخصية)

○ القواعد الأخلاقية لموقع: "أوماي نيوز" « Oh my news »:

يحوز موقع أوماي نيوز على مجموعة من الضوابط والقواعد الأخلاقية التي يتوجب من القائمين على الموقع وكذا المواطنين المتعاونين معهم الالتزام بها ومن جملة هذه القواعد الأخلاقية نذكر:

- « يجب أن يعمل المواطن المرسل الصحفي بروح أن جميع المواطنين مراسلين، وأن يعرف عن نفسه بوضوح كمواطن مراسل صحفي.

خلال قيامه بشخصية الأحداث الإخبارية

- ينشر المواطن المرسل الصحفي معلومات كاذبة، ولا يكتب مقالات تستند إلى افتراضات أو تكهنات لا تركز إلى أي أساس.

- لا يستعمل المواطن المراسل لغة بذئية أو متبادلة أو مهينة بأي شكل آخر وتشكل تهجما شخصيا». (المعطي، 2015، صفحة 75)
- « لا يلحق المواطن المراسل الصحفي الضرر بسمعة الآخرين من خلال كتابة مواضيع تنتهك الخصوصية الشخصية.
- يستعمل المواطن المراسل أساليب مشروعة لجمع المعلومات ويبلغ مصادره بوضوح أنه ينوي تغطية الحدث.
- لا يستعمل المواطن المراسل مركزه لتحقيق مكاسب غير منصفة، أو يسعى بأي شكل آخر إلى تحقيق مكاسب شخصي». (المعطي، 2015)
- «لا يضخم المواطن المراسل أو يشوه الحقائق لمصلحته أو لمصلحة أي منظمة ينتمي إليها.
- يعتذر المواطن المراسل الصحفي تماما وبسرعة عن أي تغطية خاطئة أو غير ملائمة من أي ناحية أخرى». (المعطي، 2015، صفحة 75)

○ موقع أجورا فوكس Agora vox :

وتعود التجربة الفرنسية الأولى بالنسبة لصحافة المواطن والمواقع الإخبارية التساهمية إلى موقع Agoravox، والذي ظهر على شبكة الانترنت سنة 2006، حيث تم إطلاقه من قبل مستشار المراقبة المعلوماتية "كارلو ريفيللي" «Carlo Revelli» والمنظر المستقبلي "جويل دي روزناي" Joel de Rosnay «المستوحي بشكل كبير من موقع «Rheingold» إلا أن موقع «Agoravox» لم يسجل الدخول في موجة صناعة المضامين المختلطة (مهنية - هواة)، إلا في وقت لاحق من خلال تجربة «Crowdsourcing» أو ما يعرف بالتحقيق الجماعي التي بدأت عام 2006، ويقوم مبدأ الموقع على أن كل مواطن بإمكانه أن يصبح مراسلا وشاهدا على الحدث، ووفقا للمروجين لفكرة إعلام المواطن فإنه كلما زادت مساهمتك كلما زاد احتمال حصولك على معلومات مهمة. (pélissier & chaudy, 2009) (ترجمة شخصية)

إن نموذج المساهمات الإخبارية المختلطة (مهنيين - هواة) بات متاحا بشكل كبير في فرنسا من خلال بروز عديد المواقع مثل Rue 89 ، Rue source sure ، وكذا موقع Core media part.

○ موقع Global voices :

إن هذا الموقع من جملة مواقع صحافة المواطن التي تعتمد على المساهمات الإخبارية وهو موقع غير ربحي تم إطلاقه من طرف مركز "بيركمان للانترنت" والمجتمع التابع لجامعة هارفرد الأمريكية حيث يتخذ هذا الموقع صبغة عالمية ويعنى بجمع وتدقيق المحادثات وحفظها وهو متاح عبر الرابط www.globalvoicesonline.org.

○ موقع Rue 89 :

يعد موقع « Rue 89 » أول موقع صحفي قائم على المشاركة التساهمية، حيث أطلقه مهنيون محترفون سنة 2007، وهم بالأساس صحفيين من صحيفة ليبراسيون اليومية الفرنسية والذين تحولوا إلى هذا النمط الإعلامي نتيجة الانتقادات العديدة التي تلقوها من قرائهم، وذلك في محاولة لإيجاد طرق بديلة تفاعلية لتقديم المعلومات ضمن المجال الإعلامي الفرنسي ويكون لها من ناحية أخرى صبغة مهنية، وقد ظهر هذا الموقع في السادس من شهر ماي سنة 2007 كنوع جديد من المواقع الإخبارية التي تتبنى شعار "الإعلام له ثلاثة أصوات" الصحفيين، الخبراء، والمواطنين، ويقوم النموذج الاقتصادي الذي يقوم عليه موقع Rue 89 على استخدام الإعلانات وتصميم المواقع الشبكية من أجل جعل الوصول إلى الموقع مجانيا. (Aubert, 2008, pp. 99-100) (ترجمة شخصية)

○ مواقع مشاركة المحتوى: Content sharing web sites

« وهي مواقع تتيح بث مقاطع فيديو مسموعة « podcasting » أو مرئية، ويطلق عليها أيضا مواقع الفيديو التشاركي « video sharing web sites » وهي أحد التطبيقات العملية الشهيرة للتحول في استخدام وتوظيف شبكة الواب من مستودع للمعلومات إلى استخدامها في التشبيك والتواصل الاجتماعي « Networking » من خلال نشر ما ينتجه الجمهور من مضامين مختلفة وتبادل التعليقات والتواصل بشأنها والتشارك في تناولها وهو ما يسمى User generated content ». (المعطي، 2015، صفحة 61)

وتعود نشأة مشاركة المحتوى إلى أكتوبر من سنة 2004 والتي تميزت بإطلاق موقع «pandora» Tv وهو موقع كوري النشأة، بيد أن الانطلاقة الحقيقية والشهرة الواسعة التي اكتسبتها هذه المواقع تجسدت واقعا بظهور موقع "اليوتيوب" سنة 2005، حيث يحتل هذا الموقع حاليا المرتبة

الثانية من حيث الاستخدام بعد موقع الفاييس بوك وذلك بحسب إحصائيات موقع Statista لشهر جانفي سنة 2019.

بالإضافة إلى موقع يوتيوب هناك كل من موقعي Yahoo و Flickr الذين يصنفان ضمن مواقع مشاركة المحتوى، وتجدر الإشارة إلى أن هذا النوع من صحافة المواطن يتقاطع بشكل مباشر مع شبكات التواصل الاجتماعي، أين يمكن تصنيف بعض المواقع كشبكات اجتماعية وفي ذات الوقت مواقع لمشاركة المحتوى وهو ما يحيلنا مرة أخرى على الضبابية وعدم الوضوح التي تكتنف مفهوم المواطن وكذا تصنيفاته.

○ مننديات المحادثة الالكترونية:

«إن مننديات المحادثة الالكترونية أو مننديات الانترنت «Internet forum» واحدة من تطبيقات المشاركة والتفاعل والإعلام البديل التي جاءت بها الشبكة بما يحقق الجميع إسماع أصواتهم، وهي في الوقت نفسه مجموعة من البرامج المختلفة التي تعمل على تطبيق هذا النوع من التواجد الحي للتجمعات على الانترنت». (صادق ، 2008 ، الصفحات 192-193)

« أما من الناحية البرمجية فإن المننديات عبارة عن مجموعة من البرمجيات التي يطلق عليها سكريبت المندى «Forum Script» وهي تقوم بمجموعة من العمليات الآلية في استقبال الرسائل ونشرها وتوزيعها كما تقوم بعمليات حذف المعلومات وإدارة الجوانب المتعلقة بدعم الصوت والفيديو والجرافيك». (صادق ، 2008 ، الصفحة 195)

« إن المننديات عبارة عن موقع عبر شبكة الانترنت يوفر وسيلة للمناقشات الحية بشأن موضوع معين مع الأعضاء جنبا إلى جنب مع المشرف الذي يراقب المحادثة للتأكد من أنها تلتزم بالقواعد والأنظمة التي أنشأها أصحاب المندى». (احمد، 2015، صفحة 42) « أو هي تجمع افتراضي على شبكة الانترنت، يتجمع فيه الأفراد لمناقشة القضايا وتبادل الآراء والأفكار، كما أنها تعتمد على تبادل الرأي الفوري والتفاعلية وإمكانية عدم نكر المستخدمين لأسمائهم الحقيقية، بحيث تشكل فضاءات اتصالية لمناقشة قضايا مختلفة عامة وخاصة». (كيجل، 2013، صفحة 79)

وتتضمن مننديات المحادثة الالكترونية العديد من الأشكال المختلفة على غرار القوائم البريدية « Mailing Lists » ومننديات المناقشة « Discussion Forum » وغرف الدردشة « chat rooms ».

○ القوائم البريدية « mailing Lists »:

تعتمد هذه القوائم على البريد الإلكتروني، وهي تشبه المنتديات الإلكترونية التي تضم مجموعة من الأشخاص لهم اهتمامات مشتركة، إذ تتيح لمجموعات من الناس لهم اهتمامات مشتركة مناقشة موضوعات ذات اهتمام مشترك، ويمكن أن يتم إرسال رسالة بريدية إلى جميع المشتركين بالقائمة في الوقت نفسه بشكل تلقائي، بما يتيح توزيع المعلومات على نطاق واسع لكثير من مستخدمي الإنترنت، كما أنها تمثل بداية المشاركة بمثابة نظام مجهز يسمح بتكوين مجموعات من المستخدمين يتبادلون الأفكار والمعلومات حول الموضوع المطروح للنقاش. (فلاح، صحافة التحري والاستقصاء التحقيقات الصحفية الاستقصائية، 2017، صفحة 254)

○ منتديات المناقشة Discussion Forums:

تعد منتديات المناقشة الشكل الأكثر شعبية من بين أشكال مجموعات النقاش لكثير من مستخدمي الإنترنت وهي تتيح للأعضاء تبادل المعلومات والأفكار والآراء حول موضوعات وقضايا مختلفة، ومناقشتها بحرية كبيرة، وتوفر هذه المنتديات للمستخدمين كافة المشاركة في كتابة الموضوعات وتحريرها وكتابة التعليقات، وتمتاز هذه المنتديات بأن المعلومات التي تقدمها علنية على عكس البريد الإلكتروني الذي يمتاز بالسرية في تبادل المعلومات، كما أنها تخضع لتحكم أو توجيهات الجهة التي تقوم على المنتدى، وهي تتيح الإبقاء على مداخلات المشاركين معروضة. (فلاح، صحافة التحري والاستقصاء التحقيقات الصحفية الاستقصائية، 2017، الصفحات 254-255)

○ غرف الدردشة Chatting Rooms:

إن غرف الدردشة عبارة عن تطبيق يسمح لمستخدم الإنترنت بالتواصل مع عدد كبير من المستخدمين سواء بالانضمام إلى غرفة دردشة موجودة أو تأسيس غرفة دردشة جديدة حول أي موضوع، إذ يتبادل الجميع الحوار، مع توفر إمكانية الحوار الخاص مع فرد واحد، وإمكانات دعم الاتصال بالصوت والصورة. إن غرف الدردشة chat rooms تمثل نمط الاتصال من فرد إلى فرد أو من فرد إلى مجموعة، وهي تمثل نمط الاتصال التزامني، إذ يجب أن يكون جميع المشاركين متصلين بالإنترنت في الوقت نفسه، لتتم عملية الاتصال وهي ميزة توفر فورية الاتصال. (فلاح، صحافة التحري والاستقصاء التحقيقات الصحفية الاستقصائية، 2017، صفحة 257)

○ المداخل النظرية لدراسة صحافة المواطن:

تعد صحافة المواطن واحدة من المفاهيم الهلامية غير المستقرة مفاهيمياً والتي تعاني بشكل مفرط من اتساع مدونها المصطلحية، نظراً لاختلاف السياقات التاريخية التي ظهرت وتبلورت فيها وكذا اعتبارها نمطاً إعلامياً مستحدثاً لا يزال في مرحلة التشكل والنشوء إلى غاية المرحلة الحالية، وهو ما يجعل من العصي الجزم بالمدخل والاتجاهات النظرية التي يمكن لنا دراسة صحافة المواطن من خلالها، وفي هذا السياق سنحاول التطرق لأبرز المداخل النظرية التي تناولت مفهوم صحافة المواطن إلى جانب بعض النظريات الإعلامية التي حاول الباحثين تجديد بعض فروضها وأفكارها حتى تلائم الممارسات الجديدة التي تتم في ظل صناعة المواطن والإعلام الجديد بشكل عام.

المدخل الأول:

ظهر هذا المدخل قبل ظهور الانترنت ووسائل الإعلام الجديد، وتأثر بالمعطيات التاريخية والسياسية لدول أمريكا اللاتينية في الثمانينات، حيث كانت تعاني من أنظمة حكم عسكرية شمولية فاسدة، وتتطلع شعوبها لممارسة الديمقراطية واحترام حقوق الإنسان وفي مقدمتها حق الاتصال، في هذا الإطار ظهرت مساهمات أستاذة الإعلام الكولومبية الأصل "كليمنسيا رودريغز" والتي تعتبر أول من استخدم مفهوم إعلام المواطن عام 2001 لتصف به العمليات التي يقوم بها المواطنون للمشاركة في مجتمعاتهم المحلية من خلال استخدام وسائل اتصال مستقلة تعتمد على الموارد المتاحة. (شومان، 2012، الصفحات 05-06)

« وقد تأثرت "رودريغز" بإسهامات عدد من مفكري أمريكا اللاتينية، وقد دعت لإيجاد وسائل بديلة لبناء مجتمعات أكثر ديمقراطية، واستكشاف وسائل الإعلام البديلة، حيث ركز العلماء على الخصوصيات المعقدة لهذه الأدوات التواصلية، ووجدوا أن وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تلعب دوراً هاماً في تحقيق المشروع الديمقراطي من خلال»: (شومان، 2012، صفحة 06)

- « إن وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تعطي صوتاً لمن لا صوت لهم وبالتالي كسر ثقافة الصمت.
- يمكن لوسائل الإعلام البديلة تمكين الفئات المهمشة في المجتمع والحد من عدم المساواة؛ وقد أظهرت المشاركة في مشاريع وسائل الإعلام البديلة القدرة على تعزيز شعور الناس في الحكم الذاتي وثقتهم في إمكاناتهم الشخصية». (شومان، 2012، صفحة 06)
- يمكن لوسائل الإعلام البديلة تحقيق التواصل مع المجتمعات المعزولة.

- وسائل الإعلام البديلة يمكن أن تعزز قدرة على التعلم وإدراك التناقضات السياسية والاجتماعية « concretization ».

- يمكن لوسائل الإعلام البديلة أن تكون مصدرا بديلا للمعلومات، حيث لا تتأثر بالضغط الاقتصادية والسياسية كما هو الحال في وسائل الإعلام التقليدية، وبالتالي يمكنها الحفاظ على موقف مستقل عند معالجة جمع وتوزيع المعلومات.

- يمكن استخدام وسائل الإعلام البديلة لتعزيز الاتصال بين الأطراف في الصراع، فهي تتمتع بالاستقلال وبالتالي يمكنها فتح قنوات الاتصال التي كانت شبه مستحيلة في السابق، بعدها يمكن لوسائل الإعلام البديلة أن تلعب دورا في نشر مشاعر التسامح بين المجتمعات للتغلب على التجارب الماضية من العنف الشديد. (شومان، 2012، الصفحات 06-07)

المدخل الثاني:

إذا كان المدخل الأول قد عكس أوضاع أمريكا اللاتينية وما كان يعرف بالعالم الثالث، فإن المدخل الثاني قد ربط بين إعلام وصحافة المواطن وبين صحافة المجتمع المدني « civic journalism » والتي ظهرت في الولايات المتحدة الأمريكية في أواخر الثمانينات من القرن الماضي كرد فعل طبيعي على الانتقادات الواسعة لما تقوم به وسائل الإعلام من أدوار ووظائف تقليدية مثل نقل أخبار النخب وطرح قضايا لا تهتم المواطن العادي وتغليب قيم الصراع والموضوعية في التغطية الإخبارية على قيم إشراك الجمهور وحل مشاكل الناس والدفاع عن المظلومين وتفعيل النقاش العام في المجتمع وتحسين شروطه. (شومان، 2012، صفحة 07)

لقد اتسع نطاق هذه الانتقادات وتضاعفت بشكل كبير خاصة بعد تدني نسب مشاركة المواطنين في الانتخابات وتراجع توزيع الصحف وانخفاض نسبة مشاهدة البرامج الإخبارية وهو ما تمخض عنه تجارب عديدة في سياق مفهوم صحافة المجتمع المدني والتي شملت الصحافة المكتوبة، المحطات الإذاعية وغيرها، إن التحولات السالفة الذكر ساهمت أكثر فأكثر في بروز صحافة المجتمع المدني، وذلك بتراجع مفهوم الجمهور وتعالى الأصوات المنادية بضرورة استعادة وتفعيل مفهوم المواطنة الحقة، وذلك كنوع من التأكيد لفكرة هابرماس عن المجال العام، حيث يتطلب ذلك مساهمة وسائل الإعلام في تفعيل المجال العام بغية تشكيل رأي عام حر يشارك في صياغته مواطنون أحرار، بعيدا عن كافة أشكال التعسف والقهر السياسي والإعلامي.

إن صحافة المجتمع المدني [...] لا يقتصر دورها على تقديم الأخبار والمعلومات إلى المواطنين، بل تساعدهم على أداء دورهم كمواطنين وتدفعهم للمشاركة في إنتاج الخطاب الإعلامي، أي أنه إعلام لا يسمح للمواطنين بالبقاء كمتفرجين أو متلقين سلبيين للأخبار والمعلومات والآراء بل يجب أن يكونوا مشاركين. في الوقت ذاته فإن وسائل الإعلام ألا تكتفي بنقل الأخبار ورصد المشكلات بل بالتفاعل معها لخدمة المجتمع السياسي وتفعيل الديمقراطية، وعليها أن تتحاز لأغلبية المواطنين، ولا تكتفي بدور الناقل أو المتفرج، مما يحقق نوعاً جديداً من التشاركية بين المواطنين ووسائل الإعلام وبينهما وبين المجتمع السياسي. (شومان، 2012، صفحة 08)

لقد عرفت صحافة المجتمع المدني انتشاراً واسعاً في الولايات المتحدة الأمريكية في الفترة ما بين عامي (1994 - 2001) وكذا المراحل التي تلتها، أين برزت أشكال متنوعة من صحافة المجتمع المدني خاصة بعد انتشار مواقع الانترنت والمدونات والإذاعات الرقمية، الأمر الذي ساهم بشكل كبير في تغيير المفاهيم التقليدية الخاصة بطريقة عمل وآراء وسائل الإعلام والتي أصبح من الضروري أن لا يقتصر دورها على تقديم الأخبار وإنما إتاحة فهمها ومناقشة تفاصيلها للناس، إلى جانب إعطاء الفرصة لبعض المواطنين في تغطية بعض الأحداث وكتابة القصص الإخبارية، العمل داخل قاعة التحرير أو غرف الأخبار عبر المحطات الإذاعية، والملاحظ أيضاً خلال هذه المرحلة تزايد نسبة مشاركة المواطنين وإسهاماتهم عبر المواقع الإخبارية والمدونات وبداية اعتماد وسائل الإعلام عليها خاصة الصحف.

« ومع انتشار استخدامات الانترنت وظهور وسائل الإعلام الجديد كان من الطبيعي أن تتطور تجارب وممارسات صحافة المجتمع المدني في الولايات المتحدة الأمريكية وكندا وبعض الدول الأوروبية وتدخل في سياق صحافة المواطن، وقد ربط كثير من الباحثين بين صحافة المجتمع المدني وصحافة المواطن واعتبروا أن الأخيرة امتداد طبيعي تاريخي وفكري وسياسي للأولى». (شومان، 2012، صفحة 09)

« وقد صنّف الباحث "جيه دي لاسيكا" المحتوى الذي ينتجه المواطنون الصحفيون في ظل الصحافة المجتمع المدني إلى ستة فئات هي:

- المواقع الإخبارية والمعلوماتية المستقلة.
- المواقع الإخبارية ذات المعالجة الناضجة.
- المواقع الإعلامية التي يشترك أو يتطوع أصحابها في إنتاج محتواها.

- الأنواع المختلفة من الإعلام الارتجالي مثل المجموعات البريدية والنشرات الإخبارية.
- المواقع الإذاعية الشخصية «.(شومان، 2012، صفحة 09)

المدخل الثالث:

يربط هذه المدخل بين إعلام المواطن وبين مجتمع الشبكات في عصر المعلومات بحسب الأطروحة الشهيرة لعالم الاجتماع الإسباني "مانويل كاستيل" والذي يرى أن الشبكة هي البنية الاجتماعية الجديدة لعصر المعلومات، عصر المجتمع الشبكي المكون من شبكات الإنتاج والقوة والتجربة، حيث تقوم هذه الشبكات بدورها في بناء ثقافة افتراضية في إطار التدفقات المعولمة، متجاوزة بذلك مفهومي الزمان والمكان [...] واهتم كاستيل بالإعلام في إطار المجتمع الشبكي، حيث تحدث عن المواطن الرقمي «digital citizen»، الذي يقاوم إعلام المؤسسات الكبرى، وتسمح له تكنولوجيا الاتصال والانترنت بممارسة الإعلام الشخصي «self mass communication»، الذي ينقل سلطة الاتصال من مؤسسات الأخبار الكبرى (المؤسسات الإعلامية) إلى المواطن بشكل موحد وعبر العالم.(شومان، 2012، الصفحات 09-10)

« فالشعور بالمحلية يتزايد وفي الوقت نفسه يتداخل مع العالمية، ونتيجة لذلك فإن الحدود بين المجتمعات المحلية والافتراضية والعالمية تصبح غير واضحة بشكل متزايد، ومن هنا تحدث "كاستيل" عن مواطن الشبكة، وخلص إلى أن إعلام المواطن يعيد هندسة المعلوماتية في شبكة المجتمع ومن ثم إعادة تشكيل السلطة وتوزيعها». (شومان، 2012، صفحة 10)

○ نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية لدراسة صحافة المواطن:

« تعد نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية إحدى النظريات البارزة للمساعدة على تفسير العلاقة بين وسائل الاتصال ومتغيرات الأداء، فهي من أكثر النظريات تداولاً عند تناول العلاقة التفاعلية بين الجمهور ووسائل الاتصال الجماهيرية، حيث تركز على المبادرة الإعلامية بدلا من الرسالة الإعلامية كنقطة بداية لها وعلى الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم بالاتصال والجمهور المستقبل للرسالة». (المعطي، 2015، صفحة 123)

« وتستخدم هذه النظرية لدراسة معايير الاختيار بين الوسائل الإعلامية والتكنولوجية وفقا لدرجة ثرائها المعلوماتي، وتوضيح أن فعالية الاتصال تعتمد على القدر الذي تستخدم به الوسيلة... وطبقا لنظرية ثراء وسائل الإعلام فإن الوسائل الإعلامية التي توفر رجوع صدى تكون أكثر ثراء، فكلما قل

الغموض كلما كان الاتصال الفعال أكثر حدوثاً، فترى المعلومات هو العملية التي تقوم فيها المعلومات بتخفيض درجة الغموض وإيجاد مساحة من المعاني المشتركة باستخدام وسيلة اتصالية معينة». (عبد الحميد، 2015، الصفحات 86-87)

« وتفترض النظرية أن الجمهور هو الذي يشعر ويدرك حاجاته، ومن هذا المنطلق يلجأ إلى استخدام وسائل الإعلام التي تحقق هذه الرغبات وتشبعها، كما تفترض النظرية أيضاً أن وسائل الإعلام لديها القدرة على حل الغموض الذي يواجه الجمهور من خلال تقديم تفسيرات متنوعة تيسر عملية الفهم على المتلقين» (المعطي، 2015، صفحة 126)

وتقوم نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية على فرضين أساسيين هما:

الفرض الأول: إن الوسائل الإعلامية والتكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من البيانات والمعلومات بالإضافة إلى تنوع المضمون المقدم من خلالها وبالتالي تستطيع هذه الوسائل التغلب على الغموض والشك الذي ينتاب الكثير من الأفراد عند التعرض لها.

الفرض الثاني: هناك أربعة معايير أساسية لترتيب ثراء الوسيلة الإعلامية مرتبة من الأعلى إلى الأقل من حيث درجة الثراء الإعلامي وهي: سرعة رد الفعل، قدرتها على نقل الإشارات المختلفة باستخدام تقنيات تكنولوجية حديثة مثل الوسائط المتعددة، التركيز الشخصي على الوسيلة، واستخدام اللغة الطبيعية. (عبد الحميد، 2015، الصفحات 86-87)

« وإلى جانب الفروض المذكورة التي تقوم عليها نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية فإنها أيضاً تركز على مصطلحين رئيسيين هما:

1- الثراء Richness: يقصد بالثراء هو قدرة الوسيلة الاتصالية على تحقيق التفاعل الفوري والمباشر مع الجمهور» (حفيظي، 2012، صفحة 32). وبمعنى آخر فإن مفهوم الثراء يشير إلى قدرة وفعالية الاتصال على توصيل المعنى المتضمن في الرسالة.

2- عدم التأكد uncertainty والغموض Ambiguity: «يعبر عدم التأكد عن حالة نقص المعلومات، أما الغموض فهو ازدواجية المعنى التي تسببها التفسيرات المختلفة والمتصارعة إزاء مواقف بعينها أو البيئة المحيطة بها وهو يختلف عن عدم التأكد، إذ أن الأخير يحدث في حالة معرفة الأفراد للجوانب

المفقودة والتي هي بحاجة إلى توضيح، أما الغموض فتسودها حالة من التشويش ولا يكون لدى الأفراد معرفة أصلا بالمعلومات التي يجب أن يحصلوا عليها». (المعطي، 2015، صفحة 125)

إن التطورات التكنولوجية والتقنية المتسارعة وبروز أشكال عديدة من وسائل الاتصال الحديثة التي لم تكن متوفرة إبان وضع نظرية الثراء، ومساهمتها الفاعلة في إحداث تغييرات جذرية في البناء الهيكلي لعملية الاتصال وبالتالي تجاوز النموذج التقليدي للإعلام وطرح نموذج جديد يكون الجمهور طرفا فاعلا فيه ومساهما في بناء المحتوى الإعلامي دفع الباحثين لمحاولة البحث عن معايير إضافية الاستيعاب ثراء الوسيلة الإعلامية وذلك من منطلق يتجاوز مجرد إزالة عدم التأكد والغموض، ومن جملة المعايير التي تم إضافتها:

- **التوجه المتعدد «multiple addressability»**: ويعني قدرة الوسيلة على نقل المعلومات بشكل متزامن، كما يعني تمتع الوسيلة بإمكانية استهداف عدة أشخاص.

- **التسجيل الخارجي «Externally recordable»**: ويعني توفير إمكانية تسجيل العملية الاتصالية وإمكانية أرشفة المعلومات والرسائل.

- **ذاكرة حاسوبية معالجة «computer processable memory»**: وتعني القدرة على استخدام السمات الالكترونية مثل أدوات البحث في المعلومات المخزنة والتحليل في عملية الاتصال وتنظيم وإدارة الاتصال الالكتروني.

- **التزامن «concurrency»**: والمراد بها إمكانية التفاعل مع أكثر من مستخدم في آن واحد، وهو يختلف عن التوجه المتعدد كونه يتجاوز مجرد نقل المعلومة من مصدر لأكثر من شخص في صورة متزامنة إلى القيام بذلك بشكل فوري وتفاعلي. (المعطي، 2015، الصفحات 131-132)

○ معايير الثراء الإعلامي في صحافة المواطن:

تحوز شبكة الانترنت كدعامة مادية ومنصة أساسية تتم عبرها مجمل ممارسات صحافة المواطن على الكثير من عوامل ومعايير الثراء الإعلامي كالفورية، التفاعلية وتعدد أشكال الممارسات الإعلامية التي تضمن وصول الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فالمتمأمل لمعايير الثراء الإعلامي التي بنيت على أساسها النظرية وحاول عديد الباحثين لاحقا تطويرها من خلال إضافة معايير جديدة تلائم الأشكال الكثيرة التي تتيحها تكنولوجيا الاتصال، بما فيها صحافة المواطن نظرا لما تحوز عليه

هذه الأخيرة من سمات أبرزها التفاعلية وفورية رجع صدى وكذا طرح مختلف الأفكار والآراء والتوجهات والموضوعات ومناقشتها بشكل موسع يزيل كل أشكال الغموض وعدم التأكد، وإن كان ذلك يتم بدرجات متفاوتة حسب أنماط صحافة المواطن ودرجة الثراء التي تتيحها.

حيث يمكننا إسقاط معايير الثراء على صحافة المواطن على النحو الآتي:

1- الفورية: حيث يتوفر هذا المعيار عبر ممارسات صحافة المواطن من خلال تبادل التعليقات والرسائل بين المواطن الصحفي ومتابعيه سواء عبر صفحته الشخصية أو عبر الشبكات الإخبارية وغيرها، أين تتحول هذه الفضاءات إلى منابر الحوار والنقاش وتبادل الآراء بشكل موسع بين المستخدمين، إلى جانب الآنية في نقل الأحداث والسرعة الكبيرة في تداولها، إلا أن هذا المعيار يكون موجودا بدرجات متفاوتة في صحافة المواطن أين يبلغ أوجهه عبر شبكات التواصل الاجتماعي وغرف الدردشة في حين يكون محدود نسبيا عبر أشكال أخرى كالمدونات، الويكي وكذا المواقع الإخبارية التساهمية نظرا لغياب سمة التزامنية فيها. (المعطي، 2015، الصفحات 137-138)

2- التزامن: إن هذا المعيار يتوفر بشكل أكبر في صحافة المواطن ذات نمط الاتصال التزامني مثل غرف الدردشة « Chat rooms » والتي تضمن فورية الاتصال بعكس المدونات، المواقع التشاركية، قوائم البريد الإلكتروني والمنتديات والتي تعد ذات نمط اتصال لا تزامني وتتطلب ضرورة تواجد طرفي الاتصال لإتمام العملية الاتصالية، وهو ما يمنح الوقت الكافي لتنقيح وتعديل الرسالة وتوفير إمكانية الرجوع للمواد والمحتويات المنشورة في أي وقت.

3- اللغة الطبيعية: إن بساطة اللغة وسهولة الأساليب التحريرية المتبعة عبر صحافة المواطن هي من عوامل جماهيريتها الواسعة، حيث يمكن تحرير مضامينها بلغة عامية وبأسلوب نقاشي سهل الفهم.

4- تعدد الرموز: تتسم صحافة المواطن باستخدام الوسائط المتعددة والفائقة والتي تشمل الصور، الفيديوهات، النصوص، المؤثرات، الرسوم التعبيرية والكاريكاتيرية، وكذا الروابط المتشعبة والفائقة، حيث أن هذا التنوع في الرموز يقابله فهم واستيعاب أفضل للمضامين والرسائل، مما يجعل صحافة المواطن من أكثر الوسائل ثراء.

5- **التسجيل الخارجي:** «يعني توفير إمكانية أرشفة المعلومات والرسائل وتبادلها من شخص لآخر وكذلك القدرة على النسخ والطباعة والإرسال عبر البريد الإلكتروني كأحد أبعاد النزاهة الإعلامي المتوفر في كافة أشكال صحافة المواطن». (المعطي، 2015، صفحة 139)

6- **التركيز الشخصي:** ويعني القدرة على تطويع الوسيلة حسب رؤية واحتياجات المتلقي الخاصة، ومقدرتها على تحديد الحاجات الأساسية التي يريدها المستقبل من الاتصال، ويتضح ذلك من خلال مؤشرات فرعية تتوفر في صفحاته المواطن، مثل استخدام الروابط *hyper links* لتوفير المعلومات إلى فئات مختلفة من المستخدمين إلى جانب استخدام القوائم البريدية « *Email lists* » وكذلك استخدام أشكال مختلفة من رجوع الصدى الأتوماتيكي بين الكاتب والمستخدم خاصة لما تتوفر معلومات أكثر عن هوية كاتب الخبر وتعرض خبراته الشخصية وهو مالا يتوفر كثيرا في معظم أشكال صحافة المواطن. (المعطي، 2015، صفحة 139)

7- ذاكرة حاسوبية معالجة:

إن هذا المعيار مرتبط عموما بشبكة الانترنت وبشكل أكبر في صحافة المواطن، حيث يمكن الرجوع في أي وقت إلى أي مادة خبرية أو محتوى تم نشره، وتبرز هذه السمة عبر شبكات التواصل الاجتماعي من خلال خاصية "التايم لاين" « *time line* » على موقع الفيس بوك أين يتم ترتيب الأحداث والأخبار بشكل زمني يمكن العودة إليه في أي وقت، أما المدونات فيتم تصنيف التدوينات الأقدم موضوعيا وفقا لكلمات مفتاحية *tags*، في حين أن المواقع الإخبارية التساهمية توفر خدمة الأرشفة.

8- **التوجه المتعدد:** «يعني قدرة الوسيلة على نقل الرسالة لأكثر من مستخدم بشكل متزامن، كما يعني تمتع الوسيلة بإمكانية استهداف عدة أشخاص، وهو ما يرتبط بإمكانات نقل المعلومات وكثافة وتنوع الجمهور، ويتوفر ذلك في معظم أشكال صحافة المواطن بناء على مؤشرات فرعية تعبر عن مزايا هذا النوع الإعلامي مثل: سرعة انتشار المعلومات ووصولها لأكبر شريحة وفي أوسع مجتمع محلي ودولي وفي أسرع وقت، مما يخلق تآلف بين المستخدم لما توفره من سرعة في التحديث والتعديل والتجديد للمحتوى الإعلامي والمعلوماتي». (المعطي، 2015، الصفحات 139-140)

○ نظرية المجال العام لدراسة صحافة المواطن:

ظهرت نظرية المجال العام (public sphere theory) كنظرية اجتماعية وسياسية على يد "يورغان هبرماس" « Jurgen Habermas » في كتابه التحول البنيوي للمجال العام الذي كتب باللغة الألمانية عام 1962 وترجم إلى اللغة الإنجليزية عام 1989، ففي إطار التغييرات السياسية والاجتماعية الكبرى التي شهدتها أوروبا في القرن السابع عشر والثامن عشر والتاسع عشر بانجلترا وفرنسا وألمانيا ومع تطور الرأسمالية في أوروبا الغربية قام هبرماس ببناء النظرية البرجوازية المعروفة باسم المجال العام، معتمدا على بعض التصورات السياسية ودور المجتمع المدني المنتشر في جميع أنحاء العالم. (المهدي، 2019)

«وتشرح نظرية المجال العام نشأة تشكل الرأي العام وكذا حالة الرأي، والمجال العام الذي يتوسط مجال السلطة والحكومة، والمجال الخاص الذي قد يركز على الأسرة وشؤون الأفراد الخاصة، حيث أن هذا المجال العام نشأ في المجتمعات البرجوازية الأوروبية، وكانت تمارس فيه المناقشات حول السياسات الحكومية، وفي إطاره تتبلور اتجاهات الرأي العام». (المعطي، 2015، صفحة 142)

وتقوم نظرية المجال العام في بنيتها الجديدة على تطور وسائل الاتصال وظهور شبكة الانترنت، حيث برز على الساحة مجال عام جعل الأفراد يصلون بشكل مباشر لمنتهى عالمي يمكنهم من التغيير الجذري الحر، والمناقشة المفتوحة دون وساطة أو اختيار أو رقابة أوضح الباحث « Lincolen Dahlborg » أن آلاف المحادثات المتنوعة التي تجري عبر الانترنت يوميا والمتاحة وكل فرد يمكنه الوصول إليها، تشير إلى توسيع النطاق العالمي الخطاب العقلاني عبر الشبكات المتحررة فيما يعرف بالمجال العام، كما أكد « Cones » عام 1997 أن الانترنت روح لمجال عام جديد سهل عملية التداول، والمناقشات، والتبادل الديمقراطي الأفكار والآراء، ووصفه بأنه فضاء افتراضي يحسن عملية الديمقراطية، ولا يختلف هذا عما طرحه هابرماس في توصيفه المجال العام. (المهدي، 2019)

لقد أصبح مصطلح المجال العام مفهوما مركزيا في مجال الدراسات الإعلامية في السنوات الأخيرة، إذ تشرح نظرية المجال العام كيف أن وسائل الإعلام نقلت النقاش من المجال العام إلى المجال الخاص الذي تتم فيه صناعة منتج إعلامي قادر على اختراق العقول... كما أكد فيها أن وسائل الإعلام الالكتروني تخلق حالة من الجدل بين الجمهور، كما تؤثر تأثيرا كبيرا في القضايا العامة وتؤثر على النخبة والنخبة الحاكمة والجمهور [...] فقد طور هابرماس مفهوم المجال العام كجزء من الحياة الاجتماعية حيث يستطيع المواطنون أن يتبادلوا الآراء بطرق تهم المجتمع كله وهو ما يؤدي

إلى تشكيل الرأي العام، حيث يظهر المجال العام للوجود عندما يتجمع الناس لكي يناقشوا القضايا الإعلامية والسياسية المشتركة. (الدليمي، الاعلام في ظل التطورات العالمية، 2016، صفحة 266)

« وتحاول النظرية أن تشرح الأسس الاجتماعية للديمقراطية من خلال النظر إلى المنظمات المحددة الهوية والقائمة على أسس اجتماعية وثقافية مشتركة داخل المجتمع المدني، كمنظمات قادرة على تطوير خطاب نقدي فعال يستطيع التقريب بين وجهات النظر المتعارضة». (الدليمي، الاعلام في ظل التطورات العالمية، 2016)

وقد وضع الباحثين عديد التعريفات لضبط مفهوم المجال العام يأتي في مقدمتهم "يورغان هيرماس" والذي يعرف المجال العام على أنه: "أولا وقبل كل شيء حيز من حياتنا الاجتماعية، والذي يمكن أن يتشكل فيه شيء يقترب من الرأي العام، وتكون إمكانية الوصول إليه مكفولة لجميع المواطنين، حيث يدور جزء من المجال العام في كل محادثة يجتمع فيها أفراد عاديون لتشكيل هيئة عامة. (Lunt & Livingstone, 2013, p. 01) (ترجمة شخصية)

كما يعرف المجال العام بأنه "المكان الذي يمارس فيه الأفراد استخدامات مستقلة، بغض النظر عن دواعي ذلك ودون أن يتعرضوا للتهديد من السلطة" [...] فالمجال العام يبدو وكأنه رأي يعارض السلطة بشكل مباشر من طرف تجمع جدلي. (Zaganianis, 2012, p. 97) (ترجمة شخصية)

فالمجال العام هو الفضاء الاجتماعي الذي يعرف تبادلات عقلانية ونقدية بين الذات (الفردية والجماعية) التي تسعى إلى بلوغ حالة التوافق حول القضايا التي تتصل بالممارسة الديمقراطية [...] كما يقصد به الأماكن التي تجتمع فيها الجماعات والأفراد المستقلون بوصفهم جمهورا لتناقشوا حول الشؤون المشتركة والقوانين والقيم، بغرض السعي لصياغة السياسات والحلول والتحديات التي تواجه المجتمع كله. (فرج، 2017، صفحة 74)

ويرى الصادق لحمامي أن « المجال العام مرتبط بالديمقراطية باعتبارها نظاما مخصوصا لإدارة المجتمع يقوم على النقاش العام كوسيلة التشريع، وبالتالي يتحول الاتصال والإعلام إلى مورد أساسي للديمقراطية باعتبارها إدارة الجماعة لذاتها عبر النقاش». (لحمامي، الميديا الجديدة والمجال العمومي، 2011، صفحة 16) « وبتعبير أكثر ببساطة فإن المجال العام (الفضاء العام) هو مجموعة من الأفراد الذين يجتمعون لمناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك». (Lits, 2014, p. 77) (ترجمة شخصية)

○ فروض نظرية المجال العام:

تسمى نظرية المجال العام إلى إتاحة ساحة سياسية تحترم حقوق الأفراد وتزيد من قوة المجتمع لكون الاتصال الذي يحدث في المجال العام يخلو من الإكراه المؤسسي، كما أن الحوار في المجال العام يؤسس لخطاب ديمقراطي[...] وتفترض النظرية بوجود أربع سمات رئيسية تميز الاتصال عبر المجال العام وهي:

- القدرة على الوصول إلى دائرة الاتصال.
- الحرية التي يتمتع بها الأفراد في الاتصال داخل هذه الدائرة.
- بنية المناقشة.
- طرح خطاب مبرر بأدلة إقناعية.(المعطي، 2015، الصفحات 144-145)
- « كما أشار هابرماس إلى أن نجاح المجال العام يعتمد على مجموعة من المؤشرات تتمثل في:
 - 1- مدى الوصول والانتشار.
 - 2- درجة الحكم الذاتي (المواطنون يجب أن يكونوا أحراراً، يتخلصون من السيطرة والهيمنة والإجبار).
 - 3- رفض الاستراتيجية (المساواة من حيث المشاركة بين الأفراد).
 - 4- الفهم والثقة والوضوح في المضمون الإعلامي.
 - 5- وجود سياق اجتماعي ملائم.
 - 6- الثقة والوضوح والصدق في المضمون الإعلامي». (المهدي، 2019)

○ الفضاء العام الإلكتروني:

لقد عرف مفهوم المجال العام نقاشات على نطاق واسع، حيث لا بد من الاعتراف بأن هبرماس نفسه إعادة النظر في مقدمة طبعة كتابه سنة 1990، حيث ابتعد عن مفهوم التكاملية النابعة من تراثه الفكري الهيجلي وكذا وهم آلية تشكل الوعي السياسي بمجرد دخول المجال العام، حيث أدرك أهمية دور وسائل الإعلام في مجتمعات ما بعد الحداثة. (Lits, 2014, p. 79) (ترجمة شخصية)

ففي ظل التطورات التكنولوجية التي شهدتها القرن الحالي أصبح المجال الافتراضي يؤدي دوراً حاسماً في الأنشطة الاجتماعية، حيث أدى نمو شبكة الانترنت وتوسيعها إلى تيسير انتشار المعلومات إلى الحد الذي تطورت فيه المدونات ومواقع الشبكات الاجتماعية إلى وسائط الاتصال اليومية، حيث تؤدي أدواراً محورية في التفاعلات الاجتماعية من خلال تعزيز أنماط التواصل والتفاعلات بين

المستخدمين في البيئات الافتراضية، ونظرا لهذا الاتجاه المتزايد أصبحت شركة الانترنت تشمل الأنشطة الاجتماعية والثقافية والسياسية للمستخدمين، فهي توفر منبر لتبادل الأفكار ووجهات النظر مع طائفة واسعة من المواطنين، حيث حققت عوامل الجذب الفريدة لهذه الشبكات قبولا لم يسبق له مثيل من جانب الجمهور لاستعمالها في تحقيق أهداف وغايات متنوعة. (Karimi, 2018, p. 20431).

وفي هذا السياق قد "Friedland" وآخرون رؤية أخرى لآراء وأفكار "هابرماس" حول المجال العام، ولكن من منطلق وسائل الإعلام الجديدة والتي تركز على فكرة وتطبيقات المجال العام الجديد ذي الموصفات الأكثر مرونة وتفاعلية المتأسس على الشبكات « Networked public Sphere »، حيث أصبحت الشبكات تلعب دورا في ربط المجالات الخاصة للأفراد بمجالات عامة متعددة، كما أنها تلعب دورا مؤثرا وحيويا في تشكيل وبلورة الرأي العام، متغلبة على قيود المجال العام التقليدي الذي لم يكن منفتحا بصورة كافية لمشاركات الجميع نتيجة قيود متعلقة بالتمويل والرقابة لوسائل الإعلام. (المعطي، 2015، صفحة 149)

○ صحافة المواطن والمجال العام:

لقد أفرزت صحافة المواطن فضاءات ومنابر إعلامية بديلة تتيح المشاركة والتفاعل غير مسبوق، بين فئات وشرائح مجتمعية واسعة تهتم بقضايا الشأن العام، كما وفرت للعديد من الفئات المهمشة إمكانية إسماع صوتها عكس المجال العام التقليدي الذي تسيطر عليه غالبا وبشكل شبه كامل الأنظمة السياسية، وفي هذا السياق تلعب صحافة المواطن دورا أساسيا باعتبارها نمطا إعلاميا مستجدا أفرز أشكالا متعددة من الممارسات التي أثرت المجال العام الافتراضي وجعلته أكثر مرونة وثراء وتفاعلية، رغم تعالي بعض الأصوات المنادية والمتخوفة بشكل واضح من تأثيرات المجال العام الجديد القائم على الانترنت، حيث حذر بعض الباحثين من سيطرة الشركات الرأسمالية على الفضاء الإلكتروني من خلال مواقعها الإخبارية وبواباتها الضخمة ومؤسساتها الإعلامية الكبرى التي تحتكر المضمون، وهو ما يحد من قدرة الأفراد على إنتاج خطاب عقلائي يؤسس ويشكل المجال العام إلى جانب سيطرة الشركات الخاصة على المضامين المقدمة عبر تحكمها في البرامج والإدارة.

« في حين يطرح باحثين آخرين تصورا مختلفا للمجال العام الافتراضي فحسبهم وبغض النظر عن طبيعة الحامل فإن التصورات الجماعية التي تسنده لا تتطور من المعلوم الى المجهول، بمعنى أنها لا تسعى للوصول إلى تصور لم يكن حاضرا في الوعي قبل أن تتجلى كل إمكانات الوسيلة أو

الحامل في الواقع، بل على العكس من ذلك فالتصورات الجماعية تنتقل من المعلوم إلى المعلوم فهي لا تتغير بتغير الحوامل». (رابح، فضاءات رقمية، 2013، صفحة 239) وهو ما يتجلى في الخطابات الحالية للمدونات وفضاءات الشبكات الاجتماعية وغيرها من الأشكال التي توفرها صحافة المواطن والتي يمكن أن تعلي من شأن النموذج الديمقراطي المرتجى.

وبالتالي تكون بداية عهد جديد للديمقراطية والمشاركة التفاعلية حيث يرى « Dilip » أن صحافة المواطن نشطت المجال العام من خلال دعم التفاعلية حين لبت احتياجات أفراد متنوعين لوسائل تعبيرية مستقلة، وعبرت عن اتساع قاعدة الناشطين والفاعلين وبيست أمام قطاعات أكبر وأكبر من الجمهور الانخراط في مناقشة قضايا وأحداث الشأن العام انطلاقا من كونها قد وسعت من نطاق مجالات التعبير أمام قطاعات جماهيرية أوسع، كما أنها تمنح فرصا متساوية في التواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع. (المعطي، 2015، صفحة 151)

○ الاختلافات الأساسية بين صحافة المواطن والصحافة المهنية:

إن الاختلافات الأساسية بين صحافة المواطن والصحافة المهنية تحيلنا على نوعين من وجهات النظر حسب رؤية الباحثين في هذا السياق، فإما أن نقر بأن صحافة المواطن لا يمكن أن تكون بديلا كاملا للصحافة المهنية، أو أن نكون متفائلين بشأن المحتوى الذي يقدمه المواطنون الصحفيين وتعتبره جزءا جديدا ومهما من مضمون وسائل الإعلام التقليدية وبالتالي يتوجب علينا قبوله كنمط مستجد لتقديم المعلومات يختلف عن النموذج التقليدي لتقديم الأخبار، حيث يصف "كريستوفر ستارلينغ" «Christopher. H. sterling» الاختلافات الرئيسية بين الصحافة التقليدية وصحافة المواطن في موسوعته الإعلامية ويذكر فيها بأن تناول هذه الاختلافات ليس بالأمر السهل نظرا لأن صحافة المواطن لا تزال بطبيعتها في مرحلة النشوء والتكوين، وهو ما يجعل من الصعب وضع حدود فاصلة مبنية على نماذج محددة. (Mirvajova, 2014, p. 153) (ترجمة شخصية)

وطبقا للخصائص الرئيسية التي حددها "ستارلينغ" والتي تتمتع بها صحافة المواطن، يمكننا في هذا السياق إدراج خمسة اختلافات جوهرية بين صحافة المواطن والصحافة المهنية والمتمثلة في: (Mirvajova, 2014, p. 153) (ترجمة شخصية)

1- من حيث المصدر:

فالصحافة التقليدية تكتسب أولاً مصادرها الأساسية سواء من خلال إجراء المقابلات وتحصيل الوثائق ومن ثم تعمل على جمعها وتحليلها، في حين أن الأشكال الجديدة من صحافة المواطن القائمة على المساهمة (المحتوى التساهمي) على غرار موقع « Assignment Zero » تعتمد بشكل أكبر على الحشد بجمع المصادر وتحليلها وتوظيفها تم توزيعها، وعموماً فإن صحافة المواطن أكثر أصالة من الصحافة التقليدية، فالمواطنون الصحفيون يعتمدون على خبرتهم الخاصة، مشاكلهم وكذا علاقاتهم الخاصة حيال موضوع ما، وهو ما يمكنهم من أن يكونوا مصدراً مثالياً للخبر، فهم ليسوا مراسلين ولا يتعاملون مع الواقع بشكل مهني تماماً بل بطريقة إنسانية وهو ما يمكن أن يجعل القصة الإخبارية أفضل وأيسر للفهم. (Mirvajova, 2014, p. 153) (ترجمة شخصية)

2- من حيث الحدود الفاصلة بين الحقائق والآراء:

كان الفصل بين الحقائق والآراء معياراً صارماً وقاعدة ذهبية لكل صحفي مهني، لكن مع تغير طبيعة مهنة الصحافة لم تعد هذه الحدود صارمة كما كانت سابقاً، لكن لازلنا نستطيع تقسيم المقالات إلى أخبار وآراء ولا يزال رأي المؤلف أو كاتب المقال منفصلاً عن الحقائق في الصحافة التقليدية سيما في صحافة الصقوة. (Mirvajova, 2014, p. 153)

إلا أن هذا المعيار لا ينطبق على صحافة المواطن والتي تتداخل فيها بشكل كبير الحدود بين الآراء الشخصية وبين الأخبار، خاصة في بعض الأنماط مثل المدونات التي يغلب عليها الآراء والتوجهات الخاصة الأمر الذي ينقص من مدى موضوعية محتوياتها.

3- من حيث الجمهور:

يتم إنشاء المحتوى الإعلامي المهني للجمهور من أجل جمهور كبير نسبياً، أما في ظل صحافة المواطن فتتباين أعداد المتلقي للمضامين التي يكتبها الهواة، حيث يمكن قراءة المدونات من قبل عدد قليل من المستخدمين في حين تلقي بعض مقاطع الفيديو الإخبارية على اليوتيوب ملايين المشاهدات، فحجم الجمهور في الفضاء الافتراضي يتغير بتغير دعامة النشر، نوع المحتوى ومدى أصالته وأهميته، والملاحظ أن المحتويات التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي ويتم فيها التركيز على البعد الاجتماعي عادة ما تكون ذات جاذبية أكبر للجمهور.

4- من حيث الموقف من الحقائق:

ينبغي أن يحترم الصحفي المهني القوانين وأخلاقيات مهنة الصحافة وقواعدها الداخلية ومبادئها الأساسية، وهذه القواعد لا تنطبق على الصحفيين الهواة، فالتأكد من المعلومات والبحث عن أكثر من مصدر لتأكيد الحقائق هو أحد المبادئ الأساسية كتابة الأخبار، فالدقة وضرورة تبيان كل الأطراف المذكورة في القصة الخبرية ليس المعتاد في صحافة المواطن، وهو ما يمكن أن يؤدي إلى نشر الأخبار الكاذبة وتشويه الحقائق أو الإساءة لسمعة شخص ما. (Mirvajova, 2014, p. 154) (ترجمة شخصية)

ويمكننا في هذا السياق ذكر أمثلة واقعية عن التجاوزات التي يمكن أن يقع فيها المواطنين الصحفيين، فخلال كارثة إعصار "ساندي" الذي ضرب الولايات المتحدة الأمريكية سنة 2012، اعتمدت وسائل الإعلام الأمريكية على التغطيات التي قام بها المواطنين؛ نظرا لصعوبة وصول المراسلين للمناطق المتضررة وتغطية الأحداث فيها، حيث قامت صحافة المواطن بتقديم معلومات مغلوبة ومضللة أدت إلى انتشار شائعات خطيرة ومدمرة، أين تم تداول معلومات عبر التويتر مفادها أن المياه غمرت بورصة نيويورك بالكامل ووصل منسوب الماء إلى أكثر من ثلاثة أقدام، وقد تداولت الصحافة المهنية هذه المعلومات دون غرلة أو تدقيق في مصادرها، حيث ذكر المواطن الصحفي "تايلر ماهوني" أن المعلومات المذكورة غير صحيحة ونصح المواطنين بضرورة تحري الدقة في نشر المعلومات.

5 - الاستقلالية:

تتسم صحافة المواطن بالاستقلالية حيث يعتبرها البعض بديلا للصحافة التقليدية تعتمد على جلب الأخبار بشكل مستقل، كما أن المواطنين الصحفيين ينشرون مقالاتهم أو صورهم أو مقاطع الفيديو الخاصة بهم على المدونات، أو عبر الشبكات الاجتماعية فهم ليسوا موظفين في مؤسسات إعلامية ولا يتعين عليهم نشر المحتوى المطلوب، لكن من ناحية أخرى هناك اهتمام كبير بصحافة المواطن من طرف الشركات الكبرى مثل "ياهو" و"غوغل"، فالإقتصاد السياسي لصحافة المواطن بدأ يشهد تغلغلا مطردا مع اتساع نطاق التجارة والعائدات الإعلانية، فالمحتوى الذي ينشره المواطنون الصحفيون بات بالإمكان نشره عبر وسائل الإعلام التقليدية. (Mirvajova, 2014, p. 155) (ترجمة شخصية)

○ واقع ممارسة صحافة المواطن في الجزائر والوطن العربي:

في الوقت الذي يستمر فيه تطور تكنولوجيا المعلومات وازدياد كثافة التدفق المعلوماتي وتعدد النظم الاجتماعية والسياسية والاقتصادية في العالم، وفي ظل توافر الوسائط الإعلامية الحديثة في الوطن العربي وازدياد الاهتمام بها لم تكن البلدان العربية لمنأى عن التغييرات والممارسات الجديدة للإنترنت رغم النسبة الضئيلة من الأفراد المستعملين لتكنولوجيا الاتصال، فتخلف هذه البلدان سياسياً وانغلاقها إعلامياً جعل تلك النسبة من الأفراد الذين أتيحت لهم هذه الوسائل يثورون من خلال إنتاج المضامين السياسية، ونشرها لكسر الاحتكار الذي تمارسه حكوماتهم ومؤسساتهم الإعلامية. (المعطي، 2015، صفحة 93)

• العراق:

فقد عرفت صحافة المواطن في الوطن العربي ذروة نشاطها خلال فترة ثورات الربيع العربي وإن كان لها بعض الامتدادات التاريخية قبل ذلك على غرار الحرب على العراق سنة 2003 والتي انتشرت خلالها المدونات واتسعت حركة التدوين بشكل كبير.

أما النموذج الأكثر شهرة في هذا السياق فهو موقع سلام باكس «*Salam pax*» العراقي الذي كان أحد المدونين الشباب يسرد فيه عن مشاهد الحرب وتفاصيل حياته الأسرية والاجتماعية، وحتى خصوصياته، كما كان ينقل مناحي الحياة اليومية في بغداد المحتلة، وذلك تحت اسم *where read*، وقد أثارت مدونة "سلام باكس" وشخصية كاتبها فضول واهتمام وسائل الإعلام الدولية التي كرست لهذا الشاب الظاهرة عدداً مهماً من المقالات، ليصدر لاحقاً كتاب بعنوان سلام باكس: اليومية السرية لعراقي عادي، وأصبحت موضوعاته اليومية من بغداد أحد مصادر الأخبار في الصحافة الغربية، وخصصت له صحيفة "الغارديان" زاوية يكتب فيها مقالا دورياً. (صانق، 2008، 139)

• تونس:

أما في تونس فلم تكن المعلومة متيسرة للتونسيين على امتداد سنوات إلا من خلال قنوات الإعلام الرسمية التي كانت بارعة فقط في تمجيد نظام الرئيس السابق وطمس الحقائق وتلفيق الأخبار بما يخدم النظام السياسي القائم آنذاك؛ هذه الأرضية جعلت الشباب التونسي يبحث عن فضاءات إعلامية أخرى متحررة من قيود السلطة الحاكمة، تنقل الحقيقة كما هي بدون تزييف، وهو ما جعله

يشكل من خلال موقع الفاييس بوك فضاء إعلاميا موازيا للفضاء الإعلامي التقليدي، متحررا بذلك من الحجب والتعتيم. (السنوسي، 2016، صفحة 106)

إن حالة التعتيم الإعلامي والتضييق الفكري في تونس ما قبل 2011 دفعت الشباب الناشط والواعي إلى خلق مجال عام بديل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وكذلك من خلال المدونات... فقد انطلقت أولا الاحتجاجات الافتراضية من المدونات والمجموعات المناهضة للحجب 404 الالكترونية، وقد أخذت المدونات عدة تسميات مثل: "نهار على عمار" و"صفحة للدعاء على عمار ليلا نهارا"، ثم تلتها صفحات مثل "سيب صالح يا عمار"، وعمار هنا هو إحالة لعملية الحجب الحكومية، أو ما يعرف بالرقيب عمار[...] لا بد أن نؤكد أنه رغم كل التضييقات التي فرضت من قبل السلطات التونسية أواخر سنة 2010، فقد نشطت عديد المواقع الاجتماعية مثل صفحة "أخبار تونس"، وكذلك صفحة "يوميات الأحداث في سيدي بوزيد" و"أحرار تونس" و"ابتسم أنت لست من سيدي بوزيد" وغيرها، وقد تحولت كل هذه الصفحات إلى وكالات أنباء حقيقية تورد تقاريرها بالصوت والصورة اعتمادا على الأجهزة التكنولوجية ووسائلها، من تناقل الوقائع والأحداث زمن اندلاع الثورة. (السنوسي، 2016، الصفحات 107 - 109)

لقد لعبت شبكات التواصل الاجتماعي في تونس دورا محوريا في تغطية أحداث الحوض المنجمي سنة، وحركت الشارع التونسي بشكل قوي ليثور على الفساد وعلى سياسة القمع والترهيب التي مارسها السلطات الأمنية لإخماد الثورة، كما كانت المنصات الاجتماعية الناقل الحصري لفيديو محمد البوعزيزي الذي أحرق نفسه أمام بلدية سيدي بوزيد تنديدا بالظلم والقهر الذي تعرض له بعد مصادرة عربته وإهانته من طرف أعوان الأمن، هذه الصورة البائسة التي تعكس الأوضاع الاقتصادية المزرية في منطقة سيدي بوزيد، وفي تونس بشكل عام وثقتها الفيديوهات والصور التي تم تداولها عبر الشبكات الاجتماعية خاصة موقع "فايس بوك"، وتحولت لاحقا إلى شرارة أشعلت فتيل ثورة الياسمين، كما يطلق عليها والتي أطاحت بنظام الرئيس السابق بن علي، كما تحولت المضامين التي ينشرها المواطنون إلى مادة خيرية أساسية اعتمدها وسائل الإعلام العالمية على غرار قناة فرنسا24.

• مصر:

وفي السياق ذاته لعبت الانترنت دورا كبيرا في تنظيم الثورة المصرية التي حققت نجاحها في الانتقال من السياق الافتراضي إلى الواقعي، حيث ساهمت في تعبئة الحشد الكبير الذي حقق مطالب الثورة وحولها إلى ثورة شعبية، فقد لعبت شبكات التواصل الاجتماعي دورا رئيسيا في الإعداد لتلك

الثورة، فالشباب وظفوا الفايس بوك وتويتر للتنسيق بين الحركات والقوى السياسية، فكانت عمليات الاتصال تتم بين شباب الثورة ومختلف فئات الشعب داخل وخارج البلاد عبر تلك المواقع، فقد بدأت الدعوة ليوم الغضب في مصر على صفحة "كلنا خالد سعيد" على الفايس بوك، حيث نجحت في تحويل الغضب الافتراضي إلى غضب واقعي. (احمد، 2015، الصفحات 95-96)

ويرى الباحثون أن التحول الدرامي في توظيف المواقع الاجتماعية والمجموعات النقاشية توظيفا سياسيا جادا قد بدأ عام 2010 عندما استغل النشطاء السياسيون حادثة مقتل الشاب "خالد سعيد" على أيدي قوات الأمن المصرية في إشعال غضب المصريين تجاه نظام مبارك [...] وقد نجحت المجموعة النقاشية نجاحا كبيرا أثناء الثورة في توظيف أشكال متنوعة من النصوص المرئية لإثارة حالة النقاش السياسي الافتراضي بين المستخدمين، والتي تضمنت صور الشهداء ومصابي الثورة، وقد لوحظ تكرار تلك الصور لتحفيز وإيصال حالة النقاش السياسي إلى الذروة، وخلق مجال عام سياسي افتراضي، وقد جذبت المجموعة منذ انطلاقتها 500 ألف مشترك، حتى وصل عدد مستخدميها حتى الآن حوالي أكثر من ثلاثة ملايين مستخدم، معظمهم من الشباب. (السنوسي، 2016، الصفحات 114 - 115)

كما تعد الشبكات الإخبارية وهي عبارة عن صفحات تنشط عبر شبكات التواصل الاجتماعي من أبرز الظواهر المعبرة عن صحافة المواطن في الوطن العربي، حيث تنشط هذه الشبكات عبر موقع الفايس بوك بوجه خاص، وتعمل على تزويد الجمهور بالأحداث والأخبار بصفة آنية عن طريق المواطنين الصحفيين، كما أن المشرفين على هذه الشبكات ليسوا مهنيين بالضرورة بل ناشطين وهواة.

وتعد شبكة "رصد الإخبارية المصرية" « RNN » من أبرز التجارب المعبرة عن ظاهرة صحافة المواطن [...]، وهي شبكة إخبارية تقوم على صحافة المواطنين تدمج الصحافة بالشبكات الاجتماعية مثل "تويتر" و"فايس بوك"، فقد قام المواطن الصحفي عبد الله الفخراني وأصدقاؤه بإنشاء شبكة من مئة صحفي متطوع على موقع "الفايس بوك"، إذ قام الناشطون الميدانيون بمد الناشطين الإلكترونيين بالأخبار الميدانية من الساحات والشوارع لحظة بلحظة، إضافة إلى قيام الناشطين بوضع مئات الصور الملتقطة بعدسات هواتفهم النقالة وكاميراتهم وتحميل فيديوهات وكتابة مقالات إخبارية قصيرة على شريط تحديث الحالة في "فايس بوك" [...] وهو ما أعطى الشبكة بعدا آخر يتجاوز الأخبار المكتوبة. (المعطي، 2015، صفحة 90)

• سوريا:

« وفي سوريا تعد شبكة شام الإخبارية السورية (S.N.N) التي أسست في فبراير 2011 في دمشق، المصدر الأساسي لمعظم الفيديوهات والصور التي تبثها الفضائيات العربية والعالمية في تغطية الثورة السورية منذ انطلاقتها، فقد وصل عدد الأفلام التي تم تحميلها والتي تخص الثورة السورية على موقع اليوتيوب أكثر من 60 ألف فيلم فيديو يوثق الأحداث في جميع المناطق». (المعطي، 2015، صفحة 90)

• الجزائر:

إن مسألة الحديث عن واقع استخدام صحافة المواطن والشبكات الاجتماعية في الجزائر تحيلنا على حالة استثنائية، كون الجزائر لم تشهد نفس التحولات التي عرفتتها بعض بلدان المغرب العربي على غرار تونس أو بلدان عربية أخرى كمصر وسوريا وغيرها، فقد عرفت الجزائر مرحلة خاصة وغير مكتملة من مراحل ثورات الربيع العربي كما يطلق عليها.

« حيث شهدت الجزائر على مدار سنوات تغييرات جذرية سيما في المشهد الإعلامي خاصة بعد ظهور شبكات التواصل الاجتماعي والتي أصبحت تحتل مكانة هامة ودينامية مثيرة للاهتمام، خاصة وأن استخدام هذه الشبكات يحدث في مجتمع تحظى فيه المناقشة السياسية بأهمية كبيرة خاصة بعد ظهور نظام التعددية الحزبية في بداية التسعينات». (auchiha, 2018) (ترجمة شخصية)

وفي ظل غياب معاهد متخصصة في استطلاعات الرأي وعدم توفر إحصائيات دقيقة حول استخدام صحافة المواطن بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص، حاولنا البحث والتمحيص والاطلاع على عديد الدراسات لتغطية هذا الجانب المهم من جوانب الدراسة.

حيث يذكر الباحث مصطفى مجاهد في واحد من المراجع الجماعية والموسوم بـ "النشاط الافتراضي في المغرب العربي وفي الوطن العربي بأن المراقبين للشبكات الاجتماعية في الجزائر يرون بأنها لم تلعب دورا رئيسيا في التعبئة السياسية، وأنها فشلت في جمع الإرادة وتوجيه الشباب لإثارة انتفاضة حقيقية مثل تونس ومصر وبعض الدول العربية الأخرى، حيث تشير الإحصائيات التي طرحتها دراسة نشرتها « media net » عام 2016، وذلك استنادا إلى أرقام صادرة عن شركة فايس بوك الأمريكية، ووفقا للدراسة فإن عدد مستخدمي الفايس بوك في الجزائر يبلغ 15 مليون مستخدم وهو ما يمثل 37,8% من إجمالي عدد السكان، وبحسب الإحصائيات الأخيرة لموقع « algérie1.com » بناء

على قاعدة بيانات فايس بوك المنشورة في يناير 2017 فإن عدد مستخدمي هذه الشبكة الاجتماعية بلغ 17 مليون مستخدم بنسبة 43% من إجمالي عدد السكان. (auchiha, 2018) (ترجمة شخصية)

لقد كان الحراك الشعبي الذي شهدته الجزائر في الثاني والعشرين من شهر فيفري سنة 2019 مثالا بارزا حول فعالية الدور الذي باتت تضطلع المنصات الرقمية وقنوات صحافة المواطن، حيث اندلعت احتجاجات واسعة مباشرة بعد صلاة الجمعة في كل من ولايات التراب الوطني وذلك لمطالبة الرئيس المنتهية ولايته "عبد العزيز بوتفليقة" بعدم الترشح لعهد خامسة، وقد كانت هذه الاحتجاجات تحولا محوريا في تاريخ الجزائر خاصة من حيث التغطية الإعلامية، فبالرغم من التعطيم الإعلامي الذي مارسته وسائل الإعلام الحكومية وكذا القنوات الخاصة إلا أن شبكات التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية كانت سبابة لتغطية الحدث أولا بأول، فقد استطاع المتظاهرين تزويد القنوات الإخبارية العالمية بالأخبار والفيديوهات والصور التي كانوا يتداولونها عبر موقع "الفايس بوك" لتوضيح حقيقة ما كان يحدث في الجزائر.

فخلال الحراك الشعبي استعان المحتجون بهواتفهم لتصوير ما يقومون به، مستغنيين بذلك عن الإعلام الرسمي، وإذا كان مفهوم صحافة المواطن يتمثل في تجاوز الصحافة التقليدية كمجرد متلقي سلبي للخبر، حيث يصبح المواطن الصحفي يرسل ويصنع الحدث من الساحة، يعلق ويصح ويناقش، إلا أن المتظاهرين في الجزائر لم يكونوا بصدد التأسيس لصحافة المواطن وإنما كانوا يمارسونها ميدانيا، فقد نقلوا قضيتهم بكل جدية ومسؤولية وفتحوا نقاشات جادة من أجل اقتراح حلول وإيجاد آليات لمواصلة الاحتجاج والضغط على السلطة، واقتراح شعارات احتجاجية جديدة في الميدان. (خالدي، 2019)

لقد أبرز المتظاهرين الجزائريين قدرة فعلية في الابتكار من الميدان واستغلوا الانترنت لخلق إعلام بديل عن الإعلام الرسمي، إلا أن واقع صحافة المواطن في الجزائر لم يكن وليد حراك 22 فيفري، فقد سبقته محاولات أخرى لممارسة صحافة المواطن من خلال "البودكاستر" لمناقشة مختلف الآراء والموضوعات سيما السياسية بعيدا عن النمطية والرتابة التي كانت تقدمها القنوات الحكومية والخاصة، فقد حاز فيديو "ما نسوطيش" لليوتيوبر الجزائري «Dz Jocker» على أكثر من عشرة ملايين مشاهدة سنة 2017 والذي عبر فيه عن رفضه للانتخابات في الجزائر كونها لا تقدم بديل فعلي وحقيقي لحل الأزمة في البلاد، بدوره حقق فيديو "راني زعفان" لليوتيوبر الجزائري "أنس تينا" على أكثر

من 15 مليون مشاهدة خلال شهر نوفمبر من نفس السنة، وكذا فيديو "خسارة عليك" في نوفمبر سنة 2018، وقد تضمنت هذه الفيديوهات رسائل ضمنية قوية تناولت بشكل عميق المشكلات الاجتماعية والواقع السياسي السلبي في المجتمع الجزائري، وقد حقق فيديو "خسارة عليك" أكثر من 3 ملايين مشاهدة على موقع اليوتيوب.

إن صحافة المواطن في الجزائر وإن تباينت أشكالها واختلفت درجات تأثيرها بين المجال السياسي، الاجتماعي، والاقتصادي، إلا أنها باتت تلعب دورا حيويا يزداد بشكل متنامي خاصة وأنها أخذت منحى إلى حد ما يتسم بالوعي والنضج وذلك لخدمة أغراض وأهداف ذات أبعاد إنسانية، توعوية واجتماعية من خلال مناقشة مختلف الموضوعات وتبادل الآراء والأفكار وفتح المجال للنقد البناء، إلا أن هذه الممارسات الجديدة لصحافة المواطن لا تزال تحتاج إلى تهذيب وتطوير لتقديم مضمون ذو جودة واستمرارية يساهم في تفعيل الوعي المجتمعي.

• السعودية:

يعد موقع الفاييس بوك خامس أكثر المواقع زيارة في السعودية حسب تصنيف موقع "أليكس"، وقد شهد الموقع كثيرا من الجدل خاصة في بدايته، وبالحديث عن صحافة المواطن فقد ظهرت الكثير من الحركات الاجتماعية الواعية عبر موقع الفاييس بوك والتي كان من أبرزها مجموعة "FreeFouad" التي أنشأتها الكاتبة والقاصة "هديل محمد الحضيف" للمطالبة بالإفراج عن المدون فؤاد الفرحان، إثر اعتقاله من طرف السلطات السعودية، كذلك مجموعة الحملة الشعبية للمساهمة في إنقاذ مدينة جدة والتي أسسها رياض الزهراني إثر أحداث فيضانات جدة عام 2009، لتكون المجموعة مقر عمليات للأعمال التطوعية في إنقاذ المتضررين من السيول [...]. وقد التحق بالمجموعة ما يزيد عن 45000 خلال شهر كامل. (عبد الحميد، 2015، الصفحات 258-259)

كما تم من خلال المجموعة تصعيد آثار الكارثة إعلاميا حيث بادر الأعضاء بتوثيق الحدث بالصور والفيديو وهو الأمر الذي سبب حرجا لوكالة الأنباء السعودية، التي نشرت خبرا عن الأمطار يخالف الحقيقة وصفه لاحقا وزير الإعلام والثقافة السعودي عبر العزيز خوجة بالمستفز والممجوج، وذلك في حوار له مع إحدى الصحف، كما تم تصعيد حيثيات الكارثة قانونيا من خلال المجموعة على موقع الفاييس بوك، حيث بادر الفريق القانوني للصفحة برفع قضية ضد المتورطين في التسبب بأضرار الكارثة نيابة عن الأهالي، وذلك من خلال جمع التوقيعات، وهو ما تم تأكيده فعليا من خلال

قرار ملكي يقضي بتشكيل لجنة لتقصي الحقائق وإحالة المتورطين للمحاكمة وتعويض أهالي المتضررين؛ وكانت هذه المجموعة محل كثير من الدراسات حول أهمية شبكات التواصل الاجتماعي كإعلام بديل وتأثيره على المجتمعات. (عبد الحميد، 2015، صفحة 259)

« وبشكل عام فإن استخدام شبكة الانترنت وصحافة المواطن قد عرفا نموا متزايدا في الوطن العربي فحسب، إحصائيات «Internet World stats» بتاريخ 30 جوان 2014 قدر عدد مستخدمي الانترنت في الوطن العربي بـ (150430278) أي ما نسبته 36,07% من إجمالي عدد السكان، في حين بلغ عدد مستخدمي موقع فايس بوك facebook في العالم العربي 45.805.180 أي نحو ثلث إجمالي عدد مستخدمي الانترنت بما يمثل 12,2% من عدد سكان الوطن العربي». (ابو اصبع، 2017، صفحة 86)

« وتشير إحصائيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في الوطن العربي سنة 2017 أن موقع الفاييس بوك لا يزال هو الشبكة الاجتماعية الأكثر استخداما في المنطقة مقارنة بالشبكات الأخرى، وتتركز أعلى نسب الاستخدام بين السكان في دولتي الإمارات وقطر ولفت التقرير إلى أن موقع تويتر يستخدمه أكثر من 11 مليون مستخدم نشط في المنطقة، حيث يتركز أكثر عدد المستخدمين في المملكة العربية السعودية، وتصل نسبتهم إلى 23% من مجموع المستخدمين في العالم العربي». (حصاد 2017: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، 2017)

« كما بلغ عدد مستخدمي شبكة "لينكدين" في الوطن العربي 16,6 مليون مستخدم بزيادة بلغة 22% مقارنة بسنة 2016، حيث احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى من حيث عدد المستخدمين، احتلت دولة الإمارات المرتبة الأولى من حيث عدد المستخدمين، بنسبة تقارب 20% من إجمالي المستخدمين في العالم العربي». (حصاد 2017: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، 2017)

« أما موقع "إنستغرام" فيبلغ مجموع مستخدميه في العالم العربي 7.1 مليون مستخدم نشط، وأوضح التقرير أن عدد مستخدمي الشبكة في السعودية أعلى من باقي بلدان المنطقة، أما دولة الإمارات فتحلت المرتبة الأولى من حيث نسبة الناشطين على الشبكة من مجموع السكان بنسبة 13%». (حصاد 2017: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي، 2017)

إن صحافة المواطن في الوطن العربي تعيش حقبة ذهبية إن صحت التسمية، حيث تتنوع أشكال الممارسات التي يقوم بها المواطنون الصحفيون وتزداد فعالية المحتوى الذي يقدمونه حيث

تعدى نطاق المحلية إلى البعد العالمي، فقد اختارت قناة BBC المدون المصري وائل عباس صاحب مدونة "الوعي المصري" كأحد أكثر الشخصيات تأثيراً في العالم سنة 2006، كما اختارته قناة السي أن أن (CNN) الأمريكية كشخصية العام سنة 2007، ومنحته منظمة مراسلون بلا حدود جائزة لأفضل مدونة.

أما فيما يخص المواقع الإخبارية التساهمية فيعتبر موقع جريدتك اللبناني أول مبادرة حقيقية للمواقع الإخبارية التي يديرها المواطنون الصحفيين في المنطقة العربية، حيث تم إطلاق الموقع في 28 مارس 2008، وهو يقدم تجربة مشابهة تماماً لموقع «oh my news»، وكذا موقع «Agora» و«voxx» الفرنسي، من خلال فتح المجال للصحفيين الهواة لنشر المعلومات والآراء والأفكار وكذا الصور والفيديوهات، كما أن الموقع متاح بعدة لغات هي العربية والفرنسية والإنجليزية وذلك بغية استقطاب أكبر عدد من المواطنين عبر مختلف أنحاء العالم.

« وتجدر الإشارة إلى النقص الكبير في مواقع الويكي العربية، حيث لا يتجاوز عددها أصابع اليد الواحدة حسب موقع "ويكي إنديكس" وبينما يصل عدد مواقع الويكي الإنجليزية 2800 موقع والألمانية 400 موقع، ومن أبرز مواقع الويكي العربية "ويكيبيديا"، جوريسبيديا (القانون المشارك) وموقع أرشيف الدراما السورية، موقع المعرفة، وويكيكتبات وهي موسوعة متخصصة في علم المكتبات والمعلومات». (صلاح، 2015، صفحة 278) وإلى جانب مواقع الويكي العربية المذكورة فقد ظهرت مواقع أخرى على غرار:

- **موسوعة العلوم العربية:** وهي موقع ويكي يهتم بجمع المقالات والكتب العلمية المحكمة في المجالات العلمية.
- **عيون العرب:** ويوفر موقع ويكي عيون العرب مناخاً للنقاش وتبادل الخبرات والمعرفة حول اللغة العربية ولسانياتها.
- **موسوعة الاقتصاد الإسلامي:** وهي مشروع يهتم بعلم الاقتصاد الإسلامي وتطبيقاته الإنسانية.
- **موسوعة المعرفة:** وقد تم الإشارة إليها وهي مشروع لجميع المحتوى العربي، لإنشاء موسوعة دقيقة متكاملة، متنوعة، مفتوحة، محايدة ومجانية، يصل عدد متصفحها شهرياً إلى 1,5 مليون مستخدم.
- **Network Set:** وهو عبارة عن ويكي عربي يختص بشبكات الكمبيوتر.
- **ويكاموس، القاموس الحر:** وهو موقع ويكي يهتم باللغة العربية ومفرداتها ومعانيها. (الشيخي)

3.2. أخلاقيات صحافة المواطن:

1.3.2. نماذج تنظيم الجانب الأخلاقي لصحافة المواطن:

يشير مفهوم الإعلام الجديد إلى التطبيقات والمنافذ والأوجه الإعلامية والاتصالية التي تنتشر عبر شبكة الانترنت، وهو يشتمل على أنواع عديدة منها [...] "صحافة المواطن" والتي تتعلق بالنشاطات الصحفية والإعلامية والاتصالية التي يقوم بها المواطن باستخدام الأدوات التكنولوجية الخاصة به من قبيل الهاتف الذكي والكاميرا الرقمية وغيرها، والتي يقوم من خلالها بتسجيل الأحداث والوقائع التي تحدث في مجتمعه المحلي وتصويرها وإجراء الأحاديث الصحفية مع شهود العيان وغير ذلك من النشاطات الصحفية، ومن تم نشرها عبر أشكال صحافة المواطن. (فلاح، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات جديدة، 2017، صفحة 81)

حيث وفرت صحافة المواطن إمكانيات غير مسبوقة للمواطنين والهواة ومستخدمي فضاءات الانترنت لممارسة العمل الصحفي بكافة أشكاله، وزيادة على درجات الحرية التي تتيحها مما يسهل عملية النشر والتداول الواسع للمعلومات والأفكار على نطاقات واسعة تتجاوز الحدود الزمانية والمكانية، لكن بالمقابل لا بد من إمعان النظر والتمحيص الدقيق لطبيعة الممارسات الإعلامية والمشاركات التي يكون مصدرها المواطنين الصحفيين لما لها من تداعيات خطيرة على مصداقية وموثوقية المعلومات المنشورة.

« حيث تشكل قضية التشريعات القانونية وحقوق الخصوصية في وسائل الإعلام الجديد موضع اهتمام المنظمات والهيئات الدولية وساسة وحكام البلدان المختلفة، وأن الاختراقات القانونية وانتهاك حق الخصوصية للأفراد تضع المسؤولين عن الأمن الأخلاقي في المجتمعات أمام الأرقام والحقائق والبراهين العملية عن تأثير التعرض لمضامين الإعلام الجديد على سلامة المجتمع وأمنه وتماسك نسيجه الاجتماعي بما يضمن حصانة أفرادهم من تأثيراته السلبية ليكونوا أعضاء فاعلين ومشاركين في بناء المجتمع وتنميته». (راضي و التيمي، 2018، صفحة 123)

« وهذا أكيد لا يمكن أن يتأتى دون تضافر جهود الهيئات والجهات والمنظمات الإعلامية المسؤولة من خلال إقرار قوانين وتشريعات وضوابط تحكم الممارسات الإعلامية الجديدة التي تتم في الفضاء الافتراضي، وفي هذا السياق يمكننا تقسيم البنود والتشريعات الخاصة بوسائل الإعلام الجديدة إلى نوعين هما:

النوع الأول: تشريعات تضعها المنظمات والهيئات والبلدان.

النوع الثاني: بنود تضعها المواقع والصفحات في شبكة الانترنت، وهي عبارة عن بنود الخصوصية يجب على مستخدمي تلك المواقع الالتزام بها». (راضي و التيمي، 2018، الصفحات 123-124)

أولاً: التشريعات التي أدرجتها الهيئات والمنظمات:

من نماذج تشريعات الإعلام الجديد التي أدرجتها المنظمات والهيئات هناك بعض القوانين والتشريعات الخاصة لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد والمدونين وممارسي صحافة المواطن، وهي عبارة عن وثائق تمهيدية عن القوانين الضابطة لشبكة الانترنت، وهذه التشريعات هي:

1- الرخصة (التسجيل): «حيث تبين لجنة حقوق الإنسان في الأمم المتحدة في تعريفها لصحافة المواطن بشكل واضح أن المدونين كما الصحفيين المحترفين، لا يجب إخضاعهم للتسجيل وشروط حيازة الرخص، وكذلك أن يتم منحهم ترخيص فقط عند الحاجة لتمكينهم من الوصول إلى مكان معين أو حدث معين». (راضي و التيمي، 2018، الصفحات 132-133)

2- سلطات محدودة في التحرير الصحفي: تعترف اللجنة الوزارية الأوربية، في تقريرها السابع العام 2011 والمتعلق بالمنظور الجديد للإعلام، بأن الاختلافات في مستويات التحرير الصحفي والتنقيح بحتم إيجاد مستويات مختلفة من المسؤولية التي تطال تحرير المواد المنشورة، خصوصاً من خلال قولها "بأن المستويات المختلفة للسلطة التحريرية مع طرائق ما بعد مرحلة النشر تحتاج إلى تعامل مختلف من شأنه أن يسمح بالتجاوب الأفضل مع الحالة"، ومن شأنه أن يوحي بأن يوحى بأن الأطر القانونية المعنية بالمدونين والصحفيين الهواة من المفترض أن تقر بأن واجبات ومسؤوليات هؤلاء مقارنة بالصحفيين المحترفين، محدودة عند ممارستهم لحق التعبير وذلك لعدم امتلاكهم الإمكانيات والتقنيات المتوفرة لدى الصحف التقليدية. (راضي و التيمي، 2018، صفحة 133)

3- المسؤولية المدنية والجنائية: «لا يميز القانون بصورة عامة بين الصحفيين وبقية أفراد المجتمع في القضايا المتعلقة بالمسؤولية المدنية والجنائية، وبموجب ذلك فليس لدى المدونين أو الصحفيين الهواة الحصانة التي يضمنها هذا القانون، حيث تعد قوانين التشهير مثالا على ذلك». (راضي و التيمي، 2018، صفحة 133)

4- الحماية القانونية: «ليس هناك في الوقت الحالي مجموعة معايير قانونية دولية تختص بالحماية القانونية للمدونين والصحفيين الهواة، ولكن بقدر ما هناك واجبات على المدونين والمواطنين الصحفيين تتمثل في الالتزام بالقانون كباقي أفراد المجتمع فإن لهم الحق في أن يوظفوا القوانين المتوفرة بغرض حماية أنفسهم». (راضي و التميمي، 2018، صفحة 133)

« وعن مدى أحقية المدونين والصحفيين الهواة في الاستفادة من المبادئ القانونية الخاصة بحماية مصدر المعلومات، فقد نصت التوصية (7) لعام 2011 الصادرة عن المجلس الوزاري الأوروبي على التالي:

"يجب أن تمتد حماية مصدر المعلومات لتشمل هوية المستخدم الذي يجعل من المعلومات متوفرة للعامة والأفراد في المجتمع من خلال مواقع الانترنت التشاركية المصممة لتبادل وتسهيل الحصول على المعلومات والمواد الإعلامية (وما شابه في الغرض)" ويضم ذلك مواقع التواصل الاجتماعية ومواقع مشاركة الملفات» (ساق الله، 2013).

« وتجدر الإشارة في هذا السياق أن المحاكم الأمريكية لا تعتبر أن تعبير الصحفي يطلق على المطلق لأي مدون أو كاتب في الإعلام الاجتماعي لما لذلك من انعكاس على مسألة حق الامتياز «Journalist's privilege» في الإعلام وإثار النقاش الاجتماعي، وعلى قضية تطبيق قوانين حماية الصحفي «ShieldLaws» في شأن حقه بعدم الإدلاء بمصادر المعلومات». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 133) «حيث تذكر بعض المحاكم الأمريكية أن ما يمكن اعتبارها صحافة ليس شكلها وإنما مضمونها، فحق الامتياز يصبح متاحا للشخص إذا كان يقوم بجمع الأخبار بهدف نشرها في أوساط الجمهور» (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 133)

فالصحفي هو ذلك الشخص الذي يقوم بجمع الأخبار بقصد مسبق في بداية العملية لنشر المعلومات للجمهور [...] إن أهم عنصر في تعريف الصحفي هو جمع المعلومات بهدف التغطية المستقلة والتعليق. (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 133) ولنا أن نفهم من خلال الأحكام السابقة أن تعريف الصحفي لم يعد مربوطا بالمفهوم

التقليدي المعروف حتى وإن كان يشترط في ذلك وجود نوع من الاستمرارية في جمع المعلومات بغرض نشرها وإيصالها للجمهور .

« وتقرر المحكمة الدستورية العليا أن مبدأ حرية الصحافة "حق دستوري فردي وليس حصرا على الصحافة، ويعني ذلك أنه من حق أي كاتب في الإعلام الاجتماعي أن يستند إلى المادة الأولى المعدلة من الدستور في استخدام حقه في التعبير دون تدخل الجهة الحكومية في ذلك». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 134)

وترى الباحثة أن مجال التشريعات الأخلاقية الخاصة بصحافة المواطن لا يزال مجال فتي وذلك بالنظر لحدثة انتشار ظاهرة صحافة المواطن إلى جانب جدلية اعتبارها صحافة مهنية أو مجرد صحافة هواة، إلا أن ذلك لم يمنع القوانين والتشريعات في بعض الدول على غرار الولايات المتحدة الأمريكية والتي ينتشر فيها هذا النمط الصحفي المستجد بشكل كثيف من سن قوانين وإن كانت لا تنص بشكل صريح على ممارسات صحافة المواطن، نظرا لهلامية المصطلح ولكنها حاولت تكييف قوانينها لاستيعاب وضبط مجال ممارسة صحافة المواطن والفضاء الالكتروني بشكل عام.

ومن جملة هذه البنود والتشريعات نجد:

خصوصية الوسيلة: حيث يتوقف تطبيق المادة الأولى من الدستور الأمريكي على نوع وخصوصية الوسيلة وتكون أقل قيودا وحرية بالنظر لتاريخها، أين ينطبق هذا البند على الصحافة المكتوبة، أما الانترنت فتعامل معاملة الصحافة المكتوبة حيث تحضى بمساحات واسعة من الحرية نظرا لكونها غير ملزمة ويتوقف التعامل مع مضامينها على اختيار الفرد المتصفح.

الملكية الالكترونية: «بشكل عام يمكن الافتراض أن كل ما تحمله شبكة الانترنت من مواد بما في ذلك البريد الالكتروني ولوحات العرض والتعليق والصور والألحان الموسيقية ورسوم الكاريكاتير تحظى بحقوق الملكية الفكرية باستثناء ما يدخل تحت مبدأ "الاستخدام المنصف" "Fairuse"». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 130)

واستنادا إلى ذلك لا يحق للصحفي اقتباس ونقل الصور وإدراجها في نص إخباري دون إذن مسبق من صاحبها، أما استخدام أجزاء من بيان صحفي إلكتروني في نص إخباري فهو ممكن بشرط ذكر المصدر كما معروف في الطقوس الإعلامية.

- **الوصلات أو الروابط الالكترونية:** «تعد الروابط (Links) ما يميز النص الالكتروني، إذ يحيل النص إلى نص أو موقع آخر بشكل مباشر ويسمح للقارئ بالانتقال بسهولة بين هذه النصوص المتشابكة، وقد اعتبرت المحاكم الأمريكية أن الربط شكل من أشكال التعبير ومن تم تحميله المادة الأولى المعدلة من الدستور الأمريكي». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، الصفحات 130-131)

وتطرح مسألة الروابط إشكاليات أخلاقية وكذا قانونية خاصة في سياق المنافسة وتحصيل الأخبار والمعلومات التي يمكن أن يقع فيها الصحفيين المهنيين والمواطنين الصحفيين على حد سواء ويتم التمييز من الناحية القانونية بين خمسة أنواع من الربط:

- **رابط العمق deepLinking:** «وهو الربط الذي يؤدي مباشرة إلى المادة المطلوبة دون المرور بالصفحة الرئيسية (home page) للمادة التي يتم الربط إليها». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، صفحة 131) وتطرح روابط العمق عديد الإشكاليات القانونية خاصة إذا أوضح صاحب الربط أن المضمون الذي تم الربط إليه ليس ملكيته، وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن مسيري المواقع والصفحات كما هو حال صفحات صحافة المواطن التي تنشط عبر موقع الفايس بوك بإمكانهم منع الوصول المباشر إلى المضامين العميقة التي ينشرونها عبر توظيف معايير تقنية.

- **الربط من الداخل (inline linking):** «ويقصد بذلك الربط عن طريق لغة (html) أي (tag) للحصول على صورة من موقع آخر دون نقل الصورة بشكل مباشر ودون ذكر مصدر تلك الصورة». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، صفحة 131) ويؤدي هذا النوع من الربط أحيانا إلى الإخلال والمساس بحق الملكية الفكرية لصاحب الصورة الأصلي.

- **تأطير الربط framing:** «يتعلق هذا النوع من الربط باستخدام الجزء المربوط إليه في إطار (مربع أو مستطيل) لإبرازه أو لإحاطته بمواد أخرى توحى بأن المربوط إليه جزء من المحتوى الأصلي وأحيانا تشمل هذه الإحاطة إعلانات أو شعارات». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، صفحة 132)

- الربط العلائقي (Associative linking): «يتعلق هذا الربط بالإساءة غير المباشرة إلى سمعة المربوط إليه عندما يتم وضع هذا الربط إلى جهة ذات سمعة سلبية كأن يوضح الرابط بالمؤسسة الإعلامية بجانب الرابط لموقع إباحي مما قد يؤثر سلبا على سمعة تلك المؤسسة الإعلامية». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، صفحة 132)

الربط لمواقع أو مواد بطريقة غير قانونية (Linking to illegal or infringing material):

ويخص هذا الربط الوصول إلى مواد إلكترونية بطرق غير قانونية باستخدام برامج إلكترونية [...] ورغم الجدل المصاحب بهذا النوع من الربط لكونه يحد من التدفق الحر للمعلومات، إلا أن المحاكم الأمريكية تعتبر أن المادة الأولى من الدستور لا تحمي هذا النوع من الربط. (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، الصفحات 132-133).

الحقوق الإلكترونية: «في إطار الجهود الرامية لوضع معايير أخلاقية دولية صالحة لقياس السياسات الإعلامية للدول، ومجالات التعاون الدولي المتعلقة بشبكة الانترنت وأنظمة المعلومات، توصلت المنظمات الدولية ذات العلاقة بعملية النشر الإلكتروني إلى مجموعة من الأفكار والمقترحات عبر سلسلة من المناقشات بين مجموعة من الخبراء الذين يمثلون دولا وثقافات مختلفة، وقد تم تنقيح وصياغة الحقوق الإلكترونية على النحو التالي»: (راضي و التميمي، 2018، صفحة 135)

• حقوق الإيصال وتشمل:

- أ- الحق في الحصول على المعلومات من أي مصدر.
- ب- الحق في حماية حقوق الملكية الفكرية.
- ج- الحق في نقل أي معلومات إلى أي شخص.
- د- الحق في نشر أي معلومات في أي شكل وبدون إضرار بحقوق الملكية الفكرية.

• حقوق السرية وتشمل:

- أ- حق كل شخص في رفض الكشف عن أي معلومات يبيثها أو يستقبلها.
- ب- حق كل شخص في أن يوظف المعلومات وأن يستخدمها بشكل موجز أو موسع.
- ج- حق كل شخص في رفض الكشف عن هوية منشأ المعلومات.
- د- الحق في إرشاد الآخرين بعد الحصول على موافقتهم المسبقة.
- هـ- الحق في تجاهل المعلومات في أي شكل. (الفصل، 2014، الصفحات 303-304)

• حقوق التقاضي وتشمل:

- أ- حق كل شخص في أن يحاكم وفق القوانين التي تطبق بشكل طبيعي.
- ب- الحق في البحث عن مصادر شرعية ضد مرتكبي الأفعال والتعبيرات الضارة وليس الوسيط سواء كان شخصا أو منظمة أو وسيلة.

• حقوق الوصول وتشمل:

- أ- الحق في الوصول إلى أي معلومات في أي نطاق عام.
- ب- الحق في الحصول على تقرير أو تسجيل أو سياسة أو قانون أو تنظيم بشرط عدم انتهاك الخصوصية.

• حقوق التمثيل وتشمل:

- أ- الحق في مراجعة وتنفيذ العقد المنظم للتشغيل.
- ب- الحق في رفض مشاركة أي شخص في النظام لأي سبب إلا في إطار بنود العقد.
- ج- الحق في السيطرة على المعلومات التي تستقبل عن طريق القصر. (راضي و التميمي، 2018، صفحة 136)

ثانيا: البنود التي تضعها المواقع والصفحات:

« تضع وسائل الإعلام الجديد من المواقع والصفحات بنود الخصوصية والالتزامات الأخلاقية الخاصة بمستخدمي تلك الوسائل، إذ تلزم بعض وسائل الإعلام الجديد المستخدمين بتلك البنود والموافقة عليها قبل التسجيل». (راضي و التميمي، 2018، صفحة 140)

فمجموع مواقع الشبكات الاجتماعية تدرج هذا النوع من البنود وذلك حماية للخصوصية والأمن المعلوماتي وضمانا للأخلاق والسلوك اللائق، وتجنب مختلف التجاوزات غير الأخلاقية التي يمكن أن يقع فيها المستخدمين، ومن بين هاته المواقع نجد: موقع فايس بوك، يوتيوب، تويتر وانستغرام، وهي حسب الإحصاءات أكثر المواقع استخداما على الصعيد العالمي، حيث سنحاول في هذا المقام تناول البنود الأخلاقية التي يدرجها موقع الفايس بوك نظرا لارتباط عينة الدراسة التحليلية بهذا الموقع.

« يحتوي موقع الفاييس بوك (Facebook) على بيان الحقوق والمسؤوليات ويحدد الشروط التي يوافق عليها المستخدم عند استخدام الموقع، وسياسة استخدام البيانات التي تحدد كيفية استخدام الموقع لبيانات المستخدمين وكذا التوجيهات الاجتماعية التي تحدد أنواع السلوك غير المقبول». (راضي و التميمي، 2018، صفحة 145)

ومن الالتزامات التي يجب أن يراعيها المستخدم عبر موقع الفاييس بوك ما يلي:

أ- **الأخلاق والسلوك اللائق:** بأن لا يحاول المستخدم نشر أو إرسال أي محتويات أو مضامين تعرض على العنف أو تثير الكراهية والعنصرية ضد الأشخاص والأقليات أو تمثل تهديدا للأفراد كما يحضر أيضا نشر أي مواد إباحية تخدش الحياء والآداب العامة.

« كما يدرج الموقع ضوابط وتوجيهات أخرى تخص عرض المنافسات والعروض الترويجية وغيرها من الاتصالات التجارية كالرسائل غير المرغوب فيها.

ب- **التحرش وتشويه السمعة:** حيث يحظر موقع الفاييس بوك أي أعمال واستخدامات تستهدف التعدي أو التخويف أو التحرش بالآخرين». (راضي و التميمي، 2018، صفحة 146)

ج- **الخصوصية:** خصوصية المستخدمين بالغة الأهمية بالنسبة لموقع فاييسبوك إذ وضع الموقع سياسة البيانات بهدف تقديم إيضاحات هامة حول كيفية استخدام الموقع للتواصل مع الآخرين وكيفية جمع المحتوى والمعلومات الخاصة ومن بين شروط الخصوصية التي يضعها الموقع: (راضي و التميمي، 2018، صفحة 146)

- احترام خصوصية الآخرين.
- عدم إرسال أي وثائق أو معلومات مالية حساسة تخص شخص آخر عبر الفاييس بوك.
- ضرورة توضيح سبب نقل المعلومات عن الآخرين.
- ضرورة تفسير نوعية المعلومات التي يتم نقلها وكيفية استخدامها، من خلال بيان سياسة الخصوصية للموقع.
- فرض قيود على التعليق على المستخدمين الآخرين دون إذن منهم.
- ضرورة الوعي بالمخاطر المرتبطة بدعاوي التشهير وانتهاك الخصوصية (راضي، 2018، ص 146).

د - أمن تقنية المعلومات: « والمراد به أي شيء من شأنه إلحاق الضرر بعمل الموقع أو مظهره، حيث يحظر تحميل الفيروسات أو أية رموز خبيثة أخرى، وهناك شروط عديدة مرتبطة بحماية الحسابات الشخصية للمستخدمين، إذ يجب أن لا يقوم المستخدم بجمع المعلومات الخاصة بباقي المستخدمين أو الدخول إلى الموقع باستخدام وسائل مؤتمنة دون الحصول على تصريح من الموقع». (راضي و التميمي، 2018، صفحة 146)

كما يشمل أمن تقنية المعلومات أيضا:

- عدم تقديم معلومات شخصية خاطئة.
 - لا يجب إنشاء حساب لشخص آخر بدون تصريح منه.
 - عدم طلب بيانات الدخول الخاصة بمستخدم آخر.
 - عدم نقل الحسابات إلى أي شخص آخر دون الحصول على تصريح كتابي مسبق م الموقع.
 - لا يجب إنشاء أكثر من حساب واحد شخصي.
 - الحرص على تحديث المعلومات.
 - عدم إطلاع الآخرين على كلمة المرور الخاصة بحسابك. (راضي و التميمي، 2018، صفحة 147)
- هـ - أحكام متنوعة: «تشمل شروط موقع فايس بوك أيضا أحكام عديدة تتناول حقوق باقي المستخدمين، وهناك قيد عام على قيام المستخدمين بإرسال محتوى ينتهك حقوق أي شخص آخر» (راضي و التميمي، 2018، صفحة 147) وكذا بنود أخرى تخص :
- أن يكون المستخدم مسؤولا عن المحتوى الذي يقوم بتحميله.
 - عدم إرسال محتوى لا تحوز على حقوق ملكيته أو يشتمل على مواد خاضعة لحقوق أي شخص آخر كحقوق الطبع والنشر أو حقوق الخصوصية.
 - الحصول على ترخيص خاص بإرسال المحتوى.
 - تعطيل حساب المستخدم إذا تكرر انتهاكه لحقوق الملكية الفكرية وبنود الخصوصية للآخرين، بالإضافة إلى الإجراءات الأخرى التي قد يتم اتخاذها وفقا للقانون. (راضي و التميمي، 2018، صفحة 147)

لكن بالرغم من التشريعات الأخلاقية والمعايير التي تقرها الهيئات والمنظمات الدولية والبنود الأخرى التي تلزم بها المواقع والصفحات عبر شبكة الانترنت بشكل عام وبعض أشكال صحافة

المواطن المستخدمين، إلا أنها تبقى غير كافية، وذلك لخصوصية الفضاءات الرقمية وتنوع الأشكال التي تتيحها صحافة المواطن، حيث لا بد من سن معايير وبنود أخلاقية تنبع بالأساس من خصوصية الوسيلة والخصائص والأنماط التي تتخذها وكذا مدى انتشارها الجماهيري، وغيرها من المؤشرات الموضوعية الأخرى التي يمكن أن تساهم في ضبط الممارسات التي تتم في ظل صحافة المواطن.

2.3.2. معايير الممارسة الصحفية في ظل صحافة المواطن:

في الوقت الذي تحوز فيه الصحافة التقليدية على تقاليد عريقة تتجلى في مدونات النقابات والوكالات والناشرين نجد أن الأسس الأخلاقية لصحافة المواطن لم يتم تحديدها ولم تستكشف بعد. (Perlmutter & Schoen, 2007, p. 127) (ترجمة شخصية)

فقد أكدت الدراسة التي أجراها كل من (Perlmutter & Schoen) أن حتى أفضل المدونات السياسية الأمريكية والتي يكون لبعضها منافذ إعلامية ليس لديها قواعد أخلاقية رسمية أو غير رسمية ماعدا بعضها فقط، ففي الولايات المتحدة الأمريكية كانت هناك محاولتان مبكرتان لإنشاء مدونة قواعد أخلاقية خاصة بالمدونين والمواطنين الصحفيين لتقديم توجيهات ترفع من مصداقيتهم. (Perlmutter & Schoen, 2007, p. 127) (ترجمة شخصية)

وعلى نحو مماثل يرى (Dube) أن الصحفيين المواطنين لا يختلفون عن الصحفيين المهنيين، حيث قام بوضع مدونة لقواعد السلوك مأخوذة من المبادئ والتوجيهات الخاصة بجمعية الصحفيين المحترفين الأمريكيين والتي من بينها: النزاهة والإنصاف وتقليل الضرر إلى الحد الأدنى، والملاحظ أن هاته الصياغات لا تتحرف كثيرا عن أخلاقيات الصحافة التقليدية، فهي فقط ضمن حدود محددة بوسيلة الإعلام. (Perlmutter & Schoen, 2007, p. 128) (ترجمة شخصية)

« وتجدر الإشارة إلى أنه لم يكن هناك بحوث أو دراسات تحديدا تتحدث عن القواعد والممارسات الأخلاقية لصحافة المواطن، وغالبية الكتابات تصور المواطنين الصحفيين كأمتلة من السلوك غير الأخلاقي، كما أنه إذا عمل المواطنون غير المدربين كصحفيين سوف يصبحون غير مدركين لمبادئ وأخلاقيات المهنة، وهذا ما سوف يضع المؤسسات الإعلامية في خطر مع الحكومات». (المعطي، 2015، صفحة 159)

فحتى أكثر المدافعين عن صحافة المواطن حماسة يقرون أن غالبية المواقع المكرسة لجمع الأخبار ويديرها هواة لا تزال بعيدة عن الوعي بأخلاقيات المهنة، ويعود ذلك إلى أن صحافة المواطن لا تزال في مهدها، ويرى هؤلاء أن مستقبل وسائط الإعلام التقليدية يرتبط ارتباطا وثيقا بالمدونين حيث يعمل كثير من الصحفيين المحترفين والهواة على وضع قواعد ومبادئ توجيهية من المدونات الالكترونية الإخبارية وغيرها من صفحات التواصل الاجتماعي التي يقوم من خلالها مواطنون بنقل المعلومات ونشر الأخبار بغض النظر عن صحتها ودون وعي بخطورتها وبلا توافر لشروط صياغة الخبر. (فلاح، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات جديدة، 2017، صفحة 122)

حيث يرى بعض المعارضين لصحافة المواطن أن البيئة الإعلامية الحالية التي يستطيع فيها أي شخص أن ينشر أي شيء على الفور وإلى جمهور عالمي محتمل تتطلب إعادة النظر في من قد يعتبر صحفيا، أين تبرز الحاجة إلى إيجاد الآليات المعيارية التي يمكن من خلالها التمييز بين الصحفيين المهنيين وبين مجرد مقدمي المعلومات على الشبكة، لدى فإن هذا التجاذب والجدلية في الآراء بين مؤيدي صحافة المواطن والمعارضين لها لا يؤدي أبدا إلى محاولة إيجاد بيئة إعلامية تتكامل فيها الممارسات المستجدة لصحافة المواطن مع الممارسات المهنية التقليدية.

فالسؤال الجوهرى الذي يتوجب طرحه هو إلى أي مدى يمكن تطبيق أخلاقيات الصحافة التقليدية على وسائط صحافة المواطن، حيث نشر معهد رويترز لدراسة الصحافة دراسة للباحث "جون كيلي" (John Kelly) سنة 2009 أشار فيها إلى أن أنصار صحافة المواطن يقرون بوجود ستة طرق تساهم بها صحافة المواطن لعل أهمها :

- المساهمة في جمع الخبراء من أجل إعداد التقارير لوسائط الإعلام الشعبية.
- تغطية الأحداث التي يمكن أن تفوتها وسائل الإعلام التقليدية.
- تقليل التكلفة خاصة من خلال المدونات.
- التأثير في أجندة الأخبار وإعادة إنعاش القصص الإخبارية التي همشتها وسائل الإعلام.
- إزالة الغموض عن العملية الصحفية.
- بناء الشعور بالمجتمع وزيادة فهم الحياة المدنية والمشاركة فيها. (Kelly، 2009، صفحة 21) (ترجمة شخصية)

وفي هذا السياق يقول ليونارد ويت (Leonard Witt) رئيس قسم الاتصالات في جامعة كنسو الحكومية ورئيس إدارة الصحافة العامة في الولايات المتحدة الأمريكية: لا أعتقد أننا قادرين على رفع القواعد الأخلاقية القديمة ومحاولة إسقاطها على الممارسات الجديدة لصحافة المواطن، كما نأمل أن تنتج هذه القواعد إذا حاولنا القيام بالشيء الصحيح. (Dugan, 2008, pp. 806-807). (ترجمة شخصية)

وعلى صعيد آخر يرى أنصار صحافة المواطن أن المدونين لا بد أن يكونوا أكثر شفافية من وسائل الإعلام التقليدية، فالمنظمات الإخبارية التقليدية تقدر قيمة التقارير المتوازنة، ولكن هذا ليس تفويضا أخلاقيا في مجال صحافة المواطن، فحتى مواقع الهواة التي لها وجهة نظر محافظة أو ليبرالية واضحة يمكن اعتبارها موثوقة إذا كانت المعلومات التي تقدمها مدعومة بالأدلة. (Dugan, 2008, p. 807). إن مواقع صحافة المواطن لا تحوز على علامة تجارية أو هوية تصويرية تاريخية موثوقة تعطي لمضامينها المصدقية، لدى يتوجب على الصحفيين المواطنين إتباع قواعد السلوك الأخلاقية لكسب سمعة وتحصيل تقارير صادقة ودقيقة، وهي مفاتيح النجاح في بيئة إعلامية متزايدة التنافسية. (Dugan, 2008, p. 807). (ترجمة شخصية)

وإذا ما حاولنا إمعان النظر في آلية التقييم المهني لصحافة المواطن من حيث معايير الممارسة الصحفية نجد أنها تركز بشكل أساسي إلى المعيار المهني القائم على التقييم الموضوعي لظاهرة صحافة المواطن والمواطن الصحفي، وبناء على ذلك يمكن استخلاص أن:

«ليس كل مواطن إعلاميا إلا إذا امتلك الخبرات والكفاءة الإعلامية اللازمة لأن يقوم بدوره الإعلامي وإذا قام المواطن بهذا الدور من وقت لآخر وبشكل غير منتظم، كأن يعطي حدثا أو غيره، لا يمكن اعتباره إعلاميا بل مواطنا شارك في العمل الإعلامي». (فلاح، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات جديدة، 2017، صفحة 112)

وعلى الرغم من كل المخاوف حول مدى مصداقية المعلومات التي ينشرها المواطنون الصحفيون إلا أن هذه المخاوف لم يكن لها تأثير على المشاهدين فقد أصبح المواطنون أنفسهم بمثابة أجهزة رقابة لوسائل الإعلام، وهذا ما دفع جمعية الصحفيين المحترفين العالمية «SPJ» ومقرها مدينة "إنديانا بوليس" الأمريكية لتحمل مسؤولية تثقيف المواطنين الصحفيين على مبادئ الصحافة وأخلاقياتها، [...] حيث استضافت الجمعية ثلاث أكاديميات صحافة المواطن للجمهور لتعليم أخلاقيات مهنة الصحافة، وأسس قانون ووسائل الإعلام واستخدام التكنولوجيا. (المعطي، 2015، صفحة 160)

وقد أشار "كلينتبروير" مدير الجمعية إلى أن الهدف هو مساعدة المواطنين الصحفيين وتسليحهم بالأدوات التي تمكنهم من أن يكونوا صحفيين فاعلين لخدمة المجتمع، حيث تتمثل أهم البنود الأخلاقية للجمعية في :

- **تقصي الحقيقة ونشرها:** حيث ينبغي على المواطنين الصحفيين الالتزام بالأمانة والعدالة والشجاعة في تحصيل الأنباء ونشرها وتأويلها من خلال

- (اختبار صحة الخبر من أكثر من مصدر - إعطاء حق الرد - تحديد المصادر قدر الإمكان-).

- **الحد من الضرر:** "فالصحفيين ذوو المبادئ الأخلاقية يتعاملون مع المصادر والشخصيات الموضوعية والزملاء كبشر يستحقون الاحترام.

- **العمل باستقلالية:** ينبغي أن يتحرر الصحفي من أي التزام لأي مصلحة غير مصلحة المجتمع وحقه في معرفة الحقيقة.

- **المسؤولية:** أي يتحمل الصحفي المسؤولية أمام القراء والمستمعين والمشاهدين وأمام زملائه. (المعطي، 2015، الصفحات 160-161)

كما أقر التلفزيون العمومي الأمريكي أنه يتعين على معظم القنوات العمومية الأمريكية ضرورة بيان سياساتها التحريرية في مجال إدراج المضامين التي ينتجها المستخدمون "user generated content" سواء كانت تعليقات أو مواد يرسلها شهود العيان حيث يتوجب على القنوات :

- تفسير آلية توظيفها لهاته المضامين .

- وضع معايير على الجمهور الالتزام بها. (لحماني ، الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الجديدة، 2013، صفحة 75)

وفي هذا السياق أيضا حثت الرابطة العالمية للاتصالات بمناسبة اليوم العالمي لحرية الصحافة سنة 2012، ممارسي مهنة الإعلام سواء الصحفيين المهنيين أو المواطنين على ضرورة البحث على أرضية مشتركة لجهودهم والاتفاق على مبادئ وممارسات تتسم بالشفافية والمسائلة الأخلاقية، فوضع مدونة لقواعد السلوك بالنسبة لصحافة المواطن من شأنه أن يوفر الإطار المطلوب بشدة الأصوات الجديدة التي تعمل على تحويل المجتمعات ووضع المعايير لتعددية وتنوع الأصوات التي يمكنها أن تعزز قضية الاتصال للجميع. (WACC، 2012) (ترجمة شخصية)

3.3.2. الإشكاليات التي تثيرها صحافة المواطن:

شهد العقدين الأخيرين تحولا سريعا من وسائل الإعلام التقليدية إلى نظيراتها الجديدة، هذه الأخيرة التي تشمل الدعامات الرقمية، أجهزة الحاسبات، وشبكات الاتصال المتنوعة، أثارت مخاوف كثيرة وجدلا واسعا لدى الباحثين حول الآثار السلبية والإيجابية المترتبة عنها، كإشكالية السيطرة والهيمنة على المعلومات، التحكم بسرعة التدفق، حيث أنه من خلال ما تمخض عن الجيل الثاني للإنترنت (Web 2.0) ومختلف تكنولوجيات الاتصال الحديثة من ويكيز (Wikies)، مدونات (Blogs)، مواقع مشاركات الفيديوها (Video-Sharing Sites)، تشكلت العديد من المجتمعات الافتراضية، المحلية منها والإقليمية وأخرى تصل إلى مرحلة العالمية، وذلك بغية مشاركة مختلف الاهتمامات عبر الفضاء الافتراضي مباشرة. (Eid & Ward, p. 01) (ترجمة شخصية)

إلا أن بعض الباحثين لا يترددون في الحديث عن الاستياء التشاركي حول صحافة المواطن خاصة بسبب نوعية المساهمات التي يكون مصدرها المواطنين الصحفيين والهواة، إذ يؤكد غالبية المتخصصين في المجال على ضرورة دراسة هذا الفضاء الذي أخذ يكتسب أهمية أكثر فأكثر في المجتمع، وأخذ يثير عديد التساؤلات سيما ما تعلق منها بطبيعة الضوابط الأخلاقية التي تحكم الممارسات التي تتم في الفضاء الرقمي، فغياب الدقة والموضوعية والصدق أضحى من أكثر التدايعات والانزلاقات التي تثيرها صحافة المواطن بسبب عدم تقيدها بأخلاقيات وقواعد الممارسة الإعلامية وهو ما دفع كثير من الباحثين إلى توجيه أصابع الاتهام لصحافة المواطن بسبب عدم تقيدها بالمعايير والضوابط المهنية لما لها من تدايعات خطيرة، سواء على المستوى المجتمعي أو على مستوى الأفراد، حيث يمكن أن تتحول صحافة المواطن إلى سلاح ذو حدين يفتك بالمعايير والقيم المجتمعية ويقترح خصوصيات الأفراد.

«فهناك الكثير من الإشكاليات التي تطرح مع انتقال صناعة الصحافة إلى المواطن، والتي تتمثل في عدم الوعي بأهمية نقل المعلومة وطبيعتها وطريقة نقلها، إذ نجد اليوم الكم الهائل من المدونات الالكترونية الإخبارية وغيرها من صفحات التواصل الاجتماعي التي يقوم عبرها المواطنين بنقل المعلومات والأخبار دون التأكد من صحتها ودون وعي بخطورتها» (فلاح، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة، 2017، صفحة 112)

حيث عملنا على تصنيف الإشكالات والتدايعات التي تثيرها صحافة المواطن في مجموعة من المستويات وذلك على النحو الآتي:

أولاً: إشكالية الانحياز والموضوعية:

تتسم صحافة المواطن في كثير من الأحيان بالتحيز والانسياق للبعد الذاتي وذلك في تناولها لكثير من الموضوعات والقضايا، إلى جانب افتقارها للمعايير والضوابط المهنية والآليات التي من شأنها أن تضبط وتنظم ممارسات المواطنين الصحفيين، وذلك لعدم الوعي بها وبالتأثيرات الاجتماعية التي يمكن أن تتمخض عنها، حيث تتداخل بشكل كبير الحدود بين الآراء الشخصية وبين الأخبار خاصة في بعض الأنماط من صحافة المواطن مثل المدونات التي يغلب عليها الآراء والتوجهات الخاصة الأمر الذي ينقص من مدى موضوعية محتوياتها .

ثانياً: إشكالية المصادقية والدقة :

«إن مصادقية الأخبار والمعلومات المتداولة، وزوايا فهم الواقعة والخلفيات والمواقف والأحكام الشخصية التي يحملها أي شخص عنها حتماً ستؤثر على نوعية الأخبار، كما تسمح برمجيات الإعلام الجديد بتعديلات متعددة على المشاهد مثل الحذف والقص والدمج، والتعليق وكتابة العناوين على النص وهو بمثابة معنى إضافي على المعنى الأصلي» (المعطي، 2015، صفحة 156).

«وفي هذا السياق أشار براين فيبر - الذي كان لفترة الموظف الوحيد في ويكيبيديا إلى أن جاذبية الموسوعة الحرة تكمن في أنها تعتبر بالنسبة إلى الباحثين مكاناً للتنقيب عن المعلومات، فيما هي بالنسبة للمحررين لعبة من ألعاب الانترنت، وموقع تقضي فيه وقتاً ممتعاً وتهزم بعض سخفاء الويب، وتضيف بعض المواد إلى موسوعة يقرأها الجميع». (اللبان، 2011، صفحة 257)

ثالثاً: الإشكاليات القانونية والتنظيمية:

والتي تتعلق بطبيعة العلاقة القائمة بين صحافة المواطن والممارسات الإعلامية التقليدية، ومدى اعتبارها مكتملة لها أو منافس إلى جانب الإشكال المطروح هو مدى إمكانية استيعاب الصحفيين المواطنين للقوانين والضوابط المهنية تقنن نشاطاتهم وممارساتهم في ظل الفضاء الرقمي سيما في الوقت الذي تتزايد فيه وبشكل لافت للانتباه أعداد المدونين والصحفيين المواطنين.

رابعاً: إشكالية التعددية:

كثيرا ما تتعرض صحافة المواطن للانتقاد بسبب افتقارها للتعددية وغلبة النقل والاقْتباس التام من بعضها البعض، الأمر الذي يفقدها التنوع في الآراء ووجهات النظر ويجعلها تتميز بالتمطية والركود خاصة في ظل سهولة تحصيل المعلومة وإمكانية تداولها دون الرجوع لمصادرها الأصلية.

• التحديات التي تواجه صحافة المواطن:

إن المتخصصين والباحثين في مجال الإعلام لديهم آراء متباينة حيال ظاهرة صحافة المواطن بناء على وجهة نظرهم حيث أن هناك بعض الشكوك في مجتمع الإعلاميين، الذين رغم أنهم يقبلون مساهمة عامة الناس في عملية تحرير وصناعة الأخبار، إلا أنهم لا يريدون أن يفقدوا موقعهم المسيطر في هذه الصناعة، حيث يعترف جل الصحفيين العاملين في وسائل الإعلام التقليدية بأن مساهمة المواطنين في إنتاج الأخبار مهمة ولا مفر منها، بينما يقر البعض بأن هذه المساهمة يجب ان تبقى فقط في مرحلة جمع المعلومات الأولية ووفقا لهم، يجب على المتخصصين في وسائل الإعلام الاستمرار في لعب دور حارس البوابة في عملية إنتاج المضامين. (çela، 2015، صفحة 168) (ترجمة شخصية)

وبشكل عام يمكن إجمال أبرز التحديات التي تواجه صحافة المواطن على النحو التالي:

○ التحديات السياسية:

تواجه صحافة المواطن العديد من التحديات على الصعيد السياسي المحلي والعالمي خاصة ما تعلق منها بردة فعل وسائل الإعلام التقليدية ومعها القوى والأنظمة السياسية، التي لا تتقبل الممارسات الإعلامية التي يكون مصدرها المواطنين، وتعمل على تفويض نشاطها وإخضاعها للرقابة والضغوطات وسن القوانين الرادعة.

○ التحديات الأخلاقية والمهنية:

تشكل المعايير المهنية والأخلاقية كالمصداقية والدقة وعدم التحيز من أبرز التحديات التي تواجه صحافة المواطن في الوقت الحالي، حيث تفتقر صحافة المواطن للتدريب والتكوين المهني للتحكم والإمام بأساسيات العمل الصحفي وحتى يستطيع الصحفيين المواطنين كسب ثقة القراء لا بد عليهم من تحري الدقة والموضوعية والتأكد من مصادر المعلومات المستقاة لتقديم محتوى إعلامي هادف وذو رسالة مجتمعية.

○ التحديات التقنية:

لا تزال صحافة المواطن عموماً مقصورة على فئات جماهيرية محددة، وهي النخب التي تجيد استخدام وتوظيف تقنيات السمع البصري والوسائط الفائقة والمتعددة، وهو ما يشكل هاجساً قد يسقط عنها صفة الجماهيرية، كما أن مواكبة التطورات التكنولوجية والتقنية ليست في متناول كل المواطنين إذ ترتبط على المستوى الاجتماعي بالتفرغ والفضول والمستوى الاقتصادي الجيد.

○ التحديات القانونية والتشريعية:

لا تزال الممارسات الإعلامية الجديدة التي يقوم مصدرها المواطنون تعاني من الفراغ القانوني والتشريعي، وعدم وجود قوانين واضحة تقن فضاءات التعبير الحر، والمدونات ومواقع الشبكات الاجتماعي، وتناسب الطبيعة والخصوصية الالكترونية لصحافة المواطن.

إلى جانب ذلك تعد الأمية والفقر وضعف البنية التحتية المعلوماتية وعدم توفر شبكة الانترنت من التحديات التي تحول دون انتشار صحافة المواطن وتطورها في عديد المجتمعات.

○ الآفاق المستقبلية للأخلاقيات الصحفية في ظل صحافة المواطن :

إن الحديث عن الآفاق المستقبلية للأخلاقيات الصحفية في ظل وسائط الإعلام الجديد وصحافة المواطن أضحى ضرورة ملحة لتحديد معالم ومتطلبات الممارسات الإعلامية الجديدة التي تتم في الفضاءات الرقمية، ومن ثم محاولة ضبطها واستيعابها بعيداً عن النظرة الأحادية القائمة على اعتبارها غير مهنية بشكل مطلق وبالتالي عدم إمكانية الاستفادة منها، فرغم كل الهواجس حيال صحافة المواطن إلا أن وسائل الإعلام التقليدية تحاول الاستفادة منها ومن المضامين التي يقدمها الهواة بعد إخضاعها للتدقيق والغرلة.

«فأغلب القنوات الإخبارية تسعى إلى توظيف تطبيقات الميديا الاجتماعية في البحث عن الأخبار وجمعها، في ظل توفر تقنيات للتحقق من المعلومات والمعطيات والمضامين التي تنشر بالميديا الاجتماعية، بما فيها مضامين المستخدمين «User generated content»، فهي من جهة تبحث عن السبق الصحفي لكنها مطالبة من جهة ثانية بضمان مصداقية المعلومة بصفتهما عنصرين مهمين لضمان جودة العمل الصحفي». (بلعيد، 2016، صفحة 42)

إن وسائل الإعلام الجديدة لا تبدو أنها تشكل ثورة في أخلاقيات الصحافة، لأن البيانات المنشورة تشير إلى أن السلوك الصحفي اللائق في عالم الانترنت قد يضطر إلى التغيير، بحيث يتفق مع متطلبات واحتمالات الوسيط الجديد، ومع تأثير الصحافة المؤسسية في كل مكان على نحو متزايد بثقة مستخدمي الانترنت على مستوى العالم، فإن الأخلاقيات الصحفية قد تواجه قضايا تتعلق بعدم توفر مدونات السلوك السائدة [...]، وبالتالي فإن الأدوات الجديدة المتاحة للصحافة على شبكة الانترنت تشير مشاكل أخلاقية محددة تنطوي على عواقب أخلاقية. (Fidalgo, 2013, p. 15) (ترجمة شخصية)

ولعل أبرز هذه الإشكالات هي الفورية، فالأخبار أضحت علنية مباشرة بعد وقوع الأحداث، أو بعد العثور على بعض المعلومات، ما يجعل إمكانية فحص المصادر والتشاور بين مختلف الأطراف الفاعلة غير متاحة في كثير من الحالات، كما أن إمكانية تحديث وتعديل المعلومات خلال مرحلة تدفقها خلال 24 ساعة هو تغيير كبير في مقابل نمط الدورية التي قامت عليها الصحافة التقليدية. (Fidalgo, 2013, pp. 15-16) (ترجمة شخصية)

الأمر الذي يجعلنا أمام نموذج إعلامي جديد مفاده إمكانية النشر حالياً والتأكد في وقت لاحق أو كما يطلق عليه العهد الأخلاقي التراكمي [...]. هذه الممارسات المتزايدة قد تعرض مصداقية الصحافة للخطر وتثير شكوكاً أخلاقية هامة، حيث يصبح بالإمكان نشر المعلومات الجزئية والإشاعات دون التحقق منها. إن هذا المنظور الأخلاقي الجديد يقوم على اعتبار شبكة الانترنت أداة ووسيلة جديدة للتواصل وهو ما يتطلب من جميع الأطراف سواء الصحفيين المهنيين أو الهواة حماية التوجه العام للمعلومات والأخبار، إما من خلال مشاركة المدونين والهواة وقيامهم بدور الرقيب على عمل وسائل الإعلام التقليدية أو تطوير مشاريع إعلامية بديلة. (Fidalgo, 2013, p. 16) (ترجمة شخصية)

فتعدد الفاعلين في مجال صحافة المواطن يقتضي بالضرورة وجود أخلاقيات مختلفة عن تلك التي تحكم وسائل الإعلام التقليدية وذلك نظراً لخصوصية وسائل الإعلام الجديدة، والتي تتحدى بعض القواعد الأخلاقية التقليدية نظراً لدخول العديد من الجهات إلى المجال العام الافتراضي حيث انتهى بشكل تام عصر احتكار الصحفيين المهنيين لعملية جمع وتحرير ونشر الأخبار والمعلومات.

إذ أن مشاركة المواطن الصحفي ومساهمته في نشر المعلومات عبر الانترنت لا ترتبط بالضرورة بالمعلومات الصحفية وإنما بالحق العالمي لحرية الرأي والتعبير ما يجعل الفضاء الافتراضي منتدى مفتوح للمناقشة العامة، كما أن صحافة المواطن قائمة على المشاركة والعمل التعاوني سواء

بين المواطنين الصحفيين أو مع الهياكل والمنظمات الإعلامية وذلك خدمة للمصلحة العامة، لكن يتوجب أن تكون تحت إشراف صحفيين مهنيين وذلك لتحقيق التكاملية في العمل الإعلامي في ظل البيئة الرقمية الجديدة.

«من ناحية أخرى تحول الواقع الإعلامي إلى ما يمكن تسميته بالمتكامل، إذ نتحدث عن التكامل الإعلامي مع ولادة جيل جديد من الصحفيين ونشأة ثقافة تكنولوجية أكثر تقدماً وعصرية للعمل الصحفي، بعد المرور من مجرد الحديث عن وسيلة إعلامية إلى الحديث عن فضاء مشترك في ظل وسائل الاتصال الرقمية التي جعلت المواطن حلقة فاعلة كشاهد على الحدث يختار ما يبث ويعبر عن رأيه دون شرط أو قيد». (بلعيد، 2016، صفحة 43)

«وبعد أن تحول المواطن إلى منتج للمضمون، أصبح على وسائل الإعلام التقليدية تقاسم السلطة مع هذه المنصات الحديثة، مما يؤسس للصحافة التشاركية ويعطي لصحافة المواطن أهمية كبرى، باعتبار أن المواطن يجمع المعلومة ويحللها أو يصور الفيديو أو يلتقط الصور وينشرها عبر وسائل الإعلام التقليدي في إطار ما يطلق عليه «Crowdsourcing» (بلعيد، 2016، صفحة 43)

«إن هذا التكامل المنشود بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد يقتضي في تقديرنا تغيير زاوية النظر، والمرور من الحديث عن أخلاقيات مهنية إلى الحديث عن أخلاقيات اجتماعية أساسها التربية على وسائل الإعلام، ويصبح بمقتضى ذلك دور المجتمع الأخلاقي هو إعداد الأجيال وتربيتها على حسن التعاطي والتعامل مع وسائل الإعلام بمختلف وجوهها وأفئعتها لا باعتبارها مصدراً للحقيقة المطلقة بل باعتبارها شكلاً من أشكال التعاطي مع الواقع في ظروف معينة ومن منطلق مصالح مضبوطة». (السنوسي، 2016، صفحة 68)

«فهذا الميثاق الأخلاقي الجديد مدعو للتخلص من المفهوم المعياري للأخلاق والانخراط في مفهوم جديد قائم على ثقافة الامتناع الذاتي بعيداً عن كل أشكال الرقابة والعقاب والجزاء، وعلى تمكن المتلقي القارئ من التعاطي بوعي وبخلفية منهجية على هذه الطفرة الإعلامية». (السنوسي، 2016، صفحة 68)

«ويؤكد هذا التمشي الأخلاقي الجديد اليوم في ظل استحالة مراقبة المصدر بشكل يدعونا إلى تغيير خارطة تفكيرنا والانتقال من الاشتغال على محور الصحفي/ الكاتب فقط، إلى الاشتغال بشكل معمق

على محور المتلقي/ القارئ أي الانتقال من التركيز على الكتابة إلى العناية بالقراءة باعتبارها فعلا إبداعيا». (السنوسي، 2016، صفحة 69)

«ويرى باحثين آخرين على غرار « Christine Balagué » أن الجميع اليوم سيما الشباب على دراية بكيفية التحكم في المعطيات الشخصية والصور الافتراضية، وبالتالي يعد التعديل الذاتي أفضل وسيلة لتوعيتهم بخطورة الاستخدام المفرط أو اللاوعي للميديا الاجتماعية وهو ما يعبر عنه بالتربية على الحياة العامة». (بلعيد، 2016، الصفحات 41-42)

الفصل الثالث: الإجراءات المنهجية

1.3. منهج الدراسة

2.3. أدوات جمع البيانات

3.3. عينة الدراسة

4.3. صعوبات البحث

1.3. منهج الدراسة:

«إن المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول إلى الحقيقة في العلم، أو هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة من أجل اكتشاف الحقيقة». (شروخ، 2003، صفحة 92) ولما كان المنهج طريقة بحث فإنه يتبع دوما خصائص الموضوع المدروس، وكذا الأهداف المرجوة من الدراسة، وانطلاقا من هذه الفكرة فإن الدراسة الحالية تندرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، فهي تسعى لمعرفة مدى التزام صحافة المواطن بالأخلاقيات والضوابط المهنية وذلك من خلال المضامين والمحتويات التي يتم بثها وإنتاجها من قبل الصحفيين المواطنين، حيث تم اختيار عينة تحليلية من صفحات الشبكات الإخبارية العربية التي تنشط عبر أحد أكبر مواقع التواصل الاجتماعي انتشارا وهو موقع الفاييس بوك. «حيث يبلغ عدد مستخدمي الموقع النشطين نحو 2.2 مليار مستخدم شهريا و 1.4 مليار مستخدم نشط يوميا حسب الإحصائيات المنشورة سنة 2018» (إحصائيات وسائل التواصل الاجتماعي، 2018).

ونظرا لكون دراسة موضوع الأخلاقيات المهنية بشكل عام واحد من المجالات البحثية التي يمكن وصفها بالعصية، نظرا للخصوصية التي تحوز عليها خاصة عند ربطها بالإعلام الجديد ووسائطه وتطبيقاته المتعددة، فقد ارتأينا إضافة شق ميداني للتعرف أكثر على الضوابط والأخلاقيات المهنية التي تشتمل عليها صحافة المواطن وذلك من منظور الصحفيين المهنيين.

وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة حاولت بكل الطرق المتاحة إجراء شق الدراسة الميداني على عينة من الصحفيين المواطنين المشاركين في تحرير محتوى الصفحات عينة الدراسة التحليلية حتى تكون جوانب الدراسة متكاملة، لكن تعذر ذلك لعدم إمكانية الوصول إليهم من جهة ورفض بعضهم الآخر التواصل مع الباحثة.

2.3. أدوات جمع البيانات:

«إن نجاح أي بحث علمي يرتبط بمدى فعالية الأدوات التي استخدمت في جمع البيانات، فقد يستخدم الباحث أكثر من طريقة أو أداة لجمع المعلومات حول مشكلة الدراسة، أو للإجابة على أسئلتها أو لفحص فرضياتها ويجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المناسبة لبحثه أو دراسته، وأن يكون ملما بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي» (بدر، 1999، صفحة 48). وقد اعتمدت الباحثة على أدوات معينة عادة ما يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات، وذلك بغية الحصول على البيانات والمعطيات المطلوبة وهي الملاحظة، شبكة التحليل، تحليل المضمون، استمارة الاستبيان.

1.2.3. الملاحظة:

تعد الملاحظة أداة ووسيلة لجمع المعلومات في مختلف مجالات البحث العلمي حيث تتم على عدة مستويات، وقد اعتمدنا في هذه الدراسة على الملاحظة بالمشاركة من أجل متابعة الموضوع عن قرب والاحتكاك أكثر بمفردات مجتمع البحث، حيث عمدت الباحثة إلى الانضمام إلى جملة متابعي صفحات صحافة المواطن الناشطة عبر موقع الفيس بوك والتي تم اختيارها لاحقا كعينة للدراسة والمتمثلة في شبكة رصد الإخبارية المصرية، شبكة شام الإخبارية السورية، شبكة رصد الإخبارية المغربية إلى جانب صفحات أخرى عربية ومغربية تم استثنائها من العينة نظرا لإزالة تفعيلها عبر موقع الفيس بوك وعدم استمراريتها وقلة جودة محتواها.

2.2.3. شبكة التحليل:

إن تطوير شبكة التحليل أو فئات التحليل هو بلا شك العنصر المركزي لتحليل المضمون [...]. حيث أثبتت الشبكة أنها أداة مفيدة في كل مراحل البحث التحليلي، بوصفها أداة لتوجيه ملاحظات الباحث عبر المواقع. (Bégin, 2014, p. 69)

ويعرف "مارتينو Martineau" شبكة التحليل بأن "ميزتها الرئيسية هي تركيز نظرة الباحث وبالتالي تجنب الشعور بالإرهاق من خلال مجموعة كبيرة من الحقائق التي يجب مراعاتها، ومن ناحية أخرى فإن العيب الرئيسي لشبكة التحليل هو بالضبط تقييد الرؤية، لدى فإن الاستخدام السيئ يمكن أن يقود الباحث إلى العمق الذهني عندما ينصب على شبكته ولا يعود منفتحاً على الجودة وعلى الأشياء الغير متوقعة والغريبة والغير معتادة وفي هذه الحالة هناك خطر من فقدان الأحداث أو الظواهر الهامة للفهم التفصيلي لموضوع الدراسة. (martineau, pp. 11-12)

حيث وظفت الباحثة شبكة التحليل بما يخدم الموضوع، وذلك من خلال محاولة تكييف شبكة التحليل الخاصة بموقع الفيس بوك مع موضوع الدراسة ومتغيراتها وفروضها من أجل بناء فئات تحليل ذات فاعلية وكفاءة لرصد المعلومات والحقائق المطلوبة.

وفي هذا السياق تجدر الإشارة إلى وجود عديد النماذج لشبكات التحليل والتي أضحت متوفرة عبر الانترنت، ولكن ولتجنب استخدام شبكات تحليل ذات البعد تجاري فقد حاولت الباحثة الاستقصاء والبحث عن شبكات التحليل التي تشرف على إنجازها ونشرها المعاهد والمراكز والجامعات المتخصصة في هذا المجال ، وقد قامت الباحثة باستخدام شبكة التحليل الخاصة بموقع الفيس بوك والتي أشرف على إنجازها

مركز "fritric"، وذلك بتكليف الشبكة مع طبيعة الموضوع المدروس وكذا إشكالية الدراسة ومتغيراتها الأساسية ، والمركز سالف الذكر هو مركز الاختصاص التابع لمديرية التعليم العام والثقافة والرياضة (dics)، كما يعد مركز الاختصاص المسؤول عن جميع الجوانب المتعلقة بالإعلام وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (MITIC) في مجال التعليم في كانتون فريبورغ بسويسرا، حيث أدرجنا نسخة من شبكة التحليل المذكورة ضمن الملاحق.

3.2.3. تحليل المضمون:

تنضوي الدراسة الحالية على جانبين أساسيين أحدهما ميداني والآخر تحليلي حيث اعتمدنا في الشق التحليلي للدراسة إلى جانب شبكة التحليل على تحليل المضمون كأداة بحثية نظرا لكونه يعد من أكثر أدوات البحث استخداما في الدراسات الإعلامية ، ويعرف تحليل المضمون على « أنه أسلوب للرصد والتوصيف الكمي للمضامين أو المحتوى الظاهر للاتصال»(المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، 2014، صفحة 370). كما عرفه "كيرلنجر" « بأنه منهج لدراسة الاتصال وتحليله بطريقة منتظمة وموضوعية ، وكمية بهدف قياس المتغيرات».(المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، 2014، صفحة 371)وتجدر الإشارة إلى اعتماد الباحثة استمارة تحليل المضمون لجمع البيانات والمعطيات اللازمة حول الموضوع المدروس إلى جانب دليل التعريف الإجرائي للفئات اللذين تم توزيعهما على الأساتذة المحكمين لاختبار الصدق والثبات.

4.2.3. الاستبيان الالكتروني:

نظرا لكون الدراسة الحالية تنضوي أيضا على جانب ميداني بالإضافة إلى جانبها التحليلي، فإن الباحثة عمدت إلى استخدام الاستبيان الالكتروني كأداة بحث منهجي لمعرفة آراء الصحفيين العرب العاملين في مجال الصحافة المكتوبة نحو صحافة المواطن العربية وطبيعة الضوابط الأخلاقية التي تحكمها، ومدى استجابتها للمتطلبات المهنية وذلك من خلال استمارة الكترونية شملت عينة من الصحفيين المهنيين في الصحف العربية الأكثر انتشارا ومقروئية وذلك بناء على تصنيف لسنة 2018 قامت بإجرائه مؤسسة «Arabic Industry» كما هو موضح في الجدول أدناه، لأجل تقريب جانبي الدراسة أكثر وجعلها أكثر تكامل وانسجام لرصد المعطيات والحقائق اللازمة بغية بلوغ أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها، وقد تضمنت استمارة المقابلة الخاصة بالدراسة الميدانية المحاور التالية:

المحور الأول: بيانات عامة.

المحور الثاني: بيانات الصحفيين المهنيين حول معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة الصحفية.

المحور الثالث: بيانات الصحفيين المهنيين حول مدى التزام المواطن الصحفي بأخلاقيات المهنة.

المحور الرابع: بيانات الصحفيين المهنيين حول ماهية الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين.

المحور الخامس: بيانات الصحفيين المهنيين حول طبيعة التجاوزات التي يقع فيها المواطنون الصحفيين.

وقد حاولنا قدر المستطاع أن تكون أسئلة الاستبيان واضحة ومعبرة عن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها بحيث تحقق قدرا من التوازن في تغطية كل التساؤلات وكذا الفرضيات ومؤشراتها. وتجدر الإشارة أن الباحثة سعت بكل السبل على مدار الفترة الزمنية المخصصة لهذه الدراسة التواصل مع المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة، إلا أنهم رفضوا التعاون معنا لأسباب غير محددة ما اضطر الباحثة إلى تحويل عينة الدراسة الميدانية إلى الصحفيين المهنيين العاملين في الصحف العربية المكتوبة كما ذكرنا سالفًا.

جدول رقم 2.3: يوضح الصحف عينة الدراسة الميدانية:

| الموقع الإلكتروني | التوجه السياسي | معامل التأثير | اللغة | بلد صدورها | الصحيفة |
|----------------------------------|----------------------|---------------|---------------------|------------|---------------|
| http://www.alghad.com | / | 84 | العربية والانجليزية | الأردن | الغد |
| http://alrai.com | موالية | 66 | العربية | | الرأي |
| https://www.youm7.com | إصلاحية /ليبرالية | 80 | العربية | مصر | اليوم السابع |
| http://www.ahram.org.eg | موالية | 72 | العربية | | الأهرام |
| https://www.albayan.ae | موالية | 74 | العربية | الإمارات | البيان |
| /http://www.alittihad.ae | موالية | 64 | العربية | | الاتحاد |
| https://www.annahar.com | وسطية يسارية | 65 | العربية | لبنان | النهار |
| http://www.alyaum.com | موالية | 64 | العربية | السعودية | اليوم |
| https://www.alaraby.co.uk/portal | / | 62 | العربية | قطر | العربي الجديد |
| http://www.alquds.co.uk | عربية شعبوية | 60 | العربية | بريطانيا | القدس العربي |
| https://www.echoroukonline.com | مستقلة | 53 | العربية | الجزائر | الشروق اليومي |

(industryarabic, 2018)

تم إرسال الاستبيان الإلكتروني إلى الصحفيين العرب العاملين بالصحف المذكورة وذلك يوم 2019/09/31 عبر عناوين البريد الإلكتروني، والصفحات الرسمية عبر موقع الفايس بوك وكذا عبر التواصل معهم مباشرة عبر المواقع الإلكترونية لمؤسساتهم لثلاثة أشهر كاملة دون الحصول على ردود أي إلى غاية 2019 /12/31، الأمر الذي اضطر الباحثة إلى تغيير العينة واستخدام عينة كثرة الثلج وذلك عبر تداول الاستبيان مع الصحفيين العرب الذين تتواصل معهم عبر حسابها الشخصي ليتم تحويله إلى صحفيين آخرين ، دون اقتصار أفراد العينة على العاملين في مجال الصحافة المكتوبة فقط وإنما في كل وسائل الإعلام العربية.

وقد حددت الباحثة بداية سلسلة عينة كرة الثلج من خلال إرسال الاستبيان إلى صحفيين عرب من الجزائر، تونس، المغرب، مصر، السعودية، فلسطين، والأردن ليتم تداوله كما ذكرنا خلال الفترة الزمنية التي امتدت من 2020/1/1 إلى غاية 2020/2/10، استطاعت الباحثة خلالها تحصيل 72 مفردة انقطعت بعدها السلسلة ونظرا لبلوغ درجة التشبع المعلوماتي فقد اكتفينا بهذا العدد من المفردات.

○ برنامج التحليل الإحصائي للبيانات SPSS:

اعتمدنا في تفريغ وتحليل بيانات الدراسة الميدانية على برنامج التحليل الإحصائي للبيانات SPSS في نسخته الأخيرة 2020 والذي اختصر على الباحثة الكثير من الوقت والجهد سيما وأن عملية تفريغ الاستبيان الإلكتروني تتسم بنوع من الصعوبة مقارنة مع الاستبيان الورقي.

3.3. عينة الدراسة:

إن الحصول على عينة ممثلة هو الغاية الأساسية والهدف الرئيسي الذي يسعى الباحث لبلوغه حيث تفرض العينة نفسها كأسلوب لجمع البيانات عندما يكون الباحث غير قادر على إجراء دراسته على جميع مفردات مجتمع البحث فيلجأ عندها إلى اختيار عينة تجرى عليها الدراسة.

ويعرف محمد عبد الحميد العينة بأنها: ("عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"). (الحميد، 2004، الصفحات 159-158)

أ- **عينة المصدر:** يمثل مجتمع البحث الهدف الأساسي من الدراسة ذلك أن الباحث سيعمم النتائج عليه لاحقاً، ويشمل مجتمع البحث في إطار الدراسة الحالية جل صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك والناطقة باللغة العربية والتي تمارس دور صحافة المواطن والإعلام البديل.

وقد حاولنا من أجل إنجاز هذه الدراسة البحث عن المواقع والصفحات ذات الصلة بموضوع بحثنا والتي يمكن أن نستقر في النهاية على أن تضيفها في خانة صحافة المواطن أو الصحافة البديلة التي يوظفها المواطنون الصحفيين ، ولكن الإشكال الأكبر كان في إيجاد مواقع تتوفر فيها شروط وخصائص صحافة المواطن وذلك على الصعيد العربي والمغاربي على وجه الخصوص، حيث تعاني معظم صفحات الشبكات الإخبارية العربية والتي يشرف عليها المواطنون الصحفيين من عدم الاستمرارية وفق المحتوى، وهو ما وقفنا عليه خلال مرحلة الدراسة الاستطلاعية وكذا عند اختيار عينة الدراسة التحليلية، وتجدر

الإشارة أيضا في هذا السياق إلى قلة أو بالأحرى انعدام صحافة الويكي العربية أو صحافة المصدر المفتوح كما يطلق عليها في الأدبيات العلمية والأكاديمية، وهو ما سنتطرق له لاحقا بشيء من التفصيل في الفصول النظرية.

وبعد مرحلة مطولة من البحث المضني والتمحيص لعدد الصفحات الخاصة بصحافة المواطن العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك عمدنا إلى اختيار عينة من الصفحات المذكورة (الشبكات الإخبارية) وفق أسلوب العينة المتاحة وقد وضعنا معايير أساسية في انتقاء الصفحات هي: جودة المحتوى وعدد المتابعين إلى جانب الاستمرارية في النشر، حيث أن العديد من صفحات الشبكات الإخبارية العربية عبر موقع الفاييس بوك تتوقف عن النشاط بعد فترة زمنية وتصبح غير مفعلة، وما يجعلها غير متاحة للتحليل.

وتعرف العينة المتاحة على أنها: «القيام باختيار وحدات العينة الأكثر إتاحة للباحث [...] لذلك يفضل استخدام هذا النوع من العينات في مرحلة الدراسات الاستكشافية التي يمكن أن تتبعها دراسات أخرى تعتمد على عينات احتمالية». (المزاهرة، مناهج البحث الاعلامي، 2014، صفحة 133) وشملت عينة الدراسة صفحات الشبكات الإخبارية التالية:

- شبكة رصد الإخبارية المصرية (RNN).
- شبكة شام الإخبارية (SNN).
- شبكة رصد الإخبارية المغربية.

حيث قمنا باستثناء كل من صفحة شبكة رصد الإخبارية الجزائرية وكذا شبكة رصد الإخبارية التونسية واللذان توقفنا بفترة زمنية قبيل بداية الدراسة التحليلية، إلى جانب صفحات أخرى عربية وهو ما جعلنا أمام خيار العينة المتاحة.

ولا يعني ذلك قلة أو انعدام صحافة المواطن على المستوى العالمي، بل هي في تزايد مطرد من حيث العدد والأشكال ومن جملة هذه المواقع والأكثر شهرة نذكر منها موقع [oh my news](#) الكوريوموقع [CNN iRepport](#) وكذا موقع [Agoravox](#) الفرنسي وغيرها ولكن لأسباب موضوعية ترتبط بالبحث وبالأهداف والغايات المراد تحقيقها ارتأينا أن تكون عينة الدراسة ذات الطابع عربي ومغاربي نظرا للنقص الفادح في الدراسات التي تناولت هذا الموضوع، وذلك في حدود ما تم الاطلاع عليه.

جدول رقم 3.3: يبين صفحات الشبكات الإخبارية التي شملتها الدراسة التحليلية:

| الرقم | اسم الصفحة | تاريخ الإنشاء | عدد المتابعين | رابط الصفحة |
|-------|---------------------------------------|----------------|----------------|---|
| 01 | شبكة رصد المصرية (RNN) | 01/22/2011 | 12 مليون متابع | http://www.facebook.com/rassdnewsN/ |
| 02 | شبكة شام السورية (SNN) | فبراير 2011 | 3.8 متابع | http://www.facebook.com/SHAMNEWS |
| 03 | شبكة رصد المغربية Rassdmaroc | 07 سبتمبر 2016 | 57845 متابع | http://www.facebook.com/rassdmarocco |
| 04 | شبكة رصد التونسية (تم إزالة تفعيلها) | 22 أبريل 2016 | 1 مليون متابع | http://www.facebook.com/Rassd.officiel |
| 05 | شبكة رصد الجزائرية (تم إزالة تفعيلها) | / | / | / |

وفي ما يلي سنقدم بطاقة تقنية لكل شبكة إخبارية

■ شبكة رصد الإخبارية المصرية:

هي منصة إعلامية مهتمة بالشأن المصري والعربي، تنتقل الأخبار لحظة بلحظة، وتعمل على إنتاج

محتوى خبري سياسي اجتماعي متنوع، شعارها إعلام الجمهور.

كما تعد شبكة رصد الإخبارية المصرية "RNN" من أبرز التجارب المعبرة عن ظاهرة صحافة المواطن

وأحد أبرز الأمثلة، وهي شبكة إخبارية تقوم على صفحات المواطنين تدمج الصحافة بالشبكات الاجتماعية

مثل "تويتر وفايس بوك"، حيث قام المواطن الصحفي عبد الله الفخراي وأصدقاؤه بإنشاء شبكة من مئة

صحفي متطوع على موقع "الفايس بوك" إذ قام الناشطون الميدانيون بمد الناشطين الإلكترونيين بالأخبار

الميدانية من الساحات والشوارع لحظة بلحظة، إضافة إلى قيام الناشطين بوضع مئات الصور الملتقطة

بعدسات هواتفهم النقالة وكاميراتهم، وتحميل فيديوهات وكتابة مقالات إخبارية قصيرة على شريط تحديث الحالة في الفاييس بوك إضافة إلى نشر الأخبار السياسية والاجتماعية المرتبطة بالأحداث، وقد استطاعت الشبكة الوصول إلى عشرات الآلاف من الباحثين عن أخبار مصر، وهذا ما أعطى الشبكة بعدا آخر يتجاوز الأخبار المكتوبة. (المعطي، 2015، صفحة 90)

▪ شبكة شام الإخبارية السورية (SNN):

«تعد شبكة شام الإخبارية السورية والتي أسست في فبراير 2011 في دمشق، المصدر الأساسي لمعظم الفيديوهات والصور التي تبثها الفضائيات العربية والعالمية في تغطية الثورة السورية منذ انطلاقتها، وقد وصل عدد الأفلام التي تم تحميلها والتي تخص الثورة السورية على موقع اليوتيوب أكثر من 60 ألف فيلم يوثق الأحداث في جميع المناطق» (المعطي، 2015، صفحة 90).

«وشبكة شام هي منظمة وطنية أسسها نشطاء سوريون في المراحل المبكرة جدا من الثورة السورية، مهمتها هي نشر أخبار ذات مصداقية عالية عن نشاط الثوار، والتنسيق لإيصال صوتها للعالم الخارجي، شعارها الحقيقة كما هي، ثم ترخيصها في الولايات المتحدة الأمريكية برقم 70038A وذلك بتاريخ 6 جويلية 2011». (شبكة شام ، 2011)

«وقد اكتسبت الشبكة مصداقية كبيرة خلال الفترة الماضية، وتحولت إلى مرجعية للحدث السوري، وأصبحت الناقل الرسمي للثورة، وتستعين الشبكة التي تعمل بالمواطن الصحفي الذي يصور ما حوله من أحداث ويحملها على شبكة الأنترنت، قبل أن تتولى الشبكة تصنيفها وتأكيدا وإعادة بثها إلى القنوات الفضائية» (المعطي، 2015، صفحة 92).

فقد وصل عدد المتابعين للشبكة على الأنترنت إلى ما يزيد على ربع مليون، أما حاليا فيبلغ حوالي 3.8 مليون وهو ما يؤكد على انتشارها وجماهيريتها، وقد فتحت الشبكة خطوطا مباشرة مع المواطن السوري عبر البريد الالكتروني لتلقي الأخبار وإعادة تحريرها وبثها وتوزيعها على الوكالات العالمية والقنوات الفضائية، وقد بلغ عدد مراسلي الشبكة من الصحفيين المواطنين ليغطي كامل سوريا.

▪ خدمات شبكة شام الإخبارية:

تقدم شبكة شام الإخبارية الخدمات التالية:

✓ أخبار الداخل السوري لحظة بلحظة بسرعة ومهنية ومصداقية عالية لوكالات الأنباء بالعربية والانجليزية.

✓ البث المباشر ميدانية وعسكرية.

- ✓ تقارير إعلامية وميدانية وتقارير عسكرية بشكل يومي بالعربية والانجليزية والإسبانية.
- ✓ تقارير صحفية مرئية من الداخل السوري عبر شبكة المراسلين.
- ✓ مداخلات إعلامية تشرح الوضع الميداني في كافة المحافظات السورية وفي كافة النقاط الساخنة.
- ✓ أفلام وثائقية قصيرة تسلط الضوء على بعض جوانب الثورة المغفلة.
- ✓ صور فوتوغرافية يومية تقدم لوكالات الأنباء، وأكبر أرشيف فوتوغرافي توثيقي للثورة السورية.
- ✓ فيديوهات توثق الأخبار والأحداث اليومية المشتركة والحصارية.
- ✓ الدعم التقني والأمني الإلكتروني للناشطين والمراسلين. (خدمات شبكة شام، 2011)
- شبكة رصد الإخبارية المغربية:

هي جريدة إلكترونية مستقلة، ترصد ما لا يرصده الإعلام الرسمي تم إنشاؤها في 07 سبتمبر سنة 2016 شعارها إعلام يصنعه الجمهور، وتقدم شبكة رصد الإخبارية المغربية الخدمات التالية:

- الأخبار المكتوبة.
- الأخبار المصورة.
- فيديوهات مصورة.
- تقارير إخبارية.
- أفلام وثائقية.
- أفلام قصيرة.
- برامج مسجلة.
- مباشرات إخبارية.

وذلك من خلال شبكة من المراسلين عبر كامل تراب المملكة المغربية.

ب - العينة الزمنية:

إن طريقة انتقاء العينة الزمنية ترتبط ارتباطاً وثيقاً بانتقاء الفترة الزمنية التي غطتها العينة، وقد عمدنا إلى اختيار أسلوب العينة العشوائية المنتظمة الدائرية، وهذا الأسلوب يجنب الباحث التحيز وإعطاء الأفضلية لمضامين على حساب مضامين أخرى، كما أن صفة الدائرية للعينة يمنحها التنوع حيث أن المحتويات من نصوص وصور وفيديوهات الخ، والتي يتم إنتاجها عبر فترات زمنية متباينة تتسم بالتنوع المعلوماتي وهو ما يستجيب لمتطلبات الدراسة التحليلية.

وقد تم تحديد المجال الزمني للعيينة التحليلية في الفترة الممتدة من 15 مارس 2019 إلى 15 جويلية 2019، حيث كانت بداية تصفح الصفحات الثلاث عينة الدراسة في 15 من شهر مارس 2019 فكانت المفردة الأولى هي 15 مارس 2019، وبجعل مسافة زمنية بين كل مفردة والمفردة التي تليها (15 يوما) وهو ما سهل على الباحثة عملية تنظيم وتصنيف المضامين المنتجة عبر الصفحات عينة الدراسة، حيث حصلت الباحثة على العينة كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم 4.3: يوضح العينة الزمنية للدراسة:

| المفردة | اليوم | التاريخ |
|---------|----------|----------------|
| 01 | الجمعة | 15 مارس 2019 |
| 02 | السبت | 30 مارس 2019 |
| 03 | الاثنين | 15 أبريل 2019 |
| 04 | الثلاثاء | 30 أبريل 2019 |
| 05 | الأربعاء | 15 ماي 2019 |
| 06 | الخميس | 30 ماي 2019 |
| 07 | السبت | 15 جوان 2019 |
| 08 | الأحد | 30 جوان 2019 |
| 09 | الاثنين | 15 جويلية 2019 |
| 10 | الثلاثاء | 30 جويلية 2019 |

○ اختبار الصدق:

عمدت الباحثة إلى عرض دليل التعريف الإجرائي للفئات وكذا استمارة الاستبيان الإلكتروني على أربعة محكمين من أساتذة علوم الإعلام والاتصال، وذلك بغية فحصها والوقوف على مدى نجاعتها في قياس تساؤلات الدراسة والإجابة على فرضياتها حيث تم تصويب كل الجوانب المطلوبة وفقا للملاحظات المقدمة وكلاهما موجودة في كل من الملحق رقم 01 والملحق رقم 03 .

ج- فئات التحليل ووحداته:

قمنا بتحديد فئات التحليل الرئيسية والفرعية بعد الاطلاع على الصفحات عينة الدراسة وكذا شبكات التحليل الخاصة بتحليل هذا النوع من المواقع وتكييفها مع إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وتتمثل فئات التحليل في ما يلي:

أولاً/ من حيث المضمون (ماذا قيل): وتشمل كل المحتويات المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية عبر موقع الفايس بوك ومدى التزامها بالأخلاقيات والضوابط المهنية وتشمل الفئات التالية:

1- فئة المحتوى: وتتعلق بكل المحتويات والمواد التي يتم نشرها عبر صفحات الشبكات الإخبارية

العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك وتقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:

1-1- نوع الموضوعات المنشورة حسب النطاق الجغرافي: (محلي، عربي، دولي)

1-2- نوع الموضوعات المنشورة حسب التقسيم الموضوعي: سياسية، اجتماعية، أمنية اقتصادية، ثقافية، دينية.

2- فئة أهداف المحتوى: وتتضمن هذه الفئة طبيعة الأهداف التي تسعى الشبكات الإخبارية العربية إلى تحقيقها من خلال المواد والمحتويات التي يتم نشرها بواسطة المواطنين الصحفيين وتشمل المؤشرات التالية: إنتاج المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار، نقد المشاكل والظواهر الاجتماعية المختلفة، كشف التجاوزات وإظهار الحقائق، مناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية بكل حرية وموضوعية.

3- فئة الأخلاقيات المهنية: وتشمل هذه الفئة كل الأخلاقيات والمعايير المهنية التي يتوجب على المواطنين الصحفيين الالتزام بها عند تقديم ونشر المحتويات والمضامين عبر صفحات الشبكات الإخبارية وتشمل الفئات التالية:

3-1- فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع: وتتمثل في مجمل القيم الأخلاقية التي يتوجب على المواطن الصحفي الالتزام بها بغية حماية مجتمعه والحفاظ على وحدته وتماسكه وتشمل المؤشرات التالية:

- الفاعلية الاجتماعية: أي أن المواطن الصحفي عبر صفحات الشبكات الإخبارية يكون فاعلاً ويكون له موقفاً متقدماً من مشاكل الواقع المعقدة كلما كان حاضراً في فضاء الصفحة، ويتفاعل مع الأحداث والقضايا بنظرة نقدية، حيث ينتقد مشكلات المجتمع الذي يعيش فيه، ويكشف بعض التجاوزات من خلال نشر المحتويات باستمرار.

- الخلفية التشاركية: والمراد بها مشاركة المواطنين الصحفيين في صياغة وبناء المحتوى بطريقة تشاركية ونشره عبر مختلف المنافذ التي تتيحها الصفحة.

3-2- فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد: وتضم مجموع الضوابط والأخلاقيات التي لا يلتزم بها المواطن الصحفيين يؤدي تجاوزها للمساس بخصوصية الأفراد وتعرضهم للقذف والسب والتشهير وتشمل المؤشرات التالية :

- التدخل في الخصوصية

- القذف والسب والتجريح

- التشهير

3-3- فئة قواعد الكتابة والتحرير الصحفي: وتشمل هذه الفئة المعايير والأخلاقيات المهنية التي من الضروري أن يكون المواطن الصحفي ملما بها وهي المعايير التي تدخل في صميم أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتشمل هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

3-3-1- فئة التجانبالإيديولوجي: وتشمل هذه الفئة المصادر الإخبارية الأساسية التي تعتمد عليها صفحات الشبكات الإخبارية العربية ومدى اعتمادها على المعلومات المستقاة من وسائل الإعلام التقليدية، وقيامها بعملية الغرلة وإعادة صياغة المحتوى ليعاد نشرة مرة أخرى أين يتم التعليق عليه وإبداء الرأي بشأنه.

3-3-2- فئة الموضوعية: وتخص هذه الفئة التزام مبدأ الحيادحيال الموضوعات المنشورة من قبل المواطنين الصحفيين وعدم التحيز لطرف معين على حساب طرف آخر سواء بالحذف أو بتغيب الحقائق والمعلومات حيث تتضمن هذه الفئة العديد من المؤشرات نذكر منها: عدم الحذف وتغيب الحقائق والمعلومات، عدم الانحياز في اختيار المصادر، عدم الانحياز باستخدام مصطلحات وتعريفات خاطئة عدم تقديم الرأي كخبر، عدم التحيز بسبب نقص السياق (عدم تقديم خلفيات القصة الإخبارية)، عدم الانحياز بعدم توافق العنوان مع النص.

3-3-3- فئة الدقة: وتتناول هذه الفئة جمع المعلومات والتفاصيل حول الخبر قبل نشره من قبل المواطنين الصحفيين الذين يديرون الصفحات وتحري الدقة في اختيار المعلومات المستقاة للنشر عبر الصفحة ومن مؤشرات هذه الفئة: ذكر التواريخ، الأماكن، الشخصيات، المصادر، الأرقام والإحصائيات.

ثانيا / فئات الشكل (كيف قيل): وتشمل طريقة وشكل عرض المحتويات عبر الصفحات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك من حيث التصميم والإخراج، آليات التوجيه والتنصفح، أدوات الاتصال وكذا الخدمات التقنية المقدمة وغيرها حيث تم اعتماد شبكات تحليل الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية بعد تكييفها مع متغيرات الدراسة وتساؤلاتها، وتوزع فئات الشكل كالتالي:

1- فئة البيانات العامة: وتضم هذه الفئة تاريخ إنشاء الصفحة الرابط الخاص بها وكذا الشعار النصي لها.

2- فئة تصميم وإخراج الصفحة: وتتناول هذه الفئة الصفحات عينة الدراسة التحليلية من خلال التصميم والإخراج والذي يتضمن:

2-1- موقع اللافتة في الصفحة: (وسط رأس الصفحة، يمين رأس الصفحة، يسار رأس الصفحة، أسفل الصفحة)

2-2- المعالجة الجرافيكية للافتة من حيث المساحة واللون.

2-3- فئة الرمز (logo)

2-4- تصميم الصفحة من حيث عناصر: الجاذبية، الصور، الصور المتحركة، الفيديو، الفيديو المباشر، الروابط التشعبية مخطط الموقع، شرائط الإبحار).

2-5- فئة العنق: وهو الحيز الفاصل بين رأس وجسم الصفحة والمراد به معرفة حالة العنق في صفحات شبكات الإخبارية من حيث توزيعه وتشكله.

3- فئة الولوج: ويقصد بها الوصول إلى الموقع أو الصفحة (إمكانية التحقق من صحة إنشاء الحساب بواسطة عنوان بريد الكتروني صالح أو رقم هاتف).

4- فئة أداة الاتصال: وتخص هذه الفئة تحديد طبيعة الصفحة ونمط التواصل الاجتماعي الذي تقوم به (مجموعة عامة، مجموعة مغلقة، شبكة أصدقاء، حساب شخصي)

5- فئة اللغة المستخدمة: وتتضمن هذه الفئة طبيعة اللغة التي يتم توظيفها واستخدامها في إنشاء ونشر المحتوى عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية عينة الدراسة.

6- فئة **توظيف الصور**: وتشمل هذه الفئة طبيعة الصور التي يتم توظيفها وذلك من حيث احترامها للمعايير والأخلاقيات المهنية من حيث احترام حقوق الملكية الفكرية بذكر مصدر الصورة، عدم المساس بالقيم الأخلاقية المجتمعية والفردية.

7- فئة **القالب**: والمقصودة بهذه الفئة سلامة اللغة، حجم النصوص، نوع الخط، حجم الخط، لون الخط.

8- فئة **القرافيزم**: وتتناول هذه الفئة مدى انسجام الصور مع النصوص والمحتويات التي ينتجها المواطنين الصحفيين، صفحة مثالية للعين، عدد الألوان، تناسق الألوان والقوالب.

9- فئة **التوجيه والتصفيح**: وتخص هذه الفئة العديد من الجوانب مثل مخطط الموقع شرائط الإبحار توافق النتائج مع عملية البحث نظام المؤشرات.

10- فئة **الخدمات التقنية**: وتتضمن هذه الفئة مختلف الخدمات التقنية التي تتيحها صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك وذلك من حيث وسائل التواصل ونشر المعطيات، روابط تحيل إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى والمدونات، خدمة Rss خدمة الأجددة الأحداث والتواريخ، نظام التصويت ، التسجيل في الأحداث أو في مجموعات الاهتمام التعليق على المنشورات، المساهمة في إنشاء المحتوى - مادة منشورة صور فيديو هات-.

11- فئة **الخصوصية**: وتشمل هذه الفئة إعدادات الخصوصية الخاصة بالصفحة وكيفية حماية المعطيات والبيانات والمحتوى بشكل عام من طرف المواطنين الصحفيين المشرفين على الصفحات وتشمل المؤشرات التالية: مراقبة المحتويات والعناصر وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام مراقبة التعليقات والصور التي ينشرها الجمهور وتحديد مضمونها، إخفاء المعلومات أو إبرازها بغرض المسؤولية وحماية الملكية الفكرية للمحتوى (نصوص صور فيديو هات).

- **الذكاء الجماعي**: وهي آلية يستخدمها المشرفين على الصفحات والمواقع بغرض التهذيب الجماعي للمعلومات ونشرها بشكل تشاركي حيث يمكن فتح المجال للجمهور العام بغرض التفاعل وتطوير المضمون .

الاختصار Keep It Short: والمراد به اختصار المعلومات أثناء الكتابة والتحرير الإلكتروني لصفحات الشبكات الإخبارية بغية تقديم مادة تحريرية مختصرة وبدون إطناب .

الربط Link It: وهي محاولة ربط المعلومات التي ينتجها الصحفيين المواطنين عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية والتي يتم تقديمها للجمهور بالمعلومات الأخرى، سواء داخل الصفحة أو على الشبكة.

نظام التصويت: وهي إستراتيجية مميزة للوالب الاجتماعي حيث يتم تشجيع المستخدمين للمشاركة وإبداء آرائهم وإعطاء تقديراتهم حول المحتويات التي يتم نشرها عبر صفحات الشبكات الإخبارية من خلال التصويت التقييم وإعادة إرسال المحتوى.

نظام الخوارزمية: وهي عبارة عن أداة تقنية يتم من خلالها تدعيم الارتباط بين المساهمات التي يقدمها المواطنين الصحفيين والتمثلة في المحتوى المقدم عبر المواقع والصفحات، وكذا مصادر المعلومات المختلفة عبر الشبكة بما يعزز صحة المحتوى وبالتالي مصداقيته.

○ وحدات التحليل:

اعتمدت الباحثة **وحدة الزمن** وهي الدقيقة بالنسبة لعنصر الفيديوهات التي يتم نشرها عبر الشبكات الإخبارية العربية بالإضافة إلى **وحدة المساحة** فيما يخص الصور المنشورة. (وحدة المساحة هي البيكسل) كما تم اعتماد وحدة الموضوع بشكل عام للتحليل والقياس.

4.3. صعوبات البحث:

إن التطرق للجانب الأخلاقي للممارسة الإعلامية في الدراسات العلمية والأكاديمية ليس بالهين نظرا لمرونة المصطلح وهلاميته زيادة على ذلك شكل لنا تناول ضوابط وأخلاقيات الممارسات المهنية انطلاقا من الفضاء الالكتروني دربا من المغامرة سيما في المراحل الأولية للبحث، نظرا لخصوصية الفضاء الافتراضي واتسامه بالجدة من حيث السياقات التاريخية التي ظهر فيها وهو ما جعل الدراسات العلمية التي تطرقت لهذا الجانب شحيحة جدا خاصة على المستوى المحلي والعربي، إضافة إلى ذلك كانت طبيعة الدراسة التحليلية إشكال آخر واجهته الباحثة من حيث اعتمادها لآليات وفتات تحليل تناسب الموضوع المدروس ومتغيراته من ناحية وتلائم خصوصية المضامين المنشورة عبر المنصات والفضاءات الالكترونية من ناحية أخرى، خاصة وأن مفهوم تحليل المضمون الالكتروني إن صحت التسمية قليل التداول علميا وأكاديميا وهو ما جعل الباحثة تأخذ فترة زمنية أطول بغية التعمق والاطلاع على أسس وآليات تحليل المضامين الالكترونية.

كما شكل اختيار العينة الممثلة لمجتمع البحث المدروس تحديا آخر للباحثة بالنظر لحدثة انتشار صحافة المواطن على المستوى المحلي والعربي، واقتصارها على أنماط وأشكال محددة مقارنة مع ما هو متاح من مواقع على الصعيد العالمي إلى جانب كونها تعاني من عدم الاستمرارية وفق المحتوى سيما فيما يخص الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك وهو ما اضطرنا إلى إعادة اختيار العينة أكثر من مرة الأمر الذي أخذ منا الكثير من الوقت والجهد.

الفصل الرابع: الدراسة الميدانية

1.4. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية

2.4. نتائج الدراسة الميدانية

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل والموسم بالدراسة الميدانية عرض وتحليل بيانات الشق الميداني ومحاولة استقراره بطريقة كمية وكيفية تمكن الباحثة من ربط الجوانب التحليلية وكذا الميدانية للدراسة الحالية، وذلك بغية جعلها تتسم بالتكامل والانسجام ما يمكننا من بلوغ نتائج الدراسة بطريقة دقيقة قابلة للتعميم، وللتذكير فقد قامت الباحثة بتوزيع استبيان الكتروني على عينة من الصحفيين العرب وفق عينة الكرة الثلجية بلغ عدد مفرداتها 72 مفردة حيث تضمنت استمارة الاستبيان الخاصة بالدراسة الميدانية المحاور التالية:

المحور الأول: بيانات عامة.

المحور الثاني: بيانات الصحفيين المهنيين حول معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة الصحفية.

المحور الثالث: بيانات الصحفيين المهنيين حول مدى التزام المواطن الصحفي بأخلاقيات المهنة.

المحور الرابع: بيانات الصحفيين المهنيين حول ماهية الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين.

المحور الخامس: بيانات الصحفيين المهنيين حول طبيعة التجاوزات التي يقع فيها الصحفيين المواطنين.

1.4. عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية:

1.1.4. بيانات عامة:

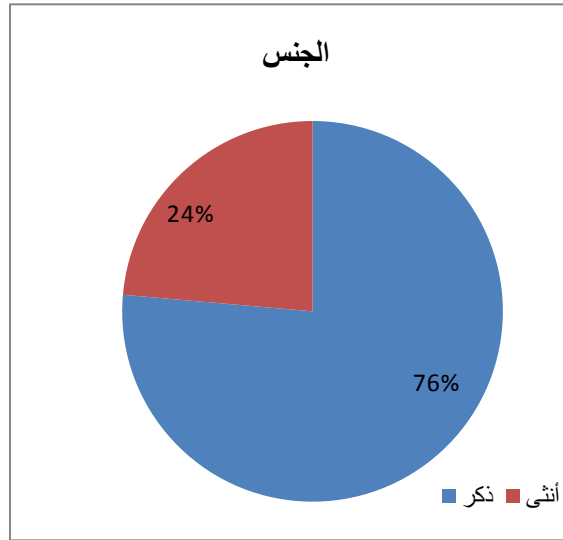
الجدول رقم 5.4: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الجنس

| المتغير | التكرار | النسبة |
|---------|---------|--------|
| ذكر | 55 | 76,39% |
| أنثى | 17 | 23,61% |
| المجموع | 72 | 100 |

يوضح الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العرب وفق متغير الجنس حيث بلغ عدد الذكور 55 مبحوثا بنسبة تقدر بـ 76.39% مقابل 17 مبحوثا من جنس أنثى بنسبة قدرت بـ 23.61% وقد جاءت هذه النتائج بمحض الصدفة ولا مجال للتحيز فيها، ويرجع السبب لكون عينة الدراسة تم اختيارها وفق أساليب المعاينة غير الاحتمالية حيث قامت الباحثة بتوزيع الاستبيان الالكتروني بطريقة كرة الثلج نظرا لصعوبة الوصول إلى أفراد العينة.

هذا من جهة ومن جهة أخرى لا يزال تمثيل المرأة عربيا في مختلف مجالات الإعلام وكذا في مجالس الصحافة والنقابات ضعيفا مقارنة مع العنصر الرجالي وذلك حسب التقارير السنوية الصادرة في هذا المجال رغم كل المكتسبات التي حققتها المرأة العربية إعلاميا واجتماعيا.

الشكل رقم 4.4: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس

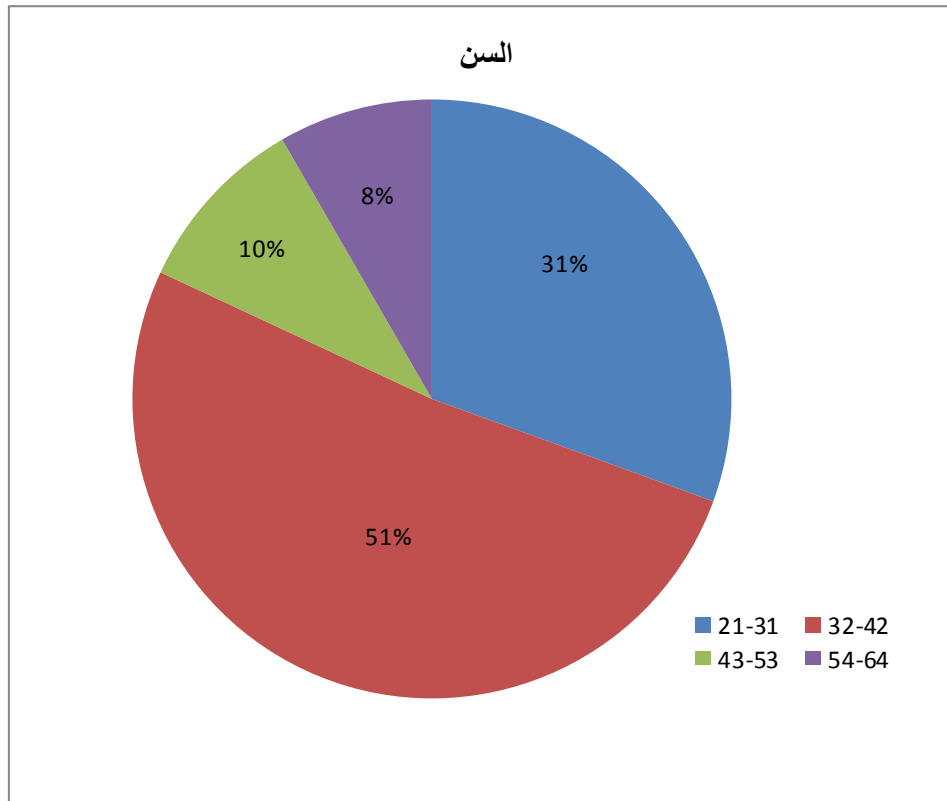


الجدول رقم 6.4: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير السن

| النسبة | التكرار | الفئات العمرية |
|------------|-----------|----------------|
| 30,6% | 22 | [31-21] |
| 51,4% | 37 | [42-32] |
| 9,7% | 7 | [53-43] |
| 8,3% | 6 | [64-54] |
| 100 | 72 | المجموع |

تبرز لنا قراءة معطيات الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن حيث حصلت الفئة العمرية من [42-32] سنة أعلى نسبة من مجموع المبحوثين وذلك بنسبة 51,4% تليها الفئة العمرية [31-21] سنة وذلك بنسبة 30,6% نظرا للتغيرات والتحولات العميقة التي يشهدها الفضاء الإعلامي العربي والذي أصبح يشهد انفتاحا وتنوعا كبيرا من حيث تعدد وسائل الإعلام وكذا الوسائط الرقمية التي فتحت المجال لفئات عمرية أصغر من ممارسة المهنة، كما جاءت الفئات العمرية [64-54] سنة و [53-43] سنة أخيرا وذلك بنسبة 9,7% و 8,3% على التوالي.

الشكل رقم 5.4: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الفئات العمرية



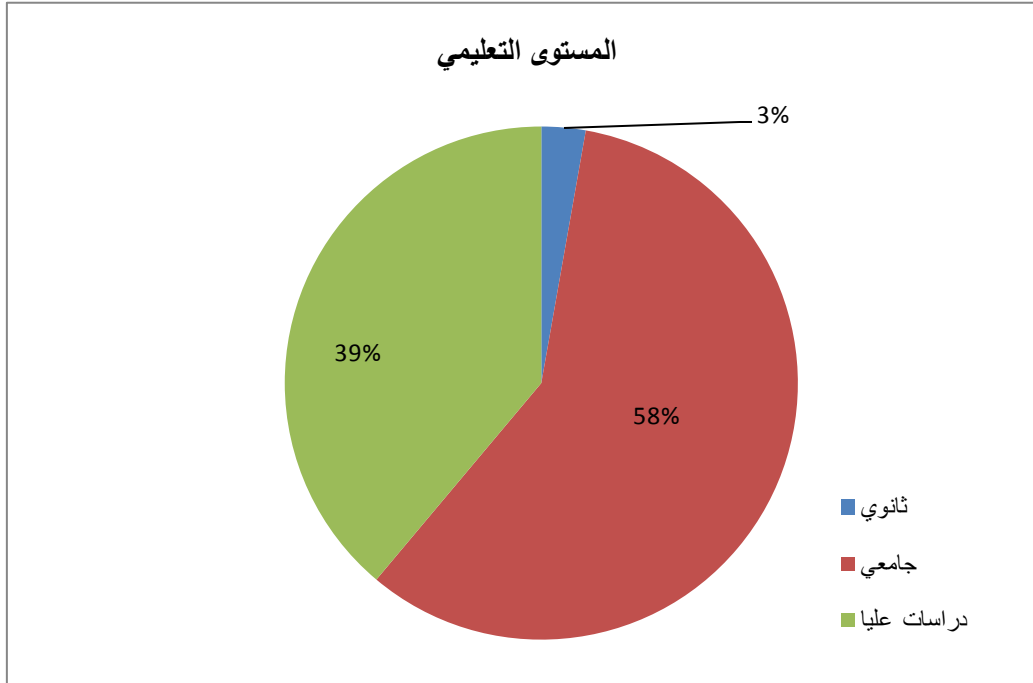
الجدول رقم 7.4: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير المستوى التعليمي

| المتغير | التكرار | النسبة |
|-------------|---------|--------|
| ثانوي | 2 | 2,78% |
| جامعي | 42 | 58,33% |
| دراسات عليا | 28 | 38,89% |
| المجموع | 72 | 100 |

تبرز معطيات الجدول توزيع أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العرب وفق متغير المستوى التعليمي حيث يحوز عدد كبير من المبحوثين على المستوى الجامعي وذلك بنسبة قدرت بـ 58.33% مقابل 38.89% من المبحوثين الذين يحوزون على مستوى الدراسات العليا الجامعية، في حين قدر عدد المبحوثين الذين يحوزون على المستوى الثانوي 2.78% وهي نسبة ضعيفة تعكس الأهمية التي بات يستأثر بها التكوين الأكاديمي في المجال الإعلامي على المستوى العربي وذلك في مختلف مجالات الإعلام إذاعة، تلفزيون، صحافة مكتوبة وإلكترونية فالتكوين الأكاديمي هو جانب أساسي مكمل للمهارات

والخبرات المهنية حيث يجعل الصحفي ملماً ومتمكناً من المعارف العلمية والنظرية التي يتطلبها العمل الصحفي.

الشكل رقم 6.4: يوضح توزيع الباحثين حسب متغير المستوى التعليمي



الجدول رقم 8.4: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الأقدمية

| الأقدمية | التكرار | النسبة |
|------------------|---------|--------|
| 1-3 سنوات | 10 | 13,89% |
| 3-5 سنوات | 21 | 29,17% |
| أكثر من 10 سنوات | 41 | 56,94% |
| المجموع | 72 | 100 |

تبرز معطيات الجدول توزيع الباحثين من الصحفيين العرب وفق متغير الأقدمية في المهنة، أين قدرت نسبة الصحفيين الذين تجاوزت أقدمتهم في المهنة العشر سنوات بـ 56.94% وهي أعلى نسبة مقارنة مع باقي الفئات، كما قدرت نسبة الصحفيين الذين تراوحت أقدمتهم في المهنة من 3 إلى 5 سنوات بـ 29.17% مقابل 13.89% للصحفيين الذين تتراوح أقدمتهم في المجال المهني من سنة إلى ثلاث سنوات، ويعكس متغير الأقدمية في هذا السياق الخبرة والفهم الكافي والعميق لضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية حسب طبيعة مجال العمل وخصوصية الوسيلة الإعلامية ما يجعل إجابات الباحثين دقيقة وعميقة وهو ما يمكن الباحثة من بلوغ نتائج الدراسة المرجوة بشكل أفضل، فكلما كانت الأقدمية في

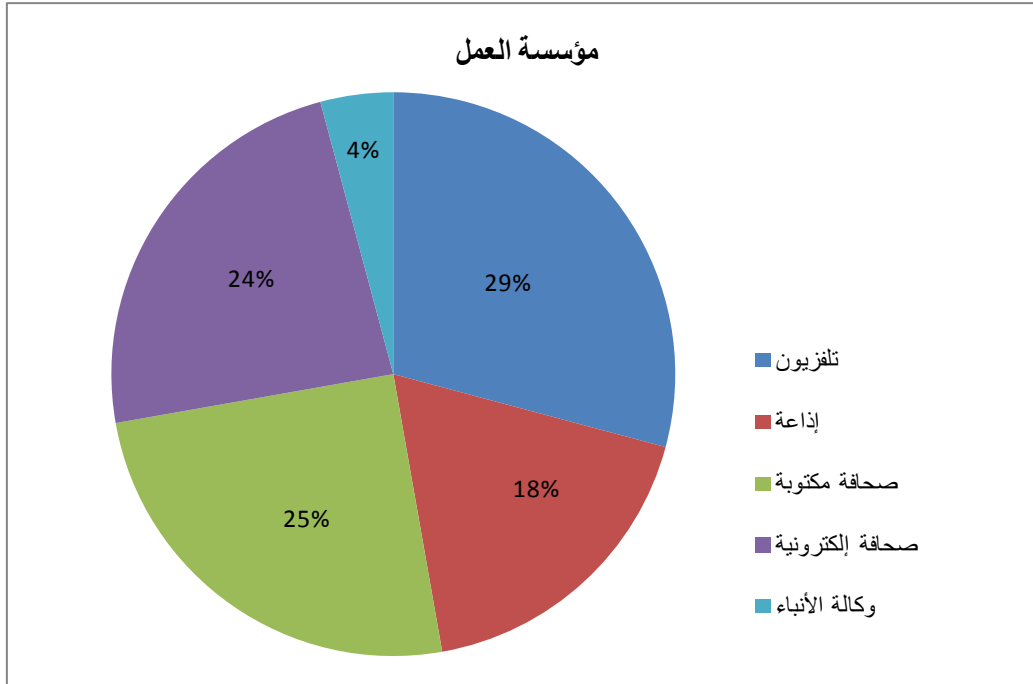
المهنة أكبر كلما زاد فهم الصحفي ووعيه بآليات وضوابط المهنة كما تقرها بنود قوانين الإعلام وموائيق الشرف المهني.

الجدول رقم 9.4: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير مؤسسة العمل

| النسبة | التكرار | مؤسسة العمل |
|--------|---------|-----------------|
| 29,2% | 21 | إذاعة |
| 18,1% | 13 | تلفزيون |
| 25,0% | 18 | صحافة مكتوبة |
| 23,6% | 17 | صحافة الكترونية |
| 4,2% | 3 | وكالة الأنباء |
| 100 | 72 | المجموع |

يوضح لنا الجدول توزيع المبحوثين وفق متغير مؤسسة العمل حيث حصل الصحفيين العرب العاملين في المجال الإذاعي، الصحافة المكتوبة وكذا الصحافة الالكترونية أعلى نسبة من مجموع أفراد العينة وذلك بنسبة 29,2%، 25,0%، 23,6% على التوالي يليها الصحفيين العرب العاملين في القطاع التلفزيوني بنسبة 18,1% وأخيرا الصحفيين العاملين في وكالات الأنباء بنسبة أقل مقارنة مع باقي الفئات الأخرى قدرت بـ 4,2%، ويعد هذا التنوع في النتائج ايجابيا بالنسبة للباحثة كونه يعكس من ناحية أخرى التنوع في آراء واتجاهات العاملين في المجال الإعلامي العربي حيال موضوع الدراسة المتعلق بصحافة المواطن ومدى التزامها بالأخلاقيات والضوابط المهنية، وهو ما يمكن الباحثة من بلوغ أهداف الدراسة وتحقيق درجة تشبع وتنوع معلوماتي أفضل.

الشكل رقم 7.4: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير مؤسسة العمل



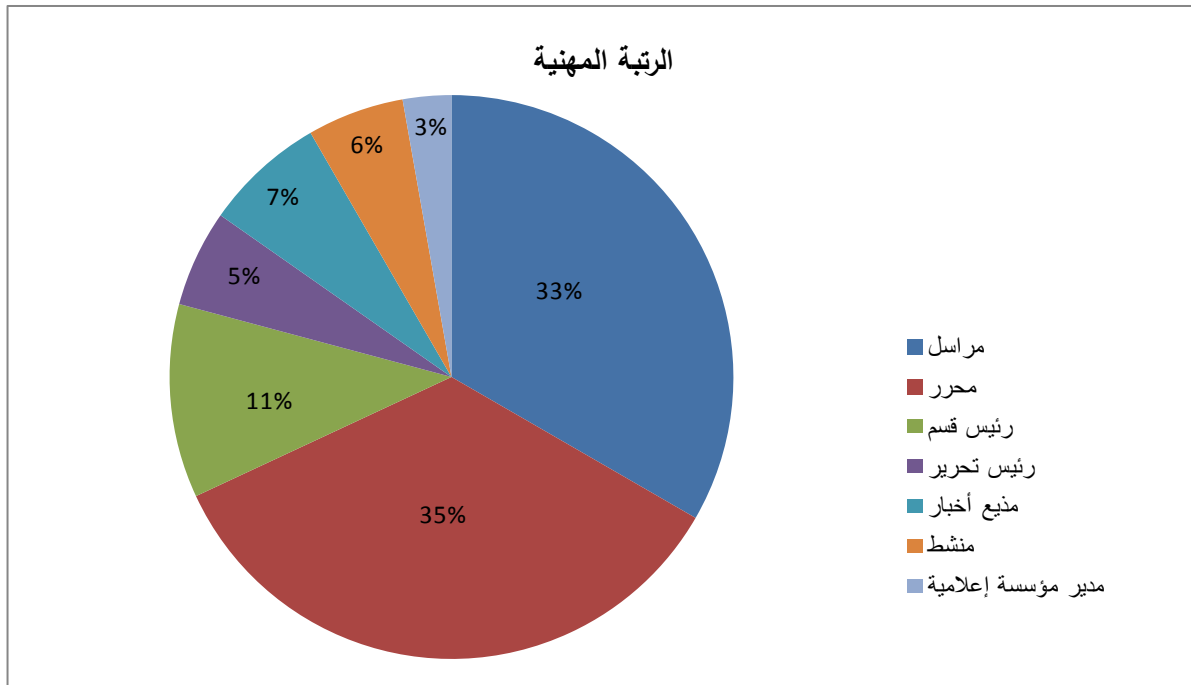
الجدول رقم 10.4: يوضح توزيع أفراد العينة وفق متغير الرتبة المهنية

| النسبة | التكرار | الرتبة المهنية |
|--------|---------|--------------------|
| 33,3% | 24 | مراسل |
| 34,7% | 25 | محرر |
| 11,1% | 8 | رئيس قسم |
| 5,6% | 4 | رئيس تحرير |
| 6,9% | 5 | مذيع أخبار |
| 5,6% | 4 | منشط |
| 2,8% | 2 | مدير مؤسسة إعلامية |
| 100 | 72 | المجموع |

يوضح الجدول توزيع المبحوثين من الصحفيين العرب وفق متغير الرتبة المهنية حيث احتل الصحفيين الذين يشغلون رتبة محرر الصدارة بنسبة 34,7% يليها المراسلين بنسبة 33,3% ثم الصحفيين الذين يشغلون رتبة رئيس قسم بأقل قدر 11,1%، في حين جاء ترتيب المبحوثين من الصحفيين الذين يشغلون رتبة رئيس تحرير، مذيع أخبار، منشط وكذا مدير مؤسسة إعلامية أخيراً وذلك بنسب

ضعيفة نسبياً ومقاربة وتجدر الإشارة إلى أن هذه النسب والتنوع في الرتب المهنية التي يشغلها المبحوثين تكتسي أهمية بالغة بالنسبة للباحثة فالمنظور الأخلاقي عموماً يختلف باختلاف عدة متغيرات كالسن والأقدمية في المهنة وكذا الرتبة المهنية التي يمكن أن يكون لها أثر بالغ على درجة فهم واستيعاب ضوابط وأخلاقيات الممارسة المهنية نظراً لأنها ترتبط في شق آخر بدرجة المسؤولية المهنية والأخلاقية التي تقع على عاتق الصحفي وبالتالي فإن هذا التنوع في الرتب المهنية يعكس تنوعاً في الرؤى لدى المبحوثين حيال موضوع الدراسة، مما يمكن الباحثة من تحصيل معطيات وافية لربط جوانب الدراسة المختلفة الميدانية وكذا التحليلية منها.

الشكل رقم 8.4: يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الرتبة المهنية



2.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة الصحفية:

الجدول رقم 11.4: يوضح ماهية صحافة المواطن بالنسبة للمبحوثين من الصحفيين العرب

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|-----------------|
| 19.44% | 14 | صحافة مهنية |
| 76.38% | 55 | صحافة غير مهنية |
| 4.16% | 03 | إعلام بديل |
| 100 | 72 | المجموع |

توضح قراءة معطيات الجدول آراء الصحفيين العرب عينة الدراسة حيال صحافة المواطن ومدى اعتبارها صحافة مهنية أو غير مهنية، حيث أجاب معظم المبحوثين على أنها صحافة غير مهنية وذلك بنسبة عالية قدرت بـ 76.38% مقابل 19.44% من المبحوثين الذين أقرّوا بأنها صحافة مهنية، في حين أجاب 4.16% من أفراد العينة بأن صحافة المواطن هي نوع من الإعلام البديل الذي برز إلى الواجهة بفعل التطورات التقنية والتكنولوجية.

ويرجع هذا التباين في الآراء إلى الضبابية والغموض التي تكتنف صحافة المواطن على الصعيد المفاهيمي إذ تتباين وتتسع بشكل كبير مدونتها المصطلحية ليس فقط على الصعيد المهني وإنما حتى على الصعيد العلمي الأكاديمي أين نجد عديد الاتجاهات المؤيدة والمعارضة لصحافة المواطن، بين من يعتبرها إعلاماً مهنيًا يوازي الإعلام التقليدي وبين الاتجاهات الأخرى التي ترى فيها تمردًا صارخًا على أعراف المهنية وطقوسها واتجاه ثالث يصنفها في خانة الإعلام البديل، إضافة إلى ذلك فإن احتدام عامل المنافسة والرغبة في استيعاب الأنماط الصحفية الجديدة من طرف وسائل الإعلام التقليدية بحيث لا تصبح تشكل عاملاً منافساً لها، ما يمكنها من الحفاظ على جماهيرها من ناحية وتدعيم مكانتها وصورتها على الصعيد المعنوي وكذا الاقتصادي من ناحية أخرى يعد سبباً آخر لاعتبارها صحافة غير مهنية من طرف شريحة واسعة من المبحوثين.

وتجدر الإشارة إلى أن نتائج هذا السؤال تتباين مع نتائج الدراسة السابقة التي أجرتها "حنان كامل إسماعيل" والموسومة بـ " دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي " حيث توصلت الباحثة إلى أن «76.6% من المبحوثين من قادة الرأي العرب أقرّوا أن المواطن الصحفي يتصرف بمهنية من خلال المضامين التي يقدمها حتى لو كان لا يملك أدنى درجات المعرفة بالعمل الصحفي، في حين أكد 23.3% من أفراد العينة أن المواطن الصحفي قليلاً ما يتصرف بمهنية». (إسماعيل، 2012، صفحة 178)

الجدول رقم 12.4: يوضح أسباب اعتبار المبحوثين صحافة المواطن صحافة غير مهنية

| النسبة | التكرار | |
|------------|-----------|--|
| 37,5% | 12 | ضعف التكوين وعدم الوعي بأسس العمل الصحفي |
| 43.75% | 14 | عدم وجود ضوابط وأخلاقيات تحكم صحافة المواطن |
| 18,75% | 6 | تهدف لمجرد إشباع حاجة الكتابة والنقد |
| 100 | 32 | المجموع |

يوضح الجدول الأسباب والدوافع التي دعت أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العرب لاعتبار صحافة المواطن بأنها صحافة غير مهنية، أين اختلفت آراء المبحوثين وتوزعت على عدة فئات أولها عدم وجود ضوابط وأخلاقيات تحكم صحافة المواطن وذلك بنسبة 43.75%، فصحافة المواطن لا تملك حقيقة إطارا تشريعيا أو قانونيا منظما يحدد الحقوق والواجبات وكذا المسؤوليات التي تقع على عاتق المواطن الصحفي حيال المحتوى المنشور وقواعد صياغته أو حيال الأفراد والمجتمع بشكل عام نظرا لأنها لا تزال في مرحلة التشكل والنشوء، فهي من هذا المنظور تختلف عن الصحافة التقليدية التي تحوز غالبا على مدونة سلوكية أو تكون خاضع لقوانين الإعلام ومجالس الصحافة وموائق الشرف المهني وغيرها رغم وجود أنماط عديدة لصحافة المواطن التي أخذت تنتهج أساليب عديدة لضبط الشق الأخلاقي لممارساتها من خلال إدراج موائق أخلاقية إلكترونية خاصة بالمواقع والصفحات وعناصر تقنية أخرى سيتم التطرق لها لاحقا في الجانب التحليلي لهذه الدراسة.

كما يرى 37,5% من المبحوثين بأن صحافة المواطن تعد غير مهنية نتيجة ضعف التكوين وعدم الوعي بأسس وأخلاقيات العمل الصحفي في حين أقر 18,75% من أفراد العينة بأن السبب يعود لمجرد إشباع حاجة الكتابة والنقد فصحافة المواطن وفقهم لا تعد سوى صحافة هواة ينقصها الوعي بأسس العمل الإعلامي وتفقر للتدريب والتكوين مقارنة مع الصحافة التقليدية، فهي لا تتطلب سوى إتقان بعض

المهارات التقنية على غرار تقنيات السمعى البصري (صوت، صورة، فيديو) وتوفر أدوات الكتابة والنشر لإنشاء المحتوى وتداوله على نطاقات واسعة*.

الجدول رقم 13.4: بوضآراء المبحوثين حول مدى إدراك المواطن الصحفى لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|---------|
| 5,56% | 04 | نعم |
| 94,44% | 68 | لا |
| 100 | 72 | المجموع |

وفق معطيات الجدول فإن الغالبية العظمى من المبحوثين ترى بأن المواطن الصحفى غير مدرك تماما لأهمية الأخلاقيات وضوابط الممارسة المهنية من خلال المضامين التي يقدمها وذلك بنسب عالية قدرت بـ 94,44% مقابل 5,56% من أفراد العينة الذين يرون بأنه واعي ومدرك لأهمية الأخلاقيات المهنية ولعل الأسباب تعزى بالدرجة الأولى إلى الفراغ التشريعي والقانوني الذي تعرفه صحافة المواطن على الصعيد العالمي، فجل الممارسات الجديدة كالتدوين والمواقع الإخبارية التساهمية والمنديات وشبكات التواصل الاجتماعي لا تحكمها إي ضوابط أو قوانين صادرة عن هيئات أو منظمات رسمية وإن وجدت فهي هلامية وغير محددة المعالم، ما يجعل هذه الممارسات تخرج في كثير من الأحيان عن مسارها ويصبح لها تداعيات وخيمة من الناحية الأخلاقية سيما لما تتحول إلى أداة لنشر الأكاذيب والأخبار المغلوطة، وفي هذا السياق يحذر الباحث «Moyo. D» من غياب أخلاقيات المهنة في صحافة المواطن والتي يمكن أن تؤدي إلى حالة من الفوضى داخل المشهد الإعلامي.

«في الوقت ذاته يحمل الدور القوي الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمعات الحرة مسؤوليات هائلة ويتحدث الصحفيون في جميع أنحاء العالم بلغة مشتركة عندما يتعلق الأمر بالقيم الأخلاقية الرفيعة لهذا المهنة» (المعطي، 2015، صفحة 161). وهو ما يفسر لنا إجماع أفراد عينة الدراسة من الصحفيين

* هناك 23 مبحوث أجاب بأنها غير مهنية ولكن لم يجيبوا على السؤال الثامن (14 أجابوا بأنها صحافة مهنية في السابق) لدى فمن المفروض أن يكون المجموع 58 وليس 32.

العرب على اعتبار المواطن الصحفي غير مدرك لأهمية الشق الأخلاقي في مجال الممارسة المهنية رغم وجود أقلية أقرت بغير ذلك.

الجدول رقم 14.4: يوضح أسباب عدم إدراك المواطن الصحفي لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها*

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|--|
| 36,76% | 25 | ضعف التكوين الأكاديمي |
| 36,76% | 25 | قلة الخبرة والممارسة |
| 47,06% | 32 | غياب الإطار التشريعي والقانوني لصحافة المواطن العربية |
| 35,29% | 24 | غياب التدريب والتكوين للمواطنين الصحفيين |
| 70,59% | 48 | عدم وجود معايير وضوابط تنظم مجال صحافة المواطن |
| 2,94% | 02 | جهل المواطن الصحفي بالمسؤولية الاجتماعية المترتبة عن نشر الأخبار |
| 1,47% | 01 | إثبات الذات وإشباع حاجة الكتابة والنقد |
| 1,47% | 01 | عدم احترام الصحافة التقليدية للأخلاقيات المهنية وتأثرها بالتوجهات السياسية |

يبين الجدول أسباب عدم إدراك المواطن الصحفي للأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها وهذا بناء على آراء عينة الدراسة من الصحفيين العرب أين تباينت الآراء وتوزعت على عديد الخيارات وذلك بنسب متفاوتة كان أعلاها الخيار الذي مفاده عدم وجود معايير وضوابط تنظم مجال صحافة المواطن وذلك بنسبة 70,59%، فقوانين الإعلام ومدونات السلوك على الصعيد العربي لا تنص صراحة على الجوانب التنظيمية لمجال الممارسات الإعلامية الجديدة وإن نصت عليها فيكون غالباً بشكل عام غير دقيق وجل الصحفيين المهنيين مدركين لهذا الجانب، كما أقر 47,06% من المبحوثين أن غياب الإطار التشريعي والقانوني لصحافة المواطن العربية هو أحد العوامل الكامنة وراء عدم إدراك المواطن الصحفي للقواعد والأخلاقيات المهنية، فعلى المستوى القانوني والتشريعي هناك نوع من الضبابية في التعاطي مع مفهوم صحافة المواطن حيث يشير المقرر الخاص إلى عدم وجود تعريف موحد لصحافة المواطن بحد ذاتها كما يشار إلى المواطن الصحفي باعتباره صحفياً غير محترف وغير مدرب لكن لا يتم تحديد ما يترتب عن تصرفاته وممارساته أو المسؤوليات التي تقع على عاتقه وكذا العقوبات المترتبة على ذلك.

* هذا السؤال متعدد الخيارات كما تم إضافة 3 خيارات أخرى بعد تكييف إجابات المبحوثين.

إضافة إلى ذلك يعتبر 36,76% من المبحوثين وبنسب متساوية أن ضعف التكوين الأكاديمي وكذا قلة الخبرة والممارسة هي من العوامل التي تساهم في عدم وعي المواطن الصحفي بالأخلاقيات المهنية مقابل 35,29% من أفراد العينة الذين ينسبون ذلك إلى غياب التدريب والتكوين للمواطنين الصحفيين « فأعداد صحفي جيد يستطيع أن يقوم بتأدية المهام المطلوبة منه لا يستند فقط إلى الموهبة أو الاستعداد الفطري أو المهارات الشخصية، إنما يتطلب التأهيل الأكاديمي [...] في معاهد وكليات الصحافة والإعلام، فقد أصبحت الصحافة المعاصرة صناعة متطورة تتطلب أسس علمية ومنهجية ». (فلاحي، التفاعلية ومابعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة ، 2017، صفحة 117) كما أن جانب التكوين أضحى في بعض البلدان على غرار الولايات المتحدة الأمريكية وسيلة فعالة لتجنب الانزلاقات الأخلاقية التي تقع فيها صحافة المواطن. ويذكر في هذا السياق "كلينت بروير" وهو مدير جمعية الصحفيين المحترفين العالمية « SPJ » أن التكوين والتدريب هو فرصة لمساعدة المواطنين الصحفيين وتسليحهم بالأدوات التي تمكنهم من خدمة المجتمع. (المعطي، 2015، صفحة 160)

بالإضافة إلى ذلك أكدت نسبة ضعيفة من أفراد عينة الدراسة قدرت بـ 2,94% أن جهل المواطن الصحفي بالمسؤولية المترتبة عن نشر الأخبار يعد أيضا من الأسباب الكامنة وراء قلة وعيه بأخلاقيات المهنة، كما أن عدم احترام الصحافة التقليدية لأخلاقيات المهنة وتأثرها بالتوجهات السياسية والإيديولوجية يساهم بدوره في تغييب الوعي لدى المواطن الصحفي نظرا لكون الصحافة المهنية من المفروض أن تقدم صورة ايجابية وتكون قدوة يستفيد منها المواطن الصحفي.

وأخيرا اعتبر 1,47% من المبحوثين أن إثبات الذات والرغبة في إشباع حاجة الكتابة والنقد يعد واحدا من الأسباب التي تحول دون إدراك المواطن الصحفي لأهمية الشق الأخلاقي للممارسة الإعلامية فيصبح يقدم أي محتوى لمجرد تحقيق رغبة ذاتية وميولات شخصية، وهو ما يعبر عنه بالسلبية الاجتماعية وعدم إمكانية التفاعل الحقيقي مع الواقع فيصبح غير قادر على تقديم رسالة مجتمعية هادفة وذات أبعاد.

الجدول رقم 15.4: آراء المبحوثين حول مدى معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة عربي

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|-------------|
| 1,39% | 1 | معرفة معمقة |
| 72,22% | 52 | معرفة سطحية |
| 26,39% | 19 | إلى حد ما |
| 100 | 72 | المجموع |

توضح معطيات الجدول آراء المبحوثين من الصحفيين حول مدى معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة الصحفية عربيا حيث أجاب معظم المبحوثين على أن معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة الصحفية تتسم بالسطحية وذلك بنسبة عالية قدرت بـ72,22% في حين أقر 26,39% من أفراد العينة بأن اطلاع المواطن الصحفي وإلمامه بقواعد وأخلاقيات المهنة على المستوى العربي نسبي، وذلك من خلال اختيار عبارة إلى حد ما، بالمقابل أجابت نسبة ضئيلة جدا من المبحوثين بأن معرفة المواطن الصحفي للضوابط المهنية هي معرفة معمقة و إذا ما حاولنا ربط إجابات هذا السؤال بالسؤال السابق المتمحور حول عوامل عدم إدراك المواطن الصحفي لأهمية الأخلاقيات المهنية، نجد أن جل العوامل التي ذكرها المبحوثين تحول دون إدراك المواطن الصحفي للشق الأخلاقي بشكل عميق وجوهري سيما على الصعيد العربي.

فإذا كانت قوانين الإعلام وكذا عهود ومواثيق الشرف المهني السائدة في عديد البلدان العربية تتضمن بنودا عامة لا تحدد بدقة الحقوق ولا الواجبات ولا حتى المسؤوليات التي تقع على عاتق الصحفي حيث تركز على العقوبات أكثر من تركيزها على القواعد والأخلاقيات المهنية. « فمعظم قوانين الإعلام في المنطقة العربية تعاني غياب مرجعية فكرية واضحة أيا كانت تجاه موقع وسائل الإعلام في المجتمع وكيفية التعامل مع تلك الوسائل». (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي، 2014، صفحة 134) ما يجعل الصحفي المهني أحيانا غير عارف بشكل كافي بالشق الأخلاقي للممارسة الإعلامية فلا ريب إذن أن يكون المواطن الصحفي بدوره ذو معرفة سطحية بهذا الجانب سيما و أن التشريعات التي تنص وتنظم الممارسات الجديدة كصحافة المواطن لا يزال يكتنفها الغموض وعدم فهم آليات الضبط والتقنين، إلى جانب غياب التكوين والتدريب للمواطنين الصحفيين وغيرها من العوامل الأخرى التي تحول دون فهم المواطن الصحفي للشق الأخلاقي للممارسة بشكل عميق.

الجدول رقم 16.4: آراء المبحوثين حول رؤية المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة عربي

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|-----------------------------------|
| 9,72% | 7 | قواعد ومعايير ملزمة وأساسية |
| 90,28% | 65 | قواعد ومعايير اختيارية وغير ملزمة |
| 100 | 72 | المجموع |

تظهر معطيات الجدول آراء المبحوثين من الصحفيين العرب حيال رؤية المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة على الصعيد العربي ومدى اعتبارها قواعد ومعايير ملزمة أو مجرد قواعد اختيارية، حيث أكد أغلب المبحوثين أن المواطن الصحفي غير واعي بقواعد وأخلاقيات المهنة ويعتبرها مجرد معايير اختيارية وغير ملزمة وذلك بنسبة 90,28% في حين أقر 9,72% من أفراد العينة بأن المواطن الصحفي مدرك لأهمية الشق الأخلاقي للممارسة ويعتبرها معايير أساسية وملزمة، ويعزى ذلك إلى نظرة الصحفيين المبحوثين لصحافة المواطن والتي تعد حسبهم صحافة هواة يغلب عليها التعليق وإبداء الرأي كما تقتصر إلى الوعي والإدراك فيما يخض قواعد وأخلاقيات الممارسة المهنية هذا من جهة، ومن جهة أخرى يعد غياب بحوث ودراسات علمية وأكاديمية تسلط الضوء على القواعد والممارسات الأخلاقية لصحافة المواطن سيما على المستوى العربي وغالبية الكتابات تصور المواطنين الصحفيين كنماذج سلبية من السلوك غير الأخلاقي. وهذا ما يفسر نظرة غالبية أفراد العينة إلى المواطن الصحفي بأنه غير مدرك لأهمية قواعد وأخلاقيات المهنة التي يعتبرها مجرد قواعد اختيارية ولا تعد شرطاً إلزامياً لممارسة الكتابة والنشر عبر الفضاءات الرقمية. أما الأقلية من المبحوثين التي تقر بمدى وعي المواطن الصحفي بأخلاقيات المهنة فهي تعكس الاتجاهات المؤيدة لصحافة المواطن أين تقر بمدى فاعلية الممارسات الجديدة وقدرتها على أن تكون إعلاماً بديلاً خاصة في ظل المتغيرات السياسية التي شهدتها المنطقة العربية.

3.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول مدى التزام المواطن الصحفي بأخلاقيات المهنة :

الجدول رقم 17.4: يوضح مدى متابعة المبحوثين لصفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك والتي يشرف عليها مواطنين صحفيين

| النسبة | التكرار | |
|------------|-----------|----------------|
| %90,28 | 65 | نعم |
| %9,72 | 07 | لا |
| 100 | 72 | المجموع |

توضح معطيات الجدول متابعة الصحفيين المبحوثين لصفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك حيث أكد غالبية المبحوثين من أفراد عينة الدراسة عن متابعتهم لهذه الصفحات الإخبارية وذلك بنسبة عالية نسبيا قدرت بـ 90,28% في حين أقر 9,72% من المبحوثين عن عدم متابعتهم للصفحات المذكورة، وإذا ما أردنا البحث في الأسباب الكامنة خلف متابعة الصحفيين المهنيين لصفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع "الفايس بوك" فإن أول الأسباب المنطقية التي تتبادر إلى الذهن هو التغييرات السياسية والاجتماعية التي شهدتها المنطقة العربية والتي اتسمت بانطلاق ثورات الربيع العربي مطلع سنة 2011، هذه الثورات كانت دافعا قويا لانتشار صحافة المواطن على الصعيد العربي واتساع قاعدتها الجماهيرية خاصة في ظل الرقابة والتعتيم الإعلامي الذي مارسه بعض الأنظمة السياسية العربية، والذي تحولت بموجبه المواقع والصفحات خاصة التي تنشط عبر موقع "الفايس بوك" إلى مصدر لاستقاء المعلومات من طرف وسائل الإعلام المحلية وكذا الأجنبية.

فقد وجدت الممارسات المستحدثة عبر المجال الافتراضي صدى كبيرا على الصعيد العربي والدوليحتى أن صفحات "الفايس بوك" أصبحت مرجعا مهما تستقي منه عديد الفضائيات الإخبارية أنبائها خاصة قناة فرانس 24، وقناة الجزيرة القطرية، حيث كانت لقطات الفيديو والصور والشواهد المنشورة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، تؤثت نشرات الفضائيات الإخبارية الأجنبية. (السنوسي، 2016، صفحة 108)

ولا تزال هذه الصفحات الناشطة عبر موقع "الفايس بوك" سيما الشبكات الإخبارية تحظى بالمتابعة في كل مرة تبرز فيها أحداث جديدة إلى الواجهة على الساحة العربية، فقد استخدمت العديد من وسائل الإعلام العربية وكذا الأجنبية الصفحات الإخبارية لاستقاء المعلومات حول تطورات الحراك في الجزائر أحداث الانقلاب العسكري في السودان وغيرها حيث تحولت متابعة الصحفيين المهنيين للمضامين المنشورة عبر صحافة المواطن إلى ضرورة تقتضيها التطورات الحالية ليس فقط محليا بل وحتى عالميا.

الجدول رقم 18.4: يوضح صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك التي يتابعها المبحوثين

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|----------------------------------|
| %24,6 | 16 | شبكة رصد الإخبارية المصرية (RNN) |

| | | |
|-----------------------------|----|-------|
| شبكة شام للإخبارية (S.N.N) | 16 | 24,6% |
| شبكة رصد الإخبارية المغربية | 25 | 38,5% |
| شبكات أخرى | 37 | 56,9% |

يوضح الجدول ماهية الشبكات الإخبارية التي يتابعها المبحوثين من أفراد العينة حيث حظيت شبكة رصد الإخبارية المغربية بأعلى نسبة متابعة مقارنة مع باقي الشبكات الإخبارية عينة الدراسة وذلك بنسبة 38,5% مقابل 24,6% لكل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة شام، في حين أقر المبحوثين من الصحفيين العرب متابعتهم أيضا لصفحات إخبارية أخرى وذلك بنسبة 56,9% وتجدر الإشارة إلى أن شبكة رصد المصرية يتابعها حوالي 12 مليون متابع من مختلف أنحاء الوطن العربي أما شبكة شام فيبلغ عدد متابعيها إلى غاية الآن 3.8 مليون متابع في حين يبلغ عدد متابعي صفحة شبكة رصد المغربية 19636 متابع، فقد ارتبط ظهور هذه الشبكات بتداعيات الربيع العربي في كل من مصر وسوريا وكذا أحداث الريف التي شهدها المغرب سنة 2016، أين تحولت هذه الشبكات إلى مصدر للمعلومات من طرف وسائل الإعلام المختلفة محليا ودوليا وأصبح العديد من الصحفيين العرب يتابعون مضامين هذه الشبكات لتحصيل المعلومات والصور والفيديوهات التي توثق للأحداث والتطورات التي تشهدها هذه البلدان خاصة في ظل التعقيم الإعلامي والرقابة الشديدة التي لا تزال تفرضها الأنظمة السياسية إلى غاية الآن خاصة في سوريا.

بالإضافة إلى الشبكات المذكورة يتابع الصحفيين العرب الذين شملتهم الدراسة صفحات أخرى لصحافة المواطن وبنسبة معتبرة تعكس أهمية هذا النمط المستجد كمصدر معلوماتي للإطلاع على الأخبار والمستجدات ونقلها للجمهور بعد الغرلة والتمحيص والتدقيق في مصادرها.*

الجدول رقم 19.4: يوضح آراء المبحوثين حول مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات وضوابط الممارسة المهنية

| | | |
|--------|---------|-----|
| النسبة | التكرار | |
| 15,28% | 11 | نعم |

* فيما يخص هذا السؤال اختار المبحوثين خيار شبكات أخرى دون تحديد ماهية الشبكات الأخرى التي يتابعونها.

| | | |
|---------|----|--------|
| لا | 61 | %84,72 |
| المجموع | 72 | 100 |

توضح لنا المعطيات الظاهرة في الجدول آراء المبحوثين من الصحفيين العرب حول مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بالأخلاقيات والقواعد المهنية، حيث أكد غالبية المبحوثين أن المشرفين على الصفحات لا يلتزمون بالأخلاقيات المهنية وذلك بنسبة عالية قدرت بـ 84,72% نظراً لعدم معرفتهم بالقواعد التي تحكم العمل الصحفي وافتقارهم للمسؤولية الاجتماعية مقارنة بالصحفيين المهنيين، فالمواطن الصحفي حسب آراء المبحوثين ليس سوى صحفي هاوي يحاول إشباع حاجته للكتابة والنشر بفعل الأدوات التي أتاحتها له الوسائط والتكنولوجيات الجديدة، في حين أقر 15,28% من أفراد العينة أن المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية يلتزمون بأخلاقيات المهنة من خلال المضامين التي يقدمونها.

وتتوافق النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول مع الدراسة السابقة التي أجرتها "حنان كمل إسماعيل" حول رأي قادة الرأي الإعلامي العربي حيال تغطية الحراك السوري من قبل المواطنين الصحفيين. حيث أقر غالبية المبحوثين إقراراً شبه جمعي حول مدى مصداقية ومهنية عمل المواطن الصحفي خاصة في الظروف السياسية الحرجة أين يستحيل ضبط مصداقية صحافة المواطن ومدى مهنتها نظراً لاختلافها الجوهرية عن الصحافة التقليدية في عدة خصائص وميزات فهي عبارة عن هوية وصدفة وتجربة عابرة ولا يوجد لها أي ضوابط محددة والرقابة فيها تقتصر على الرقابة الذاتية كونها تعبر عن تجارب شخصية. (إسماعيل ، 2012 ، الصفحات 178-179)

الجدول رقم 20.4: يوضح تقييم المبحوثين لمدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|---------------------------------|
| %0 | 0 | يوجد التزام بأخلاقيات المهنة |
| %26.39 | 19 | لا يوجد التزام بأخلاقيات المهنة |

| | | |
|---------------------------|-----------|------------|
| حسب طبيعة المحتوى المنشور | 53 | %73.61 |
| المجموع | 72 | 100 |

يوضح الجدول تقييم المبحوثين من الصحفيين العرب لمدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة التحليلية بأخلاقيات المهنة الصحفية من خلال المضامين التي يقدمونها حيث أكد 26.39% من أفراد العينة على عدم وجود التزام أخلاقي من طرف مشرفي الصفحات من المواطنين الصحفيين في حين انعدمت نسبة الإجابة على خيار يوجد التزام بأخلاقيات المهنة بالمقابل أقر 73.61% من المبحوثين بأن الالتزام بأخلاقيات المهنة لدى المشرفين على الصفحات مقرون بطبيعة المحتوى المنشور وكذا أهدافه إلى جانب المتغيرات والظروف التي تم إنتاجه فيها، وفي ذلك إشارة واضحة إلى المتغيرات السياسية والاجتماعية والتعظيم الإعلامي الذي تمارسه أحيانا وسائل الإعلام التقليدية مما يدفع المواطن الصحفي إلى تقديم محتوى يحاكي الواقع وينقل الحقائق كما هي بغية تنوير الرأي العام.

ومن الأمثلة التي تؤكد هذه الفكرة حادثة محمد البوعزيزي الشاب التونسي الذي قام بحرق نفسه في مدينة سيدي بوزيدي، فقد كانت مواقع التواصل الاجتماعي أول من نشر صور الاحتجاجات الشعبية من خلال لقطات الفيديو التي سجلت عمليات القمع التي مورست ضد المتظاهرين. (السنوسي، 2016، صفحة 110) هي ذات الفكرة التي أكدت دراسة "حنان كامل إبراهيم" فيما يخص تغطية صحافة المواطن للحراك السوري والتي اعتبرها أفراد العينة الذين شملتهم الدراسة تغطية مهنية رغم عدم إلمام المواطن الصحفي بقواعد العمل الإعلامي وعلى الصعيد العالمي أكدت عديد الأحداث على مصداقية صحافة المواطن مثل إعصار تسونامي، تفجيرات لندن سنة 2005 التي أبدى فيها المواطنون الصحفيين حسا مهنيا عاليا وجلها أحداث استثنائية وغير عادية.

فالتقييم المهني لصحافة المواطن من حيث معايير الممارسة الصحفية نجد أنه يركز بشكل أساسي إلى المعيار المهني القائم على التقييم الموضوعي لظاهرة صحافة المواطن والمواطن الصحفي، وبناء على ذلك يمكن استخلاص أن ليس كل مواطن إعلاميا إلا إذا امتلك الخبرات والكفاءة الإعلامية اللازمة لأن يقوم بدوره الإعلامي، وإذا قام المواطن بهذا الدور من وقت لآخر وبشكل غير منتظم، كأن يعطي حدثا أو غيره، لا يمكن اعتباره إعلاميا بل مواطنا شارك في العمل الإعلامي. (فلاح، التفاعلية ومابعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة ، 2017، صفحة 112)

الجدول رقم 21.4: يوضح آراء المبحوثين حول ماهية العوامل المؤثرة في مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|---|
| 19,4% | 14 | وجود رقابة وقمع لحرية الرأي والتعبير |
| 52,8% | 38 | طغيان الجوانب الذاتية للمواطنين الصحفيين |
| 56,9% | 41 | غياب الشعور بالمسؤولية الاجتماعية |
| 33,3% | 24 | الظروف السياسية والأمنية وتداعيات الربيع العربي |

يبرز الجدول آراء المبحوثين حول ماهية العوامل المؤثرة في مدى التزام المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية من المواطنين الصحفيين بأخلاقيات المهنة الصحفية أين أكد 56,9% من أفراد العينة أن غياب الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المواطن الصحفي هو أحد أهم العوامل المؤثرة في التزامه الأخلاقي حيال ما يقدمه من مضامين، كما أقر 52,8% من المبحوثين أن طغيان الجوانب الذاتية لصحافة المواطن يؤثر بشكل سلبي على التزام مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية بالشق الأخلاقي للممارسة وهو الرأي الذي تتبناه في الغالب جل الاتجاهات التي ترى في الصحافة المواطن « نوعا من الإعلام التشاركي والتبادلي الذي يكمل الإعلام التقليدي ولكنه لا يستطيع بأي حال من الأحوال أن يحل محله مهما بلغت درجة نجاعته» (السنوسي، 2016، صفحة 60)

أين يرفض بشكل مطلق رواد هذا الاتجاه إطلاق صفة الصحفي على هذه الفئة من المواطنين الذين يمارسون مهنة الصحافة، حيث يرجعون السبب إلى عدم إمكانية التزام المواطن الصحفي بقواعد العمل الإعلامي نظرا لكونه يتصرف بتلقائية تارة وبالانطباقية تارة أخرى من خلال المضامين التي ينتجها، وهو استنادا إلى هذا الاتجاه لا يعدو أن يكون سوى كاتب هاوي غير مؤهل للاطلاع بمهنة الصحفي.

كما ذكر 33,3% من الصحفيين العرب المبحوثين أن الظروف السياسية والأمنية وتداعيات الربيع العربي تعد عاملا مؤثرا في مدى التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة، خاصة و أن جل هاته الشبكات الإخبارية ارتبط إنشاؤها بالتحويلات السياسية المذكورة فقط ارتبط إنشاء شبكة رصد الإخبارية المصرية بثورة 25 جانفي 2011 بمصر، كما ارتبط إنشاء شبكة شام الإخبارية بالثورة السورية إلى جانب ارتباط ظهور شبكة رصد المغربية بأحداث الريف التي شهدتها مدينة "الحسيمة" شمالي المغرب، وهو ما يفسر رغبة المواطن الصحفي في إيصال صوته وصوت مجتمعه في

ظل هذه المتغيرات التي اتسمت بالرقابة والشديدة والتعظيم الإعلامي بكل السبل المتاحة رغم عدم إمامه بقواعد العمل الصحفي وإمكانية تقديمه لمحتوى لا يراعي القواعد الأخلاقية والمهنية.

إضافة إلى ذلك أقر 19,4% من المبحوثين بأن وجود رقابة وقمع لحرية الرأي والتعبير أثر بدوره في مدى التزام مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية من المواطنين الصحفيين بأخلاقيات المهنة الصحفية وهو الرأي الذي يسير في فلكه أحد الاتجاهات الكبرى التي ترجع ظهور صحافة المواطن إلى تدهور العلاقة بين الفرد ووسائل الإعلام التقليدية، والتي كانت نتاجاً لتزعزع الثقة التي كان يعطيها المتلقي التقليدي لوسائل الإعلام التقليدية [...] ليتحاشى الخطاب الإعلامي الكلاسيكي الذي لم يعد يشبع حاجاته المعرفية. (السنوسي، 2016، صفحة 60)

الجدول رقم 22.4: يوضح آراء المبحوثين حول إمكانية مساهمة المعايير التقنية والتكنولوجية في التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بأخلاقيات المهنة الصحفية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|---------|
| 59,72% | 43 | نعم |
| 40,28% | 29 | لا |
| 100 | 72 | المجموع |

توضح المعطيات الظاهرة في الجدول آراء أفراد العينة من الصحفيين العرب حول مدى مساهمة المعايير التقنية والتكنولوجية في الالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية من قبل المواطنين الصحفيين المشرفين على الصفحات المدروسة أين أقر 59,72% من المبحوثين بأن المعايير التقنية والتكنولوجية التي توفرها الصفحات تساهم بشكل كبير في مساعدة المواطنين الصحفيين على الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية مقابل 40,28% من المبحوثين الذين أكدوا عدم جدوى المعايير المذكورة في ضبط الشق الأخلاقي للممارسة بالنسبة لصحافة المواطن، وفي هذا السياق شكلت المعايير التقنية أحد التساؤلات الكبرى التي تركز عليها الدراسة الحالية حيث تستأثر هذه المعايير بأهمية بالغة لما لها من انعكاسات وتجليات مضمونية بارزة، إذ يمكن من خلالها التأكد من صحة المعلومات المنشورة ومدى موثوقيتها، فهي تساهم بشكل فاعل في مساعدة مشرفي الصفحات والمواقع الإلكترونية الخاصة بصحافة المواطن بشكل عام على إدارة مجتمعاتهم الافتراضية وتنظيم عملية نشر وتداول المعلومات عبرها بشكل سليم يحترم المعايير والضوابط المهنية.

فقد أكدت نتائج الدراسة السابقة التي أجراها Patrice Bégin سنة 2014 على عينة شملت ستة مواقع لصحافة المواطن الأكثر انتشار على الصعيد العالمي والموسومة بـ"الصحافة والمجتمع ممارسات وخطابات صحافة المواطن". حيث توصلت الدراسة إلى أن مواقع صحافة المواطن محل الدراسة تقدم معلومات موثوقة لأنها تعتمد على أربعة عناصر تقنية هي: التحقق من طرف فريق العمل المتمثل في الإدارة الخاصة بالموقع، عملية الذكاء الجماعي، الخوارزمية، نظام التصويت). (Bégin, 2014, p174)

4.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول ماهية الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها المواطنين

الصحفيين .

الجدول رقم 23.4: يوضح آراء المبحوثين حول ماهية المعايير التقنية والتكنولوجية التي يستخدمها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية* :

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|--|
| 38,9% | 28 | التحرير الالكتروني |
| 34,7% | 25 | الاختصار |
| 25% | 18 | الربط |
| 40,3% | 29 | التفاعلية |
| 38,9% | 28 | استخدام الوسائط المتعددة |
| 9,7% | 7 | نظام الخوارزمية لترتيب وانتقاء الأخبار التي سيتم نشرها |
| 16,7% | 12 | نظام التصويت (تقييم المحتوى قبل نشره) |
| 15,3% | 11 | خاصية الذكاء الجماعي (آلية يتم من خلالها التهذيب الجماعي للمعلومات لنشرها بصفة مشتركة) |
| 33,4% | 22 | الميثاق المهني الالكتروني الداخلي الخاص بالصفحة |

يوضح الجدول آراء المبحوثين من الصحفيين العرب حول ماهية المعايير التقنية والتكنولوجية التي يستخدمها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة، حيث تباينت آراء أفراد العينة وتوزعت على عدة خيارات أهمها التفاعلية بنسبة بلغت 40%، يليها التحرير الالكتروني واستخدام الوسائط المتعددة بنسبة متساوية بلغت 38,9% ثم الاختصار بنسبة 34,7% وكذا الميثاق المهني الالكتروني الخاص بالصفحات بنسبة 33,4% ثم الربط بنسبة 25%، وتجدر الإشارة إلى اعتماد شبكة شام الإخبارية لهذا المعيار الأخير الذي يتضمن بنودا تشرح القواعد والأخلاقيات الواجب على الصحفيين المواطنين الالتزام

* هذا السؤال متعدد الخيارات.

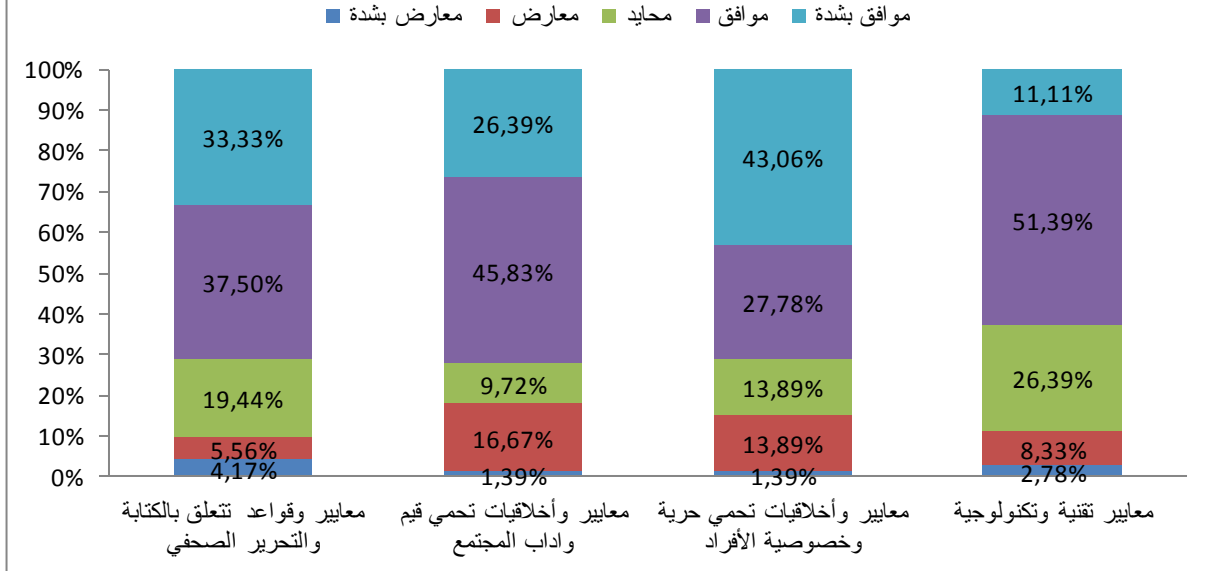
بها من خلال المضامين التي يقدمونها، حيث انضمت شبكة شام إلى ميثاق الشرف الخاص بالإعلاميين السوريين سنة 2016 في محاولة منها لتفعيل دور إعلام المواطن وتعزيز دوره في نقل الحقائق، وفي هذا السياق أكدت نتائج دراسة Patice Bégin على أهمية تبني مواقع صحافة المواطن لمدونة سلوك أو ميثاق أخلاقي لتسهيل عملية إدارة المجتمع الافتراضي المشكل من المواطنين الصحفيين و ضبط الممارسات التي يقومون بها من خلال عملية التداول والنشر على غرار موقع Agoravox، CNN، Allvoices، iReport والمواقع الأخرى التي شملتها الدراسة.

كما توصلت الدراسة السابقة التي أجراها "درويش شريف اللبان" والموسومة بـ الضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد إلى أن الضوابط المهنية للإعلام الجديد يمكن تقسيمها إلى قسمين رئيسيين هما: الضوابط والمعايير التقنية والتكنولوجية، والمعايير المهنية المتعلقة بالجانب الأخلاقي والقانوني حيث تشكلان منظومتان متكاملتان لتقديم إعلام يتسم بالحرفية والمهنية، فالجوانب التقنية مثل توظيف الروابط الشعبية والنص الفائق والوسائط المتعددة والتفاعلية تعمل على تصنيف المصدقية لهذا النوع من الإعلام، وتكفل له زيادة أعداد المتابعين، وبالتالي لا يمكن إغفالها لكونها مكون مهم لإرساء المعايير المهنية التي يحتاجها هذا النمط الإعلامي المستحدث. أخيراً كان نظام الخوارزمية أقل المعايير التقنية استخداماً من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية حسب آراء الباحثين وذلك بنسبة 9,7%.

الجدول رقم 24.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية

| الاتجاه العام | الترتيب | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | المتوسط المرجح | موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة | العبارة | |
|---------------|---------|-------------------|----------------|----------------|------------|----------|----------|----------|------------|---------|--|
| | | | | | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | | |
| | | | | | النسبة % | النسبة % | النسبة % | النسبة % | النسبة % | | |
| موافق | 2 | 1,06 | %78,06 | 3,90 | 24 | 27 | 14 | 4 | 3 | 1 | معايير وقواعد تتعلق بالكتابة والتحرير الصحفي |
| | | | | | 33,33 | 37,50 | 19,44 | 5,56 | 4,17 | | |
| موافق | 3 | 1,06 | %75,83 | 3,79 | 19 | 33 | 7 | 12 | 1 | 2 | معايير وأخلاقيات تحمي قيم وآداب المجتمع |
| | | | | | 26,39 | 45,83 | 9,72 | 16,67 | 1,39 | | |
| موافق | 1 | 1,13 | %79,44 | 3,97 | 31 | 20 | 10 | 10 | 1 | 3 | معايير وأخلاقيات تحمي حرية وخصوصية الأفراد |
| | | | | | 43,06 | 27,78 | 13,89 | 13,89 | 1,39 | | |
| موافق | 4 | 0,90 | %71,94 | 3,60 | 8 | 37 | 19 | 6 | 2 | 4 | معايير تقنية وتكنولوجية |
| | | | | | 11,11 | 51,39 | 26,39 | 8,33 | 2,78 | | |
| موافق | 3,816 | | | المتوسط المرجح | | | | | | | |

الشكل 9.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك:



يوضح الجدول اتجاهات المبحوثين من الصحفيين العرب نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة وتجدر الإشارة إلى أننا استخدمنا مقياس ليكر حيث قمنا بإعطاء وزن لكل عبارة بغية حساب اتجاه كل عبارة على حدى ثم حساب الاتجاه العام حيال كل العبارات وذلك باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS كما هو موضح في الجدول.

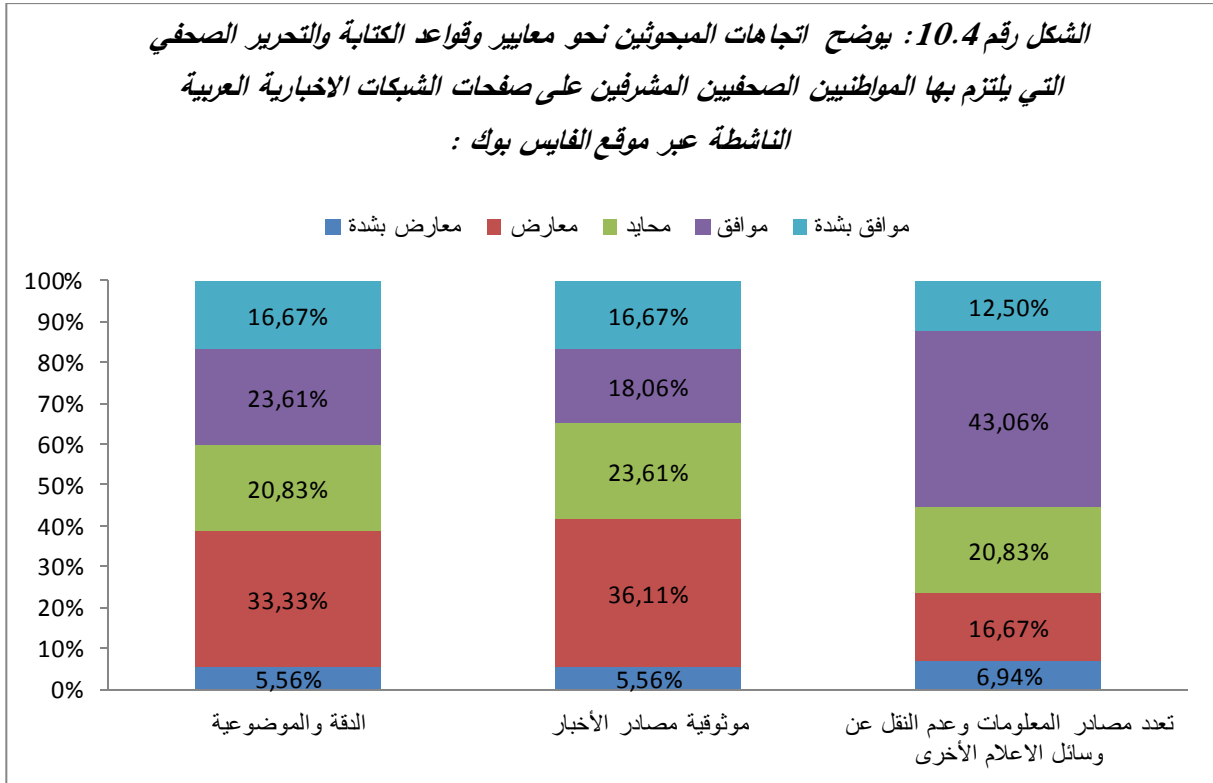
وقد كانت جل اتجاهات المبحوثين حيال العبارات المذكورة ايجابية وينسب عالية ومتقاربة مع وجود تفاوت طفيف حيث كان اتجاه 79,44% من أفراد العينة موافقا على أن المعايير والأخلاقيات التي تحمي حرية وخصوصية الأفراد هي أكثر القواعد الأخلاقية التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية والتي احتلت الرتبة الأولى، تليها المعايير والقواعد المتعلقة بالكتابة والتحرير الصحفي بنسبة 78,06%، ثم المعايير والأخلاقيات التي تحمي قيم واداب المجتمع بنسبة 75,83% في حين احتلت المعايير التقنية والتكنولوجية الرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 71,94% وهي حسب اتجاهات المبحوثين أقل المعايير التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية.

كما اتسم الاتجاه العام حيال العبارات بالموافقة أين قدر المتوسط المرجح العام للعبارات بـ 3,816 ما يعكس اتجاه الموافقة. وتتعارض النتائج المحصل عليها فيما يخص هذا السؤال مع النتائج التي

توصلت إليها الدراسة السابقة التي أجرتها سعاد فريبط والموسومة بـ "الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر - دراسة تحليلية لجريدتي النصر والخبر -"، حيث أدت نتائج الدراسة على أن الضوابط الأخلاقية التي تحمي الأفراد نالت أعلى درجات الالتزام بنسبة 97.95% في حين احتلت القواعد المهنية والمتمثلة في قواعد الكتابة والتحرير الصحفي أدنى نسبة التزام بنسبة 53.20% وهي النتيجة الجزئية التي تتوافق مع اتجاهات المبحوثين في الدراسة الحالية رغم اختلاف المجال الزماني والمكاني وكذا المجال البشري لكل دراسة إلى جانب تباين خصوصية العينة محل الدراسة التحليلية.

الجدول رقم 25.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو معايير وقواعد الكتابة والتحرير الصحفي التي يلتزم بها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية

| الاتجاه العام | الترتيب | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | المتوسط المرجح | موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة | العبارة | |
|---------------|---------|-------------------|----------------|----------------|------------|---------|---------|---------|------------|---------|---|
| | | | | | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | | |
| | | | | | %النسبة | %النسبة | %النسبة | %النسبة | %النسبة | | |
| محايد | 2 | 1,21 | %62,50 | 3,13 | 12 | 17 | 15 | 24 | 4 | 1 | الدقة والموضوعية |
| | | | | | 16,67 | 23,61 | 20,83 | 33,33 | 5,56 | | |
| محايد | 3 | 1,20 | %60,83 | 3,04 | 12 | 13 | 17 | 26 | 4 | 2 | موثوقية مصادر الأخبار |
| | | | | | 16,67 | 18,06 | 23,61 | 36,11 | 5,56 | | |
| محايد | 1 | 1,12 | %67,50 | 3,38 | 9 | 31 | 15 | 12 | 5 | 3 | تعدد مصادر المعلومات وعدم النقل عن وسائل الإعلام الأخرى |
| | | | | | 12,50 | 43,06 | 20,83 | 16,67 | 6,94 | | |
| محايد | 3,181 | | | المتوسط المرجح | | | | | | | |



توضح المعطيات المبينة في الجدول اتجاهات المبحوثين نحو معايير وقواعد الكتابة والتحرير الصحفي التي يلتزم بها المواطنيين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك، وقد كانت اتجاهات المبحوثين بشكل عام حيال قواعد ومعايير التحرير الصحفي المذكورة في الجدول محايدة، كما جاءت نسبتها متقاربة نسبياً حيث كان اتجاه 67.50% من أفراد العينة محايداً نحو تعدد مصادر المعلومات وعدم النقل والاقْتباس عن وسائل الإعلام الأخرى والذي احتل المرتبة الأولى، والملاحظ في هذا السياق أن نتائج الدراسة التحليلية أكدت أن الشبكات الإخبارية العربية المدروسة رغم اعتمادها في تغطياتها الإخبارية على مصادرها الخاصة في تحصيل المعلومات إلا أنها تقوم بالنقل والاقْتباس عن مصادر إعلامية تقليدية أخرى محلية، عربية، وحتى عالمية سيما شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة رصد المغربية، في حين تعتمد شبكة شام بشكل أكبر على مصادرها الخاصة ومراسليها من المواطنيين الصحفيين في استقاء المعلومات وتلجأ إلى الاقْتباس عن مصادر إعلامية أخرى في الحالات التي لا تتوفر فيها المعلومة حول مواضيع معينة مع الإشارة إلى المصدر الأصلي.

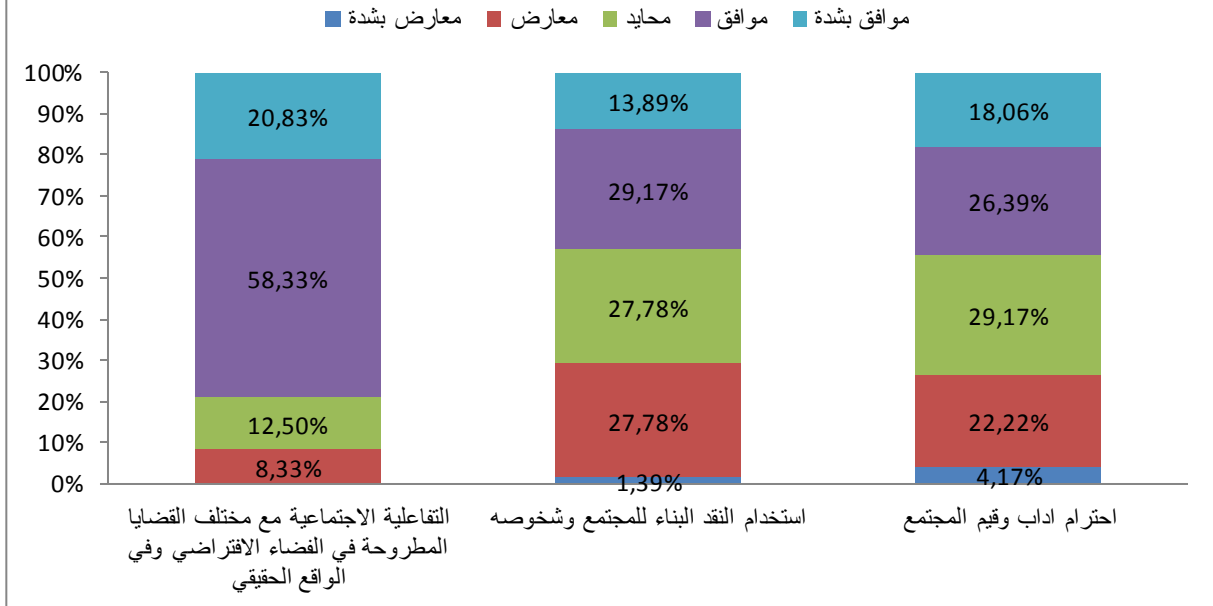
كما احتلت معايير الدقة والموضوعية وكذا موثوقية مصادر الأخبار الرتب الموالية بنسبة 62.50% و60.83% على التوالي من حيث اتجاهات المبحوثين نحوها وهي اتجاهات محايدة تفسر النظرة غير الواضحة والضبابية التي تشكلها صحافة المواطن بالنسبة للصحفيين المهنيين سيما من حيث الشق

الأخلاقي للممارسة والمرتكز أساسا على قواعد الكتابة والتحرير الصحفي والتي عادة مالا يحترمها المواطنين الصحفيين والكتاب الهواة بسبب قلة الوعي والإدراك وغياب التدريب والتكوين في هذا المجال. وقد اتسم الاتجاه العام حيال المعايير المذكورة بالحياد أين قدر المتوسط المرجح العام للعبارات بـ 3,181 ما يعكس الاتجاه المحايد.

الجدول رقم 26.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية

| الاتجاه العام | الترتيب | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | المتوسط المرجح | موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة | العبارة: | |
|---------------|---------|-------------------|----------------|----------------|----------------|---------|---------|---------|------------|----------|---|
| | | | | | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | | |
| | | | | | النسبة% | النسبة% | النسبة% | النسبة% | النسبة% | | |
| موافق | 1 | 0,82 | %78,33 | 3,92 | 15 | 42 | 9 | 6 | 0 | 1 | التفاعلية الاجتماعية مع مختلف القضايا المطروحة في الفضاء الافتراضي وفي الواقع الحقيقي |
| | | | | | 20,83 | 58,33 | 12,50 | 8,33 | 0,00 | | |
| محايد | 3 | 1,06 | %65,28 | 3,26 | 10 | 21 | 20 | 20 | 1 | 2 | استخدام النقد البناء للمجتمع وشخصه |
| | | | | | 13,89 | 29,17 | 27,78 | 27,78 | 1,39 | | |
| محايد | 2 | 1,14 | %66,39 | 3,32 | 13 | 19 | 21 | 16 | 3 | 3 | احترام آداب وقيم المجتمع |
| | | | | | 18,06 | 26,39 | 29,17 | 22,22 | 4,17 | | |
| موافق | | 3,500 | | | المتوسط المرجح | | | | | | |

الشكل رقم 11.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفيين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك:



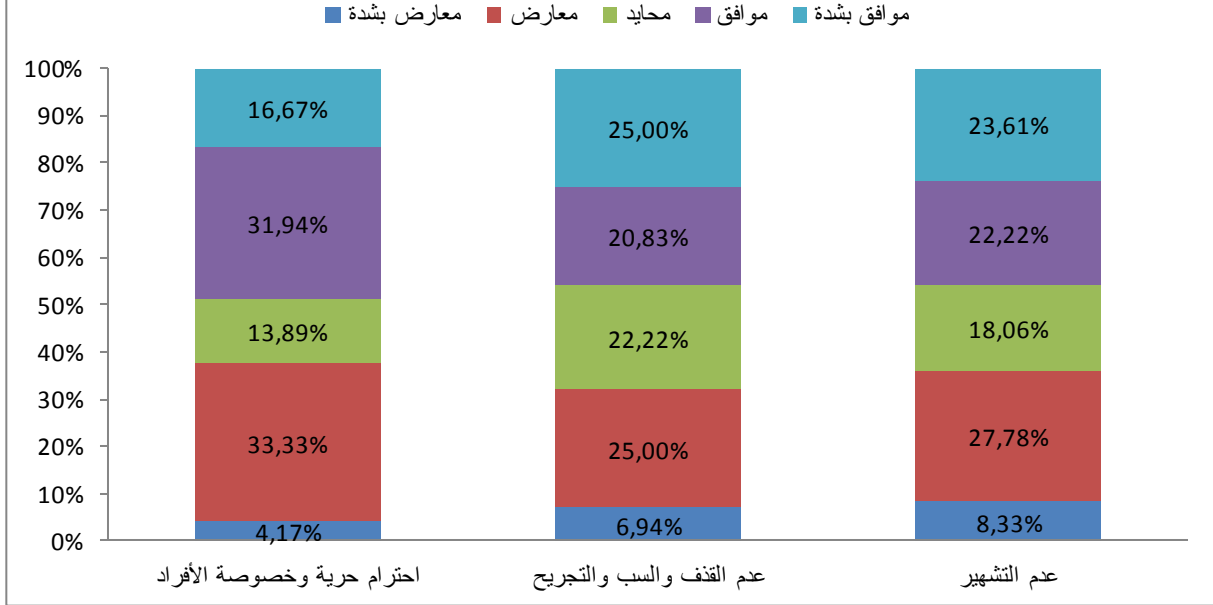
يبرز الجدول اتجاهات أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العرب نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع ويلتزم بها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة إذ اتسمت في مجملها بالموافقة نحو المعايير سالفة الذكر، حيث جاءت نتائجها مقارنة مع وجود تفاوت طفيف بين العبارة الأولى والعبارتين الموليتين، أين أخذ اتجاه ما يقارب 78.33% من المبحوثين توجهها موافقا نحو عبارة التفاعلية الاجتماعية مع مختلف القضايا المطروحة في الواقع الافتراضي وفي الواقع الحقيقي والذي احتل الرتبة الأولى، في حين احتلت عبارات احترام آداب وقيم المجتمع وكذا استخدام النقد البناء للمجتمع وشخصه المراتب الموالية بنسب قدرت بـ 66.39% و 65.28% على التوالي وهي تعكس توجهات محايدة. واستنادا إلى نتائج الدراسة التحليلية التي أجرتها الباحثة على صفحات الشبكات الإخبارية تبين أن صفحة شبكة شام الإخبارية تتسم بتفاعلية كبيرة حيال الموضوعات والقضايا التي تطرحها للنقاش افتراضيا وكذا في الواقع الحقيقي وذلك في تغطيتها لقضية الثورة السورية حيث بلغ مؤشر الفاعلية الاجتماعية نسبة 71.69% وهي نسبة عالية مقارنة مع شبكة رصد المصرية وشبكة الرصد المغربية اللتان كان تفاعلها أقل فيما يخص هذا المؤشر، كما بلغت نسبة مؤشر الخلفية التشاركية لدى شبكة رصد المصرية 73.98% وهو ما يؤكد على تفاعلها الآني والمستمر مع مختلف الأحداث والتطورات المجتمعية هذا من جهة، ومن جهة أخرى كان توظيف الصور من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة بطريقة مهنية

تحتزم آداب المجتمع وأخلاقياته بشكل كبير وهو ما يؤكد النتائج المتحصل عليها من خلال اتجاهات الصحفيين المهنيين المبحوثين، والملاحظ أن الاتجاه العام حيال المعايير الموضحة في الجدول كان موافقا أين قدر المتوسط المرجح العام للعبارات بـ3,500.

الجدول رقم 27.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي الأفراد ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية

| الاتجاه العام | الترتيب | الانحراف المعياري | النسبة المئوية | المتوسط المرجح | موافق بشدة | موافق | محايد | معارض | معارض بشدة | العبارة | |
|---------------|---------|-------------------|----------------|----------------|----------------|----------|----------|----------|------------|---------|-----------------------------|
| | | | | | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | التكرار | | |
| | | | | | % النسبة | % النسبة | % النسبة | % النسبة | % النسبة | | |
| محايد | 3 | 1,20 | %64,72 | 3,24 | 12 | 23 | 10 | 24 | 3 | 1 | احترام حرية وخصوصية الأفراد |
| | | | | | 16,67 | 31,94 | 13,89 | 33,33 | 4,17 | | |
| محايد | 1 | 1,29 | %66,39 | 3,32 | 18 | 15 | 16 | 18 | 5 | 2 | عدم القذف والسب والتجريح |
| | | | | | 25,00 | 20,83 | 22,22 | 25,00 | 6,94 | | |
| محايد | 2 | 1,32 | %65,00 | 3,25 | 17 | 16 | 13 | 20 | 6 | 3 | عدم التشهير |
| | | | | | 23,61 | 22,22 | 18,06 | 27,78 | 8,33 | | |
| محايد | 3,269 | | | | المتوسط المرجح | | | | | | |

الشكل 12.4: يوضح اتجاهات المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي الأفراد ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك



يوضح الجدول توجهات المبحوثين من الصحفيين العرب نحو المعايير والأخلاقيات المهنية التي تخص حماية الأفراد ويلتزم بها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية، والملاحظ فيما يخص النتائج المحصل عليها من خلال هذا السؤال هو أن التوجهات العامة لأفراد عينة الدراسة نحو المعايير المذكورة كانت في مجملها محايدة حيث قدر المتوسط المرجح العام بـ 3.269 والذي يؤكد الاتجاه المحايد، كما جاءت محصلة نسب العبارات متقاربة إلى حد كبير مع بعض التفاوت الطفيف حيث احتل معيار عدم السب والقذف والتجريح الترتيب الأول بنسبة بلغت 66.39% يليه معيار عدم التشهير بنسبة 65% وأخيرا معيار احترام حرية وخصوصية الآخرين بنسبة 64.72% ويعود سبب اتخاذ المبحوثين توجهها محايدا نحو المعايير المهنية التي تحمي الأفراد ومدى التزام المواطنين الصحفيين بها إلى الغموض والضبابية التي تكتنف صحافة المواطن وكذا حداثة انتشارها في المنطقة العربية على وجه خاص، حيث عرفت هذه الأخير ذروة انتشارها خلال ثورات الربيع العربي ومختلف الأحداث والتحويلات السياسية التي شهدتها المنطقة بالموازاة مع ذلك، بالمقابل لم تكن هناك أي دراسات علمية دقيقة استطاعت رصد وتحديد المعايير والأخلاقيات التي تلتزم بها أو تتجاوزها الممارسات الجديدة التي تتم في الفضاء الرقمي بما فيها صحافة المواطن ما يجعل التوجه العام للصحفيين المهنيين نحو الشق الأخلاقي لممارسات صحافة المواطن توجهها مبهما وغير واضح.

وبالرجوع إلى نتائج الدراسة التحليلية التي توصلت إليها الباحثة سيما من حيث الجانب الشكلي نجد أن الشبكات الإخبارية المدروسة لا تتحكم بشكل جيد في بعض الجوانب التقنية على غرار التعليقات التي تترك بشكل مفتوح دون أي نوع من الرقابة حيث تتحول إلى فضاء للسب والقذف وتبادل الشتائم في حق الأفراد سواء كانوا شخصيات عامة أو أفراد عاديين، وذلك نتيجة اختلاف التوجهات السياسية و الإيديولوجية وكذا المذهبية والعقائدية لمتابعي الصفحات، هذا من جهة ومن جهة أخرى كان استخدام الصور الشخصية للأفراد بالنسبة لبعض المواضيع والأخبار التي تم نشرها لا يحترم خصوصية الأفراد وحقهم في سرية صورهم وعدم استخدامها كوسائل للإثارة والتشهير.

5.1.4. بيانات الصحفيين المهنيين حول طبيعة التجاوزات التي يقع فيها الصحفيين المواطنين:

الجدول رقم 28.4:

يوضح ماهية التجاوزات الأخلاقية التي تمسقوا عد الكتابة والتحرير الصحفية التي عيها المواطنينا الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|---|
| 73,6% | 53 | غياب المصادقية |
| 55,6% | 40 | طغيان الجوانب الذاتية في طرح الموضوعات والأخبار |
| 47,2% | 34 | التحيز |
| 51,4% | 37 | عدم الدقة |
| 66,7% | 48 | عدم التأكد من مصادر المعلومات |
| 48,6% | 35 | النقل والاقْتباس عن وسائل الإعلام التقليدية وإعادة صياغة المضامين |

تبرز معطيات الجدول آراء المبحوثين من الصحفيين العرب حول ماهية التجاوزات الأخلاقية التي يقع فيها المواطنيين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة وذلك فيما يخص قواعد الكتابة والتحرير الصحفي، حيث أكد غالبية المبحوثين أن غياب المصادقية هو أكثر التجاوزات التي يقع فيها المواطن الصحفي وذلك بنسبة 73.6%، يليها عدم التأكد من مصادر المعلومات بنسبة 66.7% ثم طغيان الجوانب الذاتية في طرح الموضوعات والأخبار بنسبة 55.6%، بالمقابل احتل عدم الدقة وكذا النقل والاقْتباس عن وسائل الإعلام التقليدية و إعادة صياغة المضامين المراتب الموالية من حيث أكثر معايير الكتابة والتحرير الصحفي تجاوزا وأخيرا التحيز بنسبة 47.2%.

وتتباين هذه النتائج مع الدراسة السابقة لـ "Patrice Bégin" والتي أسفرت نتائجها على أن صحافة المواطن تقدم معلومات بديلة بدون غريزة أو تحيز إلى جانب ذلك فإن المعلومات المقدمة من طرف المواطنين الصحفيين والمساهمين صالحة، وبهذه الصفة فهي تستحق النشر كما تقدم الصحافة المواطن معلومات موثوقة لأنها تعتمد على عدة عناصر تقنية (Bégin, 2014, p174). ويرجع ذلك إلى اختلاف المجال المكاني و الزماني لكل دراسة وكذا اختلاف نمط صحافة المواطن التي اعتمدها الباحث كدعامة للتحليل وهي المواقع الإخبارية التساهمية في حين الدراسة الحالية ركزت على الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع "الفايس بوك" وهو عامل مهم لا بد من أخذه بعين الاعتبار فقد أكدت نتائج دراسة Kuhn على أن « المدونين غير الشخصيين يلتزمون بالممارسات الأخلاقية المتصلة بقول الحقيقة، المسائلة والإسناد أكثر من المدونين الشخصيين». (المعطي، 2015، صفحة 159)

كما تعد الخبرة والممارسة بالنسبة لمشرفي الصفحات وفريق إدارتها عاملا فاصلا يمكن أن يكون له اثر بالغ على نتائج الدراسات السابقة التي قام بها Bégin والدراسة الحالية سيما وأن الشبكات الإخبارية محل الدراسة التحليلية التي اعتمدها الباحثة حديثة النشأة مقارنة مع مواقع صحافة المواطن المعتمدة في الدراسة السابقة.

الجدول رقم 29.4: يوضح آراء الباحثين حول ماهية التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس المجتمع وعيها المواطنيين الصحفيين المشرفين على الشبكات الإخبارية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|--|
| 56,9% | 41 | خلق السلبية الاجتماعية |
| 48,6% | 35 | نقد المجتمع ومشكلاته إشباعا لحاجة الكتابة والنقد في الفضاء الافتراضي فقط |
| 34,7% | 25 | التحريض على العنصرية |
| 48,6% | 35 | نشر الكراهية |
| 61,1% | 44 | إثارة النزعات الطائفية والفتن |

يظهر الجدول آراء أفراد عينة الدراسة حول ماهية التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس المجتمع ويقع فيها المواطنيين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية، حيث تباينت آراء الباحثين وتوزعت على عدة خيارات كان أعلاها نسبة إثارة النزعات الطائفية والفتن وذلك بنسبة قدرت بـ 61,1% ثم خلق السلبية الاجتماعية بنسبة 56,9%، في حين كان نشر الكراهية وكذا نقد المجتمع إشباعا لحاجة الكتابة والنقد في الفضاء الافتراضي فقط من جملة التجاوزات التي نالت نسبا متساوية وبدرجة أقل قدرت

بـ48,6% وأخيرا التحريض على العنصرية بنسبة 34,7%. وتتفق نتائج الدراسة التحليلية مع النتائج الموضحة في الجدول في بعض الجوانب في حين تختلف معها في جوانب أخرى حيث وقفت الباحثة من خلال تحليل المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة على احترام المواطنين الصحفيين لآداب المجتمع، سواء من خلال توظيف الصور أو من خلال المواضيع المنشورة التي كانت تخلو غالبا من أي عبارات أو إهانات مثيرة أو خادشة للآداب العامة، إلى جانب احترام القيم المجتمعية وعدم التشجيع بشكل صريح أو ضمني على نشر الكراهية أو العنف وإثارة النعرات الطائفية أو التحريض على العنصرية، لكن الإشكال تمثل في عدم وعي الصحفيين المواطنين بأهمية تنظيم مجتمعاتهم الافتراضية وضبط كل الممارسات التي تتم عبرها خاصة من خلال التحكم في الجانب التقني الخاص بالتعليقات، بالحدف وعدم الإظهار أو حظر أصحابها في حالات أخرى لما لها من تداعيات أخلاقية خطيرة.

وتتفق نتائج الدراسة التحليلية مع آراء أفراد عينة الدراسة فيما يخص السلبية الاجتماعية حيث كان مؤشر الفاعلية الاجتماعية ضعيفا خاصة بالنسبة لشبكة رصد الإخبارية المصرية وكذا شبكة رصد المغربية أين يكون الهدف من النشر أحيانا هو مجرد التواجد في الفضاء الافتراضي وإشباع حاجة الكتابة والنقد.

الجدول رقم 30.4: يوضح آراء المبحوثين حول ماهية التجاوزات الأخلاقية التي تمس الأفراد وبقية المواطنين

الصحفيين المشرفين على الشبكات الإخبارية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|-----------------------------|
| 73,6% | 53 | التدخل في خصوصيات الأفراد |
| 56,9% | 41 | المساس بسمعة ومكانة الأفراد |
| 75,0% | 54 | التشهير بالأشخاص |
| 66,7% | 48 | القذف والسب والتجريح |

يوضح الجدول آراء المبحوثين من الصحفيين المهنيين حول ماهية التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس الأفراد ويقع فيها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية، أين توزعت آراء المبحوثين على عدة خيارات وبنسب متفاوتة كان أعلاها التشهير بالأشخاص وذلك بنسبة عالية بلغت 75% كأكثر التجاوزات التي يقع فيها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة، يليها التدخل في

خصوصيات الأفراد في الرتبة الثانية بنسبة 73.6% ثم القذف والسب والتجريح بنسبة 66.7%، وأخيراً المساس بسمعة ومكانة الأشخاص وذلك بنسبة 56,9%.

والملاحظ من خلال النتائج المحصل في الجدول أعلاه عليها تباينها مع النتائج التي توصلت إليها الباحثة في الشق التحليلي للدراسة، فرغم تجاوز المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة في بعض الحالات لحقوق الأفراد سيما الشخصيات السياسية والعامّة وكذا التدخل في خصوصيات الأشخاص و التشهير بهم إلا أنها كانت بنسب أقل مما صرح به المبحوثين ولعل السبب يعزى إلى النظرة الأحادية التي تصنف صحافة المواطن عموماً في خانة الصحافة غير المهنية والتي يتبناها غالبية الصحفيين المهنيين.

الجدول رقم 31.4: يوضح آراء المبحوثين حول

المقترحات التي من شأنها المساهمة في توعية المواطنين الصحفيين بضرورة الالتزام بأخلاقيات وضوابط المهنة الصحفية

| النسبة | التكرار | |
|--------|---------|---|
| 18.05% | 13 | إعداد الدورات التدريبية والتكوينية بصفة مستمرة للمواطنين الصحفيين |
| 4.16% | 3 | إعداد ميثاق مهني إلكتروني داخلي خاص بالصفحات |
| 8.33% | 6 | التربية الإعلامية |
| 30.55% | 22 | سن قوانين ناظمة تضبط مجال صحافة المواطن |
| 38.88% | 28 | ضرورة الاطلاع والالتزام بقوانين الإعلام |
| 100 | 72 | المجموع |

تبين معطيات الجدول آراء أفراد عينة الدراسة من الصحفيين المهنيين حول المقترحات التي من شأنها توعية المواطنين الصحفيين بضرورة الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية، حيث أقر المبحوثين أن ضرورة الاطلاع على قوانين الإعلام والالتزام بها من أهم الاقتراحات التي يمكن أن تسهم في التزام المواطنين الصحفيين بأخلاقيات العمل الصحفي وذلك بنسبة 38.88%، كما اعتبرت نسبة أخرى من أفراد عينة الدراسة أن سن قوانين ناظمة تضبط وتنظم مجال صحافة المواطن يعد من الحلول الناجعة لتجاوز الفراغ التشريعي والقانوني الذي تعاني منه الممارسات الجديدة وبالتالي ضبط شقها الأخلاقي، في حين أكد 18.05% من المبحوثين أن إعداد الدورات التدريبية والتكوينية بصفة مستمرة للمواطنين الصحفيين يمكن أن يكون له دور فعال في تلافي الانزلاقات الأخلاقية التي تطال ممارسات صحافة المواطن. بالمقابل أكد

8.33% من الصحفيين المهنيين على أهمية التربية الإعلامية في هذا السياق لما لها من بالغ الأثر في تربية الأجيال على حسن التعاطي والتعامل مع وسائل الإعلام بمختلف أشكالها وخصوصياتها. أخيرا اعتبرت نسبة قليلة من المبحوثين أن اعتماد مدونات السلوك والمواثيق المهنية الداخلية الخاصة بالصفحات يمكن أن تساعد مشرفي الصفحات في ضبط الجانب الأخلاقي للممارسات التي تتم عبر مجتمعاتهم الافتراضية.

وبالنظر لمجمل المقترحات المذكورة سابقا نرى بأنها وظيفية ويمكن أن يكون لها دورا فاعلا في تشكيل رؤية حقيقية وواضحة حيال صحافة المواطن والممارسات المرتبطة بها أي كان نمطها، لكن أولا لابد على الفاعلين في المجال الإعلامي من تكثيف الجهود سواء الحكومية أو التي يقوم بها المجتمع المدني ليس على المستوى المحلي فقط بل الكوني لأن ظاهرة صحافة المواطن تجاوزت حقيقة الحدود الزمانية والمكانية، وذلك بغية إعطاء رؤية جديدة وحقيقية لمفهوم صحافة المواطن وكذا المواطن الصحفي بحيث تناسب المشهد الاتصالي الحالي وتزاعي طبيعة الوسيلة الالكترونية وخصوصياتها.

2.4. نتائج الدراسة الميدانية:

بعد عرض وتحليل بيانات الدراسة الميدانية خلصنا لأهم النتائج التالية:

1. توزع أفراد عينة الدراسة بنسبة 76,39% ذكور و 23,61% إناث.
2. توزع المبحوثين من الصحفيين المهنيين الذين شملتهم الدراسة الميدانية وفق متغير السن على أربعة فئات عمرية هي [31-21]، [42-32]، [5-43]، [64-54] وذلك بنسب 30,6%، 51,4%، 9,7% و 8,3% على التوالي.
3. توزع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي على ثلاثة مستويات هي ثانوي: بنسبة 2,78%، جامعي بنسبة 58,33% ودراسات عليا بنسبة 38,89%.
4. توزع المبحوثين من الصحفيين العرب وفق متغير الأقدمية في المهنة إلى ثلاث فئات هي : من 1-3 سنوات بنسبة 13,89%، 3-5 سنوات بنسبة 29,17% وأكثر من 10 سنوات بنسبة 56,94%.
5. توزع أفراد عينة الدراسة وفق متغير مؤسسة العمل إلى: صحفيين بالإذاعة بنسبة 29,2%، التلفزيون بنسبة 18,1%، الصحافة المكتوبة بنسبة 25,0% ثم الصحافة الالكترونية بنسبة 23,6% وأخيرا وكالات الأنباء بنسبة 4,2%.
6. توزع المبحوثين حسب متغير الرتبة المهنية إلى : مراسلين بنسبة 33,3%، محررين بنسبة 34,7% رؤساء أقسام بنسبة 11,1%، رؤساء تحرير بنسبة 5,6%، مذيعي أخبار بنسبة 6,9% ثم منشطين بنسبة 5,6% وأخيرا مديري مؤسسات إعلامية بنسبة 2,8%.
7. أقر 19,44% من المبحوثين بأن صحافة المواطن تعد بالنسبة لهم صحافة مهنية في حين أكد 76,38% منهم أنها صحافة غير مهنية، كما أقر 4,16% بأنها عبارة عن إعلام بديل.
8. يرى أفراد عينة الدراسة أن أهم أسباب اعتبار صحافة المواطن غير مهنية يتمثل في عدم وجود ضوابط وأخلاقيات تحكم صحافة المواطن بنسبة 43,75% وكذا ضعف التكوين وعدم الوعي بأسس العمل الصحفي بنسبة 37,5%، وأخيرا لمجرد إشباع حاجة الكتابة والنقد بنسبة 18,75%.

9. أكد 94.44% من المبحوثين أن المواطن الصحفي غير مدرك لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها في حين أقر 5.56% منهم بأنه واعي ومدرك لأهمية الشق الأخلاقي للممارسة.

10. أرجع أفراد عينة الدراسة عوامل عدم إدراك المواطن الصحفي لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها إلى عدم وجود معايير وضوابط تنظم مجال صحافة المواطن وذلك بنسبة 70,59%، غياب الإطار التشريعي والقانوني لصحافة المواطن العربية بنسبة 47.06%، ضعف التكوين الأكاديمي وقلة الخبرة والممارسة بنسبة 36.76%، في حين أرجع بعض المبحوثين الأسباب إلى جهل المواطن الصحفي بالمسؤولية الاجتماعية المترتبة عن نشر الأخبار وذلك بنسبة 2.94% وكذا إثبات الذات وإشباع حاجة الكتابة والنقد إلى جانب عدم احترام الصحافة التقليدية للأخلاقيات المهنية وتأثرها بالتوجهات السياسية بنسبة 1.47%.

11. أكدت آراء المبحوثين من الصحفيين المهنيين على أن معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة عربيا هي معرفة معمقة بنسبة 1.39% مقابل 72.22% أقرروا بأنها معرفة سطحية و 26.39% أجابوا إلى حد ما.

12. يرى المبحوثين أن المواطن الصحفي ينظر لأخلاقيات المهنة الصحفية عربيا باعتبارها قواعد ومعايير ملزمة وأساسية بنسبة 9.72% مقابل 90.28% يرون بأن المواطن الصحفي ينظر لها باعتبارها معايير اختيارية وغير ملزمة.

13. أكد أفراد عينة الدراسة على متابعتهم لصفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع "الفايس بوك" والتي يشرف على إدارتها مواطنين صحفيين بنسبة 90.28% في حين لا يتابع 9.72% من الصحفيين المهنيين الصفحات المذكورة.

14. تحظى شبكة رصد الإخبارية المغربية بأعلى نسبة متابعة مقارنة مع باقي الشبكات الإخبارية عينة الدراسة وذلك بنسبة 38,5% مقابل 24,6% لكل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة شام، في حين أقر المبحوثين من الصحفيين العرب متابعتهم أيضا لصفحات إخبارية أخرى وذلك بنسبة 56,9%.

15. أكد غالبية المبحوثين أن المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة لا يلتزمون بالأخلاقيات المهنية وذلك بنسبة عالية قدرت بـ 84,72% في حين أقر 15.28% من المبحوثين على التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بقواعد العمل الصحفي.

16. أكد 26.39% من أفراد العينة على عدم وجود التزام أخلاقي من طرف مشرفي الصفحات من المواطنين الصحفيين وذلك من خلال المضامين التي يقدمونها، في حين انعدمت نسبة الإجابة على خيار يوجد التزام بأخلاقيات المهنة، بالمقابل أقر 73.61% من المبحوثين بأن الالتزام بأخلاقيات المهنة لدى المشرفين على الصفحات مقرون بطبيعة المحتوى المنشور.
17. يرى 56,9% من أفراد العينة أن غياب الشعور بالمسؤولية الاجتماعية لدى المواطن الصحفي هو أحد أهم العوامل المؤثرة في التزامه الأخلاقي حيال ما يقدمه من مضامين، كما أرجع 52,8% من المبحوثين السبب إلى طغيان الجوانب الذاتية وكذا الظروف السياسية والأمنية وتداعيات الربيع العربي بنسبة 33.3% وأخيرا وجود رقابة وقمع لحرية الرأي والتعبير بنسبة 19.4%.
18. أقر 59,72% من المبحوثين بأن المعايير التقنية والتكنولوجية التي توفرها الصفحات تساهم بشكل كبير في مساعدة المواطنين الصحفيين على الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية مقابل 40,28% من المبحوثين الذين أكدوا عدم جدوى المعايير المذكورة في ضبط الشق الأخلاقي للممارسة بالنسبة لصحافة المواطن.
19. يرى أفراد عينة الدراسة أن أكثر المعايير التقنية والتكنولوجية التي يستخدمها المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية تتمثل في التفاعلية بنسبة 40%، يليها التحرير الالكتروني واستخدام الوسائط المتعددة بنسبة متساوية بلغت 38,9% ثم الاختصار بنسبة 34,7% وكذا الميثاق المهني الالكتروني الخاص بالصفحات بنسبة 33,4%، الربط بنسبة 25%، نظام التصويت بنسبة 16.7%، خاصية النزاهة الجماعي بنسبة 15.3% وأخيرا نظام الخوارزمية وذلك بنسبة 9,7% كأقل المعايير التقنية استخداما من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية.
20. كانت اتجاه الصحفيين العرب المبحوثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية موافقا، وذلك بنسبة 79,44% للمعايير والأخلاقيات التي تحمي حرية وخصوصية الأفراد، تليها المعايير والقواعد المتعلقة بالكتابة والتحرير الصحفي بنسبة 78.06%، ثم المعايير والأخلاقيات التي تحمي قيم وآداب المجتمع بنسبة 75.83% في حين احتلت المعايير التقنية والتكنولوجية الرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 71,94%.
21. كانت اتجاهات المبحوثين بشكل عام حيال قواعد ومعايير التحرير الصحفي المتمثلة في الدقة والموضوعية، موثوقية مصادر الأخبار، تعدد مصادر المعلومات وعدم النقل عن وسائل الإعلام

الأخرى و التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية محايدة.

22. اتسمت اتجاهات أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العرب نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع ويلتزم بها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية من المواطنين الصحفيين بالموافقة.

23. كانت اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو المعايير المهنية التي تحمي الأفراد ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة محايدة.

24. أكد المبحوثين أن أهم التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس قواعد الكتابة والتحرير الصحفي ويقع فيها المواطنين الصحفيين تتمثل في: غياب المصداقية بنسبة 73.6%، يليها عدم التأكد من مصادر المعلومات بنسبة 66.7% ثم طغيان الجوانب الذاتية في طرح الموضوعات والأخبار بنسبة 55.6% في حين احتل عدم الدقة وكذا النقل والاقْتباس عن وسائل الإعلام التقليدية و إعادة صياغة المضامين المراتب الموالية من حيث أكثر معايير الكتابة والتحرير الصحفي تجاوزا وأخيرا التحيز بنسبة 47.2%.

25. أكد أفراد عينة الدراسة أن أكثر التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس المجتمع ويقع فيها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية تتمثل في: إثارة النعرات الطائفية والفتن وذلك بنسبة قدرت بـ 61.1% ثم خلق السلبية الاجتماعية بنسبة 56.9%، في حين كان نشر الكراهية وكذا نقد المجتمع إشباعا لحاجة الكتابة والنقد في الفضاء الافتراضي فقط من جملة التجاوزات التي نالت نسبا متساوية وبدرجة أقل قدرت بـ 48.6% وأخيرا التحريض على العنصرية بنسبة 34.7%.

26. أقر المبحوثين من الصحفيين العرب الذي شملتهم الدراسة الميدانية أن التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس الأفراد ويقع فيها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية تتمثل في: التشهير بالأشخاص وذلك بنسبة عالية بلغت 75% كأكثر التجاوزات التي يقع فيها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة، يليها التدخل في خصوصيات الأفراد في الرتبة الثانية بنسبة 73.6% ثم القذف والسب والتجريح بنسبة 66.7%، وأخيرا المساس بسمعة ومكانة الأشخاص وذلك بنسبة 56.9%.

27. أكد أفراد عينة الدراسة من الصحفيين المهنيين أن المقترحات التي من شأنها توعية المواطنين الصحفيين بضرورة الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية تتمثل في: ضرورة الاطلاع على قوانين

الإعلام والالتزام بها بنسبة 38.88%، سن قوانين ناظمة تضبط وتنظم مجال صحافة المواطن، إعداد الدورات التدريبية والتكوينية بصفة مستمرة للمواطنين الصحفيين بنسبة 18.05%، بالمقابل أكد 8.33% من الصحفيين المهنيين على أهمية التربية الإعلامية في هذا السياق وكذا اعتماد مدونات السلوك والمواثيق المهنية الداخلية الخاصة بالصفحات وذلك بنسبة 4.16%.

الفصل الخامس: الدراسة التحليلية

5.1. عرض بيانات الدراسة التحليلية

1.5.1. عرض وتحليل فئات الشكل

5.1.2. عرض وتحليل فئات المضمون

5.2. نتائج الدراسة التحليلية

1.5. عرض بيانات الدراسة التحليلية:

1.1.5. عرض وتحليل فئات الشكل:

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل عرض وتحليل بيانات الدراسة التحليلية الخاصة بصفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع "الفايس بوك" والمتمثلة في شبكة رصد الإخبارية المصرية، شبكة شام الإخبارية، وكذا شبكة رصد الإخبارية المغربية وذلك من حيث فئات الشكل وكذا المضمون، وتجدر الإشارة إلى أن الباحثة قامت باختيار الصفحات المذكورة وفق أسلوب العينة المتاحة نظرا لكون هذا النمط من صحافة المواطن والمتمثل في المواقع والصفحات التي ترتبط وتدافع عن قضايا سياسية وتؤدي في الوقت ذاته دورا إخباريا يقترب إلى الصحافة الالكترونية قليل على المستوى العربي مقارنة مع الصفحات الشخصية التي تعنى بالجانب السياسي وهي الصفحات التي تم تناولها علميا من طرف دراسات سابقة، وقد تم التطرف لمجمل الأسباب العلمية والمنهجية التي دعت الباحثة لاختيار هذه العينة في الفصول السابقة، كما تم عرض بطاقة تقنية خاصة بكل شبكة في الفصل الثالث الموسوم بالإجراءات المنهجية.

1- فئة البيانات العامة:

جدول رقم 32.5: يوضح فئة البيانات العامة لصفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة

| الشعار النصي (Slogan) | الرابط | تاريخ إنشائها | الصفحة |
|-----------------------|---|---------------|-----------------------------|
| إعلام الجمهور | http://www.facebook.com/rassdnewsN/ | 22 جانفي 2011 | شبكة رصد المصرية (RNN) |
| الحقيقة كما هي | http://www.facebook.com/SHAMNEWS | فبراير 2011 | شبكة شام (SNN) |
| إعلام يضعه الجمهور | http://www.facebook.com/rassdmarocco | 7 سبتمبر 2016 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

وقد تضمنت البيانات العامة للصفحات المذكورة بداية تاريخ الإنشاء، حيث ارتبط ظهور هذه الصفحات ببداية تداعيات الربيع العربي سنة 2011، حيث اتسمت هذه الفترة بتضييق الخناق على وسائل الإعلام الحكومية والخاصة في كل من مصر وسوريا سيما مع بداية الثورات ومحاولة التعتيم الإعلامي على حجم المظاهرات الحاشدة التي كانت تنادي بإسقاط النظام السياسي للرئيس المخلوع حسني مبارك في مصر ونظام بشار الأسد في سوريا.

فشبكة رصد المصرية أنشأها الناشط الحقوقي والصحفي المواطن عبد الله الفخراي أيام قلائل قبل بداية الثورة المصرية في 25 من شهر جانفي 2011، في حين أن شبكة شام يعود تاريخ إنشائها هي الأخرى لبداية الثورة في سوريا شهر مارس من سنة 2011 وبداية خروج المظاهرات في عدة مدن سورية للمطالبة بفتح المجال للحريات والإفراج عن المعتقلين السياسيين ورفع حاسة الطوارئ.

شبكة رصد المغربية لا تختلف تداعيات إنشائها عن باقي الصفحات عينة الدراسة التحليلية حيث ارتبط إنشائها بأحداث حراك الريف كما يطلق عليه في الأدبيات الإعلامية والذي شهدته مدينة الحسيمة شمالي المغرب في 28 من شهر أكتوبر سنة 2016 للمطالبة بتحقيق عدة مطالب اجتماعية قانونية، حقوقية، وكذا اقتصادية للمنطقة التي تعاني من العزلة والتهميش.

والملاحظ أن تاريخ إنشاء هذه الصفحات الإخبارية التي يشرف عليها صحفيين مواطنين لم يكن اعتباطيا وإنما راجع بالدرجة الأولى للرقابة الحكومية المفروضة على الإعلام في مصر، سوريا وكذا المغرب، أين كانت صحافة المواطن المنفذ الأساسي للتعبير عن الآراء والأفكار وانتقاد الواقع الاجتماعي والوضع القائم، وبالرجوع إلى الشعار الذي اختارته كل صفحة نجد أنه متقارب إلى حد بعيد ويحيل على عدة دلالات وتجليات مضمونية حيث لم يخرج عن سياق فكرة الإعلام الذي يضعه الجمهور ويكون طرفا فاعلا فيه وفق النموذج الإعلامي الجديد الذي تحول من خلاله المتلقي إلى مرسل وناشر وإلى منتج وصانع للمحتوى، ولعل ذلك يرجع بالدرجة الأولى إلى فقدان الثقة في المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام التقليدية وتراجع مصداقيتها نظرا لارتباطها في أحيان كثيرة برأس المال والتوجهات السياسية، حيث تشير نتائج الدراسة السابقة التي أجراها " Patrice Bégin " إلى أن الصحافة التقليدية تمر بأزمة ثقة أخلاقية ومعنوية نظرا لتعرضها بشكل متزايد لضغوط القوى الاقتصادية والسياسية وهو ما فتح المجال أمام صحافة المواطن لتؤدي دور القوة المضادة خاصة في المجال السياسي من خلال مراقبة الدعاية التي تمارسها وسائل الإعلام التقليدية والتي فقدت بعضا من

شرعيتها، إضافة إلى ذلك فإن صحافة المواطن أكثر استقلالية عن القوى السياسية والاقتصادية وبالتالي فهي أقل تحيز ورقابة. (Bégin, 2014, p173)

إن هذا التحليل ملائم جدا لتفسير الظروف التي نشأت فيها الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة التحليلية، حيث كان المنفذ الأساسي أمام الصحفيين الهواة (المواطنين) خلال فترة ثورات الربيع العربي هو وسائل الإعلام الجديدة ومواقع الشبكات الاجتماعية لما توفره من حرية في التعبير وفي الطرح لمختلف التوجهات، زيادة على عاملي السرعة والتفاعلية وسهولة بث المعلومات وتداولها على نطاقات واسعة.

وإذا ما أردنا المقارنة بين الشعارات التي حملتها مواقع صحافة المواطن الأجنبية في الدراسة السابقة التي أجراها " Patrice Bégin " نجد أنها تتشابه مع صفحات صحافة المواطن الخاصة بدراستنا التحليلية، حيث استعمل موقع Agoravox الفرنسي في الدراسة سألقة الذكر شعار إعلام المواطن، كما استعمل موقع Cent papiers شعار جريدة المواطن لمنطقة الكيبكالفرنكونية، في حين حمل موقع Blottr شعار شبكة محتوى صحافة المواطن، والملاحظ أن غالبية هذه المواقع هي مواقع إخبارية تساهمية بمعنى يشرف على إدارتها مواطنين صحفيين بشكل تام، ما يجعل شعاراتها لا تخرج عن نطاق إعلام الجمهور أو صحافة المواطن، حيث يتطلب هذا النمط من إعلام المواطن استخدام شعارات تكرر فعليا لنموذج إعلامي جديد يكون الجمهور أحد عناصره الأساسية، ويبتعد عن الصبغة المهنية للشعارات المعروفة في وسائل الإعلام التقليدية.

وهو ما لاحظناه على كل من شبكة رصد المصرية، وكذا شبكة رصد المغربية رغم كونها شبكات إخبارية وليست مواقع تساهمية، حيث حملت هذه الصفحات شعارات "إعلام الجمهور"، "إعلام يصنعه الجمهور".

أما شبكة شام والتي حملت شعار "الحقيقة كما هي" فكان شعارها مختلفا نوعا ما إذ حمل صبغة مهنية، حيث أن هذه الشبكة أنشأها ناشطين سوريين قبل انطلاق الثورة السورية وذلك نتيجة التعتميم الإعلامي من طرف الإعلام الحكومي، وقد عملت الشبكة على نقل الأخبار والحقائق والأحداث عن الواقع السوري من خلال فريق عمل تطوعي، وبدأت في التوسع في العمل الإعلامي حيث حصلت على ترخيص كمؤسسة إعلامية في الولايات المتحدة الأمريكية تحت رقم 70038A وانبثق عنها عدة مشاريع أخرى منها شبكة شام الإخبارية، جريدة شام الأسبوعية وعدة مشاريع أخرى (انظر الملحق)، وهي تقريبا نفس النتيجة التي توصلت إليها دراسة " Bégin "، حيث أن الدراسة التحليلية

التي أجراها وشملت موقع " CNN iReport " والذي أنشأته شبكة CNN الأمريكية لتعزيز مشاركة المواطنين الصحفيين، أين حمل هذا الموقع شعار "يدعوك الموقع لمشاركة قصتك مع CNN وربما العالم" أفضت إلى أن شعار الموقع يتسم وإن كان ضمناً بطابع مهني رغم أن الموقع ينشر المشاركات مباشرة دون غريلة أو تنقيح، وتكون بوابة التحرير فيه متاحة للجمهور بشكل كامل.

2- فئة تصميم وإخراج الصفحة:

2-1- موقع اللافتة في صفحات الشبكات الإخبارية:

جدول رقم 33.5: يوضح موقع اللافتة في صفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة

| المجموع | | أسفل رأس الصفحة | | يسار رأس الصفحة | | يمين رأس الصفحة | | وسط رأس الصفحة | | موقع اللافتة الصفحات |
|---------|---|-----------------|---|-----------------|---|-----------------|---|----------------|---|----------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| %100 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | %100 | 1 | شبكة رصد المصرية |
| %100 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | %100 | 1 | شبكة شام |
| %100 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | %100 | 1 | شبكة رصد المغربية |

من خلال الجدول يتضح لنا تموضع اللافتة في الصفحة الرئيسية لصفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية، حيث أنها اتخذت كلها وسط رأس الصفحة، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى الخصوصية التقنية والتصميمية لموقع الفاييس بوك سواء بالنسبة للصفحات الشخصية أو الصفحات الإخبارية، المهنية، أو المجموعات والتي تتخذ فيها اللافتة أو صورة الغلاف كما يعرفها الموقع موضع رأس وسط الصفحة.

فمعظم مواقع الشبكات الاجتماعية بما فيها موقع فايسبوك تعتمد نمطا تقنيا لترتيب وتوظيف شكل الصفحات سواء الصفحات الشخصية الرئيسية أو صفحات المجموعات أو الأخبار وكذا الصفحة الرئيسية التي تظهر على واجهتها الأخبار والمعلومات والنشاطات التي قام بها المستخدمين وأصدقائهم وكذا الصفحات التي يشتركون فيها ويتابعونها.

ففي سبتمبر سنة 2011 أعلن "مارك زوكرباغ" مصمم موقع الفاييس بوك خلال مؤتمر F8 المنعقد في مدينة سان فرانسيسكو الأمريكية عبر الموقع من خلال إطلاق خاصية جديدة هي

خاصية «time line profile» والتي توفر شكلا جديدا للصفحات، وقد تم تعميم هذه الخدمة لاحقا على كل صفحات الفايس بوك أين أصبح متاحا للمستخدمين استخدام لافتات أو صور شخصية تعبر عن مضمون وأهداف ونشاطات الصفحة.

2-2- فئة المعالجة الجرافيكية للالفة من حيث المساحة واللون:

جدول رقم 34.5: يوضح المعالجة الجرافيكية للالفة من حيث المساحة واللون

| استخدام ألوان إضافية لكتابة الالفة | | استخدام اللون الأبيض لكتابة الالفة | | الالفة مفرغة على مساحة ملونة | | الالفة عبارة عن صورة | | | | تصميم الالفة | الصفحات |
|------------------------------------|----|------------------------------------|----|------------------------------|----|----------------------|----|------------|----|-------------------|---------|
| | | | | | | صورة طبيعية | | صورة معدلة | | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 03 | %33.33 | 02 | شبكة رصد المصرية | |
| 0 | 0 | %50 | 01 | %50 | 1 | 0 | 0 | %66,66 | 4 | شبكة شام | |
| %100 | 02 | %50 | 1 | %50 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | شبكة رصد المغربية | |
| %100 | 02 | 100 | 02 | %100 | 02 | %100 | 03 | %100 | 6 | Σ | |

يبرز من خلال الجدول توظيف كل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وكذا شبكة شام للصور واعتمادها كلافطة خاصة بالصفحة، حيث كان الاعتماد على الصور بنوعها الطبيعية والمعدلة باستخدام البرامج والتقنيات الرقمية وذلك حتى تناسب طبيعة الأحداث الجارية والأخبار التي يتم نشرها، حيث لاحظنا أثناء مرحلة الدراسة التحليلية أن شبكة رصد الإخبارية المصرية اعتمدت صورتين معدلتين وأدرجتهما كلافطة خاصة بها، وقد كانت الصورة الأولى عبارة عن صورة ملتقطة لمتظاهرين من الحراك الجزائري يحملون الأعلام الوطنية وأمامهم يقف رجال الشرطة، وقد كتب على الصورة بألوان تعكس الهوية التصويرية لشبكة رصد عبارة "ربيع عربي جديد؟" بلون أزرق فاتح، في حين كتبت علامة الاستفهام بلون أبيض وهي كما ذكرنا ألوان مستقاة من رمز الهوية التصويرية للشبكة، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الصورة جاء نشرها بعد أشهر من بداية الحراك الشعبي في الجزائر، والذي وافق بداية الدراسة التحليلية.

أما الصورة الثانية فقد كانت للرئيس المصري السابق محمد مرسي والذي توفي أثناء محاكمته حيث أظهرت الصورة الرئيس مرسي وهو يعتلي المنصة لإجراء خطاب أمام حشد كبير من المصريين خلال فترة حكمه، وقد تم تعديل الصورة وكتب عليها بلون أبيض محمد مرسي وتحتها تاريخ ميلاده وتاريخ الوفاة الذي تم التعبير عنه بالرمز الرياضي (∞) المراد به مالا نهاية كدلالة ضمنية تعكس تخليد ذكره في أذهان المصريين وقد وافق تاريخ نشر الصورة 17 جوان وهو تاريخ إعلان وفاة الرئيس مرسي.

أما الصورة الطبيعية التي اعتمدها شبكة رصد الإخبارية المصرية كلافطة، فكانت صورة لبداية تظاهرات الحراك الشعبي في الجزائر تبرز متظاهرين يحملون لافتات تندد بالعهد الخامسة، حيث تم اعتماد هذه الصورة كلافطة خلال الأسبوع الثاني من الحراك، ثاني صورة كانت لفلسطينيين يفترون الأرض ويفطرون على آذان المغرب من داخل باحة المسجد الأقصى المحاصر، أما الصورة الأخيرة فقد كانت تهنئة بشهر رمضان تم إدراجها كلافطة خلال شهر ماي.

كما اعتمدت شبكة شام الإخبارية على الصور المعدلة تقنيا بشكل كبير، حيث اعتمدها خلال غالبية مرحلة الدراسة بمعدل 4 صور يتم إدراجها تبعا لطبيعة الأحداث الجارية والمستجدات تتخللها لافطة مفرغة على مساحة لونية تبرز من خلالها الهوية التصويرية للشبكة، حيث تم اعتمادها بطريقة متقطعة وغير ثابتة.

وقد تمثلت الصورة الأولى المعدلة التي استخدمت كلافته في صورة تبرز الدمار الذي تشهده سوريا جراء الحرب والقصف المتواصل أضيف عليها أيقونة تبرز أول منشور لشبكة شام الإخبارية عبر موقع الفاييس بوك، وتحتها كتب عنوان الموقع الإلكتروني لمنظمة شام عبر الانترنت، في حين حملت الصورة الثانية والثالثة التي تم إدراجها تهنئة بمناسبة حلول شهر رمضان وأخرى بمناسبة عيد الفطر وجلها معدلة تحمل دائما مظاهر الدمار والحرب في خلفية اللافتة.

أما آخر صورة معدلة وظفت كلافته اتسمت إلى حد ما بالثبات خلال الأسبوعين الأخيرين من الدراسة التحليلية هي صورة مسعف يحمل طفلا جريحا جراء القصف، وفي أسفل الزاوية اليمنى من الصورة كتب شعار الهوية التصويرية لشبكة شام، أما الزاوية اليسرى للصورة فقد حملت "هاشتاغ" # «Save-idlib»، كما كتبت في خلفية الصورة أسماء عدة مدن ومناطق في سوريا لا تزال تتعرض للقصف وقتل المدنيين.

وتجدر الإشارة إلى أن شبكة شام تعتمد لافتة خاصة بها لها بنيتها التصميمية وتحوز على كل دلالات الهوية التصويرية من شعار والمتمثل في "الحقيقة كما هي"، وكذا رمز إلا أنها اتسمت بعدم الثبات وتم اعتمادها في فترات لم توافق العينة الزمنية للدراسة التحليلية.

شبكة رصد المغربية:

تستخدم الصفحة الخاصة بشبكة رصد الإخبارية المغربية عبر موقع الفاييس بوك لافتة مفرغة على مساحة ملونة باللون الأحمر، وهو لون العلم المغربي الذي من المفروض تتوسطه نجمة خضراء اللون حيث عمد مصمم اللافتة من خلال برامج وتقنيات تعديل الصور (photoshop) إلى إزالة النجمة من الوسط إلى الجهة اليسرى، وتم تعويض مكان النجمة بكتابة عبارة "مازلنا هنا رصد المغربية الصفحة الجديدة لرصد المغربية" وذلك بلون أبيض عريض مائل للإحمرار يتماشى مع خلفية اللافتة الحمراء، وتحت العبارة السابقة كتبت عبارة انضم إلينا بلون أبيض أقل حجم تتوسط رمزي إعجاب وتحتها سطر بلون أبيض.

وفي الجهة السفلى ليمين اللافتة (جهة الزاوية) أدرجت صورة ميكروفون مكسور من الجهة العلوية وهي جهة مكبر الصوت وذلك للدلالة على الرقابة المفروضة على الإعلام وعلى حرية الرأي والتعبير، وقد حمل الميكروفون شعار يؤكد الهوية التصويرية لصفحة رصد المغربية، وقد استخدم أيضا إلى جانب اللون الأبيض في كتابة اللافتة الألوان التالية (الأسود، الأصفر، وكذا اللون الأحمر الفاتح).

وتجدر الإشارة إلى أن اللافتة التي اعتمدها شبكة رصد الإخبارية المغربية اتسمت بالثبات خلال كل مرحلة الدراسة التحليلية دون اعتماد أي نوع من الصور الطبيعية أو الصور المعدلة رقميا على غرار شبكة رصد المصرية وكذا شبكة شام.

2-3- فئة الرمز:

جدول رقم 35.5: يوضح فئة الرمز الخاص بصفحات الشبكات الإخبارية العربية

| الصفحات | الرمز (logo) | حسب الشكل والتكوين | حسب الفكرة والمدلول |
|-----------------------------|---|---------------------------------------|---|
| شبكة رصد الإخبارية المصرية |  | رمز نصي (Word Mark) مكتوب بالحاسوب | رمز ذو فكرة مرتبط بالنشاط والخدمة المقدمة |
| شبكة شام الإخبارية |  | رمز نصي (Word Mark) مكتوب بالحاسوب | رمز ذو فكرة مباشرة مرتبط بالنشاط والخدمة المقدمة |
| شبكة رصد الإخبارية المغربية |  | رمز نصي (Word Mark) مكتوب بالحاسوب | رمز ذو فكرة مباشرة بالنشاط والخدمة المقدمة |

يمثل الجدول فئة الرمز أو (logo) الخاص بالصفحات الإخبارية محل الدراسة التحليلية حيث أن عملية الإخراج الصحفي للصفحات والمواقع الالكترونية بشكل عام لا ينبغي أن تهمل عنصر الرمز، فهو من العوامل الفاعلة التي تعمل على تشكيل الهوية التصويرية لأي مؤسسة أو منظمة، فهو يساعد على تحقيق أهدافها واستراتيجيتها وتسهيل عملية الوصول إلى جمهورها المستهدف.

فالرمز يعد من العناصر البنائية الثابتة في تصميم وإخراج المواقع والصفحات، وهو عبارة عن رمز يأتي دائما مصاحبا للافتة ويختلف موقعه من صفحة إلى أخرى وفقا لرؤيتها الخاصة، بالإضافة إلى ذلك فالرمز عبارة عن مجموعة من الخطوط المعبرة بشكل رمزي عن سياسة الصفحة أو الموقع. (موسى ب.، 2015، صفحة 57) كما يمكن أن يكون عبارة عن صورة أو رسم أو عنصر مرئي يعبر عن المؤسسة أو المنظمة وعن سياستها وأهدافها ويميز منتجاتها وخدماتها عن باقي المؤسسات

الأخبريهو يؤدي نفس الأغراض بالنسبة للصفحات والمواقع الالكترونية نظرا للسرعة الهائلة وإمكانية النفاذ للجمهور التي يوفرها الفضاء الرقمي، وعادة ما يكتب الشعار (Slogan) تحت الرمز مباشرة. حيث تبرز معطيات الجدول نوع الرمز الذي وظفته صفحات الشبكات الإخبارية وذلك من حيث الشكل والتكوين وكذا من حيث الفكرة والمدلول، والملاحظ أن جل الصفحات المدروسة اعتمدت نوعا واحدا من الرموز وهو الرمز النصي أو كما يطلق عليه في أدبيات التصميم الجرافيكي (Word Mark) وينقسم هذا النوع إلى نمطين أساسيين هما الرمز النصي المكتوب بخط اليد (hand Written) ومن أمثلة هذا النموذج الشعار الشهير لكوكا كولا، أما النوع الثاني فهو الرمز النصي المكتوب باستخدام الحاسوب والتقنيات الرقمية وهو النمط الذي عمدت إلى توظيفه صفحات الشبكات الإخبارية العربية الثلاثة (شبكة رصد المصرية)، شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المغربية.

وتجدر الإشارة إلى أن اللجوء إلى توظيف هذا النوع من الرموز يكون عادة في المؤسسات ذات الأسماء المميزة والمثيرة أو التي تريد ترسيخ اسمها لدى الجمهور المستهدف والمثال الأبرز حول هذا النوع لوجو مؤسسة جوجل الشهير، ولعل استخدام المشرفين على الشبكات الإخبارية العربية لهذا النمط لم يكن اعتباطيا أو عبثيا، وإنما كان بهدف ترسيخ أسماء هذه الصفحات التي تعمل على تقديم الخدمة الإخبارية بدون رقابة ومن قبل مواطنين صحفيين فاختيار كلمة رصد في كل من صفحتي رصد المصرية ورصد المغربية يعطي دلالات واضحة حول اختيار الرمز بطريقة مدروسة تقترب من البعد المهني في وسائل الإعلام التقليدية، أين كان اختيار الرمز من حيث الفكرة والمدلول مرتبطا بشكل مباشر بطبيعة النشاط الذي تقدمه الصفحات، فالرصد في اللغة يعني تسجيل الأحداث والوقائع والتأريخ لها وهو تقريبا ما تقوم به هذه الصفحات من نشاطات وأهداف تحاول من خلالها محاكاة دور وسائل الإعلامية التقليدية من منطلق إعلام الجمهور.

والملاحظ أن كلمة رصد هي من مكونات الرمز النصي لشبكة رصد الإخبارية المصرية والتي تحوز على ملكيته الفكرية بموجب الترخيص من وزارة الاستثمار المصرية، بالإضافة إلى ذلك فإن شبكة رصد الإخبارية المصرية تحوز على جماهيرية واسعة داخل وخارج مصر، إذ يبلغ عدد متابعيها حاليا 12 مليون متابع، كما أنها الأقدم من حيث النشأة مقارنة بشبكة رصد الإخبارية المغربية التي حاول المشرفين عليها توظيف كلمة رصد المستوحاة من الرمز النصي لشبكة رصد الإخبارية المصرية وإدخال تعديلات عليه تتلاءم مع النطاق الجغرافي ونوع الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها، وذلك بغية

تحصيل النفوذ الجماهيري وهذه الصفة من أكثر سلبيات صحافة المواطن، حيث يغلب عليها طابع الاقتباس والنقل عن بعضها البعض أو عن وسائل الإعلام الأخرى.

أما فيما يخص شبكة شام، فاعتمد بدورها رمزا نصيا مكتوب بتقنيات الحاسوب ويرتبط بشكل مباشر من حيث فكرته ومدلوله بأهدافها ونشاطاتها، فالهدف الأساسي لشبكة شام كان تغطية الحرب الدائرة في سوريا ومحاولة نقل الحقائق كما هي من أرض الواقع، والرمز النصي الذي اعتمده هو إسقاط فعلي لنشاطاتها، حيث تؤكد للباحثة أثناء التحليل أن التغطية الإخبارية لشبكة شام تركز بشكل شبه كلي على النطاق الجغرافي السوري.

أما من حيث الجانب التصميمي للرمز الذي اعتمده الصفحات المدروسة فقد اتسم بالبعد المهني إلى حد بعيد خاصة بالنسبة لكل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة شام، فقد وظفت شبكة رصد الإخبارية المصرية كلمة رصد مجزأة إلى ثلاثة أقسام كل قسم يتضمن حرفا مكتوب باللون الأبيض ثم إدراجه داخل حيز شبه دائري بلون أزرق فاتح تم إفراغه على خلفية بيضاء.

أما بالنسبة لشبكة شام فقد اعتمدت تقريبا نفس البنية التصميمية وذلك بإدراج كلمة شام مقسمة إلى ثلاث أحرف، كل حرف مكتوب بلون أبيض داخل حيز مربع بلون أزرق غامق، كما تضمنت الزاوية العلوية للمربع الأول والزاوية السفلية للمربع الأخير تدرج لوني بسيط بلون برتقالي وأبيض على التوالي، والتصاميم المذكورة تتسم بالبساطة والمهنية في آن واحد.

أما فيما يخص شبكة رصد المغربية فقد اعتمدت تصميما مشابها أدخلت عليه بعض التعديلات إلا أنه يفتقد إلى الجانب المهني، حيث يبرز بشكل كبير الجانب الهاوي في التصميم، وقد تم التطرق إليه في المعالجة الجرافيكية للافتة.

من خلال تحليلنا لهذه الفئة يمكن أن نستنتج أن الشبكات الإخبارية وبعض أشكال صحافة المواطن تحاول أن يكون لها صبغة مهنية أين يبرز ذلك من خلال طريقة تصميم اللافتة وكذا اختيار الشعار والرمز وكل ما من شأنه تأكيد هويتها لدى الجمهور، حيث يذكر الباحث Dugan في هذا السياق ضرورة أن تكون لصحافة المواطن علامة تجارية أو هوية تصويرية تاريخية موثوقة تعطي

لمضامينها المصادقية. (Dugan, 2008, p. 807)

2-4- فنة تصمفم الصفحة من هفث عناصر (الجابفة، الصور، الصور المتهركة، الففءو، الروابط التشفبفة، مخطط الموقع، شرائط الإبحار)

ءءول رقم 36.5: فوفض تصمفم الصفحة من هفث عناصر

(الجابفة، الصور، الصور المتهركة، الففءو المباشر، الروابط التشفبفة، مخطط الموقع، شرائط الإبحار)

| الصفحات | الجابفة | الصور | الصور المتهركة | الففءو | الففءو المباشر | الروابط التشفبفة | مخطط الموقع | شرائط الإبحار |
|-----------------------------|---------|-------|----------------|--------|----------------|------------------|-------------|---------------|
| شبكة رصد الإخبارفة المصرفة | 1 | 261 | 0 | 0 | 15 | 84 | 1 | 1 |
| شبكة شام الإخبارفة | 1 | 82 | 0 | 28 | 0 | 138 | 1 | 1 |
| شبكة رصد الإخبارفة المرفةفة | 1 | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 |

توضح معطيات الجدول تصميم الصفحة الرئيسية الخاصة بالشبكات الإخبارية عينة الدراسة، وذلك من حيث عناصر أخرى غير اللافتة، والرمز والعنق، وهي عموماً عناصر تتوفر في المواقع الإلكترونية التي تعتمد إلى توظيف الوسائط المتعددة والفاثقة مثل الصور، الصور المتحركة، الفيديو والروابط التشعبية وغيرها من العناصر الموضحة في الجدول، وهو ما يضيف على الصفحة مزيداً من التفاعلية وكذا الجاذبية من حيث الجانب التصميمي فتقديم المحتوى عبر قالب جذاب يزيد من اهتمام المتصفحين والمتابعين للصفحة وتجدر الإشارة إلى أننا عبرنا عن الجاذبية بالرقم 1 كنوع من التأكيد على وجود هذا المتغير الذي من غير الممكن قياسه كميًا.

والملاحظ أن موقع الفاييس بوك بشكل عام لقي رواجاً كبيراً منذ إنطلاقه من طرف "مارك زوكربيرغ" سنة 2004 نظراً للخصوصية التصميمية والجمالية التي تحوز عليها صفحاته بشكل عام سواء الصفحات الشخصية أو المجموعات ذات الطابع المهني، الإخباري والتجاري، فالصفحة الرئيسية في موقع الفاييس بوك هي صفحة الأخبار التي يساهم في نشر محتواها الأصدقاء بالنسبة للصفحات الشخصية، أما فيما يخص الصفحات الأخرى كالصفحات الإخبارية فهي صفحة مخصصة لنشر كل الموضوعات والأخبار والمقالات وكذا الصور والفيديوهات على مدار اليوم.

فقد عمد موقع الفاييس بوك بعد عقد مؤتمر المطورين F8 سنة إلى إنطلاق تحديث جديد شمل تغيير الجانب التصميمي للصفحات الخاصة بالموقع أطلق عليه « Facebook Beta » والذي يتسم بالبساطة ويعتمد على لون واحد هو اللون الأبيض بعد التخلي عن اللون الأزرق الذي كان سائداً. الأمر الذي جعل الصفحات أكثر جاذبية وسهولة للاستخدام، وقد عبرنا عن متغير الجاذبية الكيفي بالرقم 1 وذلك بالنسبة لكل الصفحات عينة الدراسة (رصد المصرية، شبكة شام، رصد المغربية) حيث أن عنصر الجاذبية هنا يتعلق بالجانب التصميمي لموقع الفاييس بوك ولمجمل الصفحات المتاحة عبره عكس الأنواع الأخرى من المواقع التي يكون فيها الجانب الإخراجي والتصميمي مسؤولية مصممي الموقع والمشرفين عليه أن يخضع لاعتبارات خاصة تتعلق بطبيعة الموقع، نشاطاته وأهدافه وكذا سياسة النشر فيه وطبيعة جمهوره المستهدف.

أما فيما يخص باقي العناصر مثل الصور والروابط التشعبية، فقد اعتمدت بشكل كبير من طرف شبكة شام الإخبارية وذلك بمعدل 138 رابط تشعبي إلى جانب 28 فيديو تراوحت مدته الزمنية بين [0,50 ثانية - 2 دقيقة]، وكذا 82 صورة بمختلف الأحداث والوقائع التي تم نشرها لتدعيم النصوص والروابط، أما شبكة رصد الإخبارية المصرية فقد ركزت على توظيف عنصر الصور بشكل

أكبر، حيث نشرت حوالي 261 صورة منها ما تم نشره بشكل منفرد ومنها ما كان مدعما للأخبار والروابط الشعبية، كما وظفت أيضا الفيديو المباشر وهي خاصية يتيحها موقع الفاييس بوك للمستخدمين عموما ومشرفي الصفحات لتوثيق الأحداث من أرض الواقع، حيث عادة ما تميل صحافة المواطن إلى توظيف هذا النمط من الوسائط المتعددة، وهذا الاستخدام والتركيز على عناصر الصوت والصورة والنصوص والروابط ليس عشوائيا وإنما بهدف التأثير في المتلقي وجذب اهتمامه إلى مضامين الصفحات، «كما يهدف أيضا إلى زيادة وتدعيم المعلومات المقدمة من خلال نص الخبر وذلك عبر مشاهد فيلمية (فيديوهات) مصورة للحدث موضوع الخبر أو مجموعة صور معبرة عنه» (موسى ش.، 2015، صفحة 86). أو روابط تحيل على صفحات تفصيلية لكل معطيات الخبر بشكل أكثر دقة.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى تفرض البيئة الالكترونية على الصحفيين المهنيين وكذا الهواة من المشرفين على المواقع والصفحات الإخبارية اعتماد الوسائط المتعددة وكذا عناصر الاختصار (Keep it short) «نظرا لأن انقائية المحتوى المنشور على شبكة الانترنت تقل بنسبة 25% عن المادة المطبوعة، فالمستخدم اليوم لا يفضل قراءة مادة تحريرية طويلة حيث أكدت عديد الدراسات على الارتفاع القياسي لقراءة الموضوعات المقتضبة عبر شبكة الانترنت» (اللبان، 2014، صفحة 104). أما فيما يخص شبكة رصد الإخبارية المغربية فقد كان توظيفها للوسائط المتعددة وكذا عناصر الاختصار والربط ضعيف جدا، إذ لم توظف خلال فترة الدراسة التحليلية أي منشورات مزودة بروابط شعبية أو فيديوهات توثق الأحداث، وركزت فقط على توظيف الصور بمعدل 21 صورة وهي قليلة جدا لشبكة من المفروض أنها ذات طابع إخباري يتسم بالجدة والآنية.

كما توضح معطيات الجدول أيضا توظيف صفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة لعنصرين أساسيين في عملية تصميم المواقع والصفحات وهي مخطط الموقع (خريطة الموقع) وشريط الإبحار وهي عناصر بالأساس مدمجة في البنية التصميمية لموقع الفاييس بوك أين يكون لكل صفحة سواء كانت شخصية أو إخبارية أو تجارية مخطط خاص بها يتضمن أهم مكوناتها، حيث تتمثل أبرز العناصر التي يوفرها مخطط الموقع لصفحات الشبكات الإخبارية في:

الصفحة الرئيسية، المنشورات، الصور، الفيديوهات، معلومات وبيانات الصفحة، المجتمع الذي تشمله والمراد بذلك عدد المشتركين بالصفحة من المتابعين، وعدد المعجبين، إلى جانب عناصر أخرى يمكن إضافتها لمخطط الموقع الخاص بالصفحة حسب الإعدادات التي يختارها المشرفين عليها على

غرار روابط الإحالة على شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى مثل You tube و Twitter، وتجدر الإشارة إلى أن شبكة شام الإخبارية هي فقط من أضافت هذا الخيار لمخطط الصفحة الخاصة لها في حين أضافت شبكة رصد المصرية خيار الفيديو المباشر لمخطط صفحاتها.

أما فيما يخص شريط الإبحار فهو ملازم لكل الصفحات والحسابات عبر موقع الفاييس بوك وذلك لتسهيل عملية الإبحار عبر الموقع ككل وليس الإبحار داخل الصفحة في حد ذاتها وهو أحد أوجه الاختلاف بين شريط الإبحار الذي توظفه المواقع المستقلة من حيث البنية التصميمية والصفحات التي يتيحها موقع الفاييس بوك.

2-5- فئة العنق:

الجدول رقم 37.5: يوضح حالة العنق في صفحات شبكات الإخبارية من حيث توزيعه وتشكله

| المجموع | | يتشكل من مجموعة صور | | يتشكل من مجموعة عناوين ثابتة | | المجموع | | ملازم لكل الصفحات | | يقتصر على بعض الصفحات | | حالة العنق الصفحات |
|---------|---|---------------------|---|------------------------------|---|---------|---|-------------------|---|-----------------------|---|-----------------------------|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| %100 | 1 | 0 | 0 | %100 | 1 | 100 | 1 | 100% | 1 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 100% | 1 | 0 | 0 | %100 | 1 | 100 | 1 | 100% | 1 | 0 | 0 | شبكة شام الإخبارية |
| %100 | 1 | 0 | 0 | %100 | 1 | 100 | 1 | 100% | 1 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

«إن العنق هو حيز ضيق يوضع للفصل بين الرأس وجسم الصفحة، وذلك لإبراز التباين في الصفحة ويتضمن عادة على الروابط الأفقية التي تدل في الغالب على معلومات خاصة على الموقع أو الصفحة مثل (اتصل بنا، الافتتاحية، تصفح PDF، الأرشيف... وغيرها)». (موسى ب.، 2015، صفحة 57)، حيث توضح قراءة الجدول أن مجمل صفحات الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة التحليلية كان فيها العنق من حيث التوزيع ملازما لكل الصفحات سواء الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية وذلك بنسبة 100%.

أما من حيث تشكل العنق في الصفحات المذكورة فقد كان عبارة عن مجموعة من العناوين الثابتة وذلك بنسبة 100% أيضا، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى للبنية التصميمية والتقنية لموقع فايس بوك والتي يكون فيها العنق عادة ذو نمط موحد، وقد كان العنق في الصفحات محل الدراسة عبارة عن مستطيل يوازي اللافتة التي تتوسط رأس الصفحة مقسم إلى مجموعة عناوين صغيرة ترمز لأيقونات محددة، وتتمثل العناوين الثلاثة الأولى على التوالي في أيقونة الإعجاب (j'aime)، أيقونة الاشتراك (s'abonner)، وأيقونة المشاركة (partager) والتي كانت مفرغة على أرضية رمادية اللون تحمل كل واحد منها رمز الأيقونة.

في حين كانت آخر العناوين بعيدة بمسافة معينة عن باقي العناوين الأخرى والتي تمثلت في أيقونة اتصل بنا مفرغة على أرضية زرقاء اللون وأطول نسبيا كتب عليها باللون الأبيض اتصل بنا بالنسبة لشبكة شام الإخبارية، في حين كتب عليها أرسل رسالة بالنسبة لكل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وكذا شبكة رصد المغربية، وهذا نظرا لنوع الإعدادات الخاصة بكل صفحة والتي يعتمدها المشرفين عليها، أين يتم إلغاء أو حجب بعض الخدمات أو إضافة أخرى.

وتجدر الإشارة إلى أن شبكة شام الإخبارية لا تعتمد في عناوين العنق على أيقونة الاتصال من خلال رسائل الفايس بوك ماسنجر وتتيح بدلا عنها أيقونة اتصل بنا أين يحيل مباشرة النقر عليها على الموقع الرسمي لمنظمة شام الإخبارية. www.shamm.org

3- فئة الولوج:

الجدول رقم 38.5: يوضح فئة الولوج

| رقم هاتف | | عنوان بريد الكتروني صالح | | فئة الولوج |
|----------|----|--------------------------|----|-------------------|
| % | ك | % | ك | الصفحات |
| 0 | 0 | 50% | 01 | شبكة رصد المصرية |
| 100% | 01 | 50% | 01 | شبكة شام |
| 0 | 0 | 0 | 0 | شبكة رصد المغربية |
| 100% | 01 | 100% | 02 | المجموع |

إن المراد بفئة الولوج هو الوصول إلى الموقع أو الصفحة الخاصة بالشبكات الإخبارية عينة الدراسة التحليلية والتأكد من مصداقية وصحة إنشاء الحساب الخاص بها من خلال بعض المؤشرات كوجود بريد الكتروني أو رقم هاتف صالح، وذلك من أجل إعطاء الصفحات مصداقية أكبر لدى جمهور المستخدمين خاصة بالنسبة للصفحات ذات الطابع المهني، الإخباري وغيرها وذلك لتجنب الصفحات ذات الهوية المجهولة المصدر أو الصفحات والحسابات المقرصنة، فذكر البريد الإلكتروني أو رقم هاتف صالح يسهل على جمهور المتصفحين إمكانية التحقق من صحة الحساب الخاص بالصفحة ومن ثمة إمكانية الاشتراك فيها ومتابعة مضامينها.

وقد لاحظت الباحثة من خلال تحليل الصفحات وكما هو مبين في الجدول أن شبكة شام الإخبارية تعتمد على مؤشرات ومعطيات الولوج مقارنة بباقي الشبكات الإخبارية، حيث تمكن شبكة شام الإخبارية الجمهور من إمكانية التحقق من صحة الحساب إذ تدرج كل معلوماتها سواء البريد الإلكتروني الخاص بالصفحة، عنوان موقع منظمة شام على شبكة الانترنت، إلى جانب رابط الصفحة على موقع الفاييس بوك وروابط أخرى تحيل على عنوان الصفحة على مواقع اجتماعية أخرى مثل: موقع تويتر، انستغرام ويوتيوب، إلى جانب ذلك تضع شبكة شام نبذة تعريفية تتضمن تاريخ إنشائها طبيعة نشاطاتها وأهدافها وكذا رقم ترخيصها وتاريخ ومكان الحصول عليه.

أما شبكة رصد الإخبارية المصرية فقد اعتمدت أيضا بعض مؤشرات تتيح إمكانية التأكد من صحة حساب الصفحة على موقع الفاييس بوك من خلال ذكر البريد الإلكتروني الخاص بالصفحة وكذا عنوان الموقع الإلكتروني لشبكة رصد على الانترنت، إلى جانب رابط الصفحة على موقع فايسبوك، ونبذة مختصرة تتضمن تاريخ إنشائها ونشاطاتها بشكل مقتضب، حيث لم يتم إدراج أي رقم هاتف. في حين لم تستخدم شبكة رصد الإخبارية المغربية أي معطيات أو مؤشرات تمكن الجمهور من التأكد من صحة الحساب الخاص لها إذ لم تدرج بريدا الكترونيا أو رقم هاتف بل أدرجت فقط رابط الصفحة على موقع الفاييس بوك وإلى جانبه عبارة تحاول من خلالها التعريف بالصفحة على أنها جريدة الكترونية مستقلة ترصد مالا يرصده الإعلام الرسمي.

4 - فئة أداة الاتصال:

الجدول رقم 39.5: يوضح فئة أداة الاتصال

| نمط الاتصال / الصفحة | مجموعة عامة | مجموعة مغلقة | شبكة أصدقاء | حساب شخصي |
|----------------------|-------------|--------------|-------------|-----------|
| شبكة رصد المصرية | ✓ | / | / | / |
| شبكة شام | ✓ | / | / | / |
| شبكة رصد المغربية | ✓ | / | / | / |

يوضح الجدول نمط وأداة الاتصال التي تتيحها الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة التحليلية، فمجمّل الصفحات كانت ذات طابع عام وجماهيري ويرجع السبب بالدرجة الأولى إلى مفهوم صحافة المواطن والقائم بالأساس على المشاركة والتداول العام للمعلومات على نطاقات واسعة بشكل آني وفوري، فجعل الصفحات ذات طابع شخصي أو مغلق يمكن أن يفقد الصفحات عينة الدراسة سمة الجماهيرية والانتشار.

فموقع الفيس بوك يتيح عديد الخيارات لبناء المجموعات وإيجادها والانضمام إليها حيث أن المجموعات والصفحات عبر الموقع تبنى على أساس طبيعة موضوعاتها وأهدافها، منتجاتها أو العلامة التجارية التي تروج لها، أو تكون صفحات خاصة بالمشاهير أو أية غايات أخرى يريدها المستخدم. (لبي، 2011، صفحة 60)

وبناء على ذلك فإن المشرفين على صفحات كل من شبكة رصد الإخبارية المصرية، شبكة شام وكذا شبكة رصد المغربية جعلوها متاحة أمام الجمهور للأسباب سالفة الذكر، فبالرجوع إلى تاريخ إنشاء الشبكات الإخبارية محل الدراسة والتي تزامن إنشائها مع ثورات الربيع العربي في كل من مصر وسوريا وتدايعات الريف في المغرب نجد أن السبب وراء إنشاء هذه الصفحات هو تقديم المعلومات والأخبار بصفة آنية ومستمرة بعيدا عن التعتيم الإعلامي والرقابة والقمع المفرط الذي مورس على وسائل الإعلام في تلك الفترة سواء الخاصة أو الحكومية، وهو ما دفع العديد من المواطنين الهواة والناشطين وكذا المنظمات الإعلامية وحتى وسائل الإعلام العالمية إلى استخدام صحافة المواطن كمنافذ للحصول على الحقائق والأخبار كما هي من أرض الواقع.

وفي هذا السياق تؤكد نتائج الدراسة التي قامت بها حنان كامل إسماعيل والموسومة بـ "دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي والتي مفادها أن المواطن الصحفي جاء لاطلاع الرأي العام العالمي على حقيقة ما يجري في سوريا وذلك بنسبة إجماع من أفراد عينة الدراسة بلغت 100%، فالتعظيم الإعلامي الذي مارسه الإعلام السوري الرسمي فتح المجال لظهور صحافة المواطن التي تقدم المعلومات والحقائق بشكل متاح للجميع. (إسماعيل، 2012، صفحة 176)

5- فئة استخدام اللغة:

الجدول 40.5: يوضح اللغة الموظفة في صفحات الشبكات الإخبارية

| المجموع | | الانجليزية | | مختلط | | العامية | | اللغة العربية الفصحى | | استخدام اللغة |
|---------|-----|------------|---|-------|----|---------|----|----------------------|-----|-----------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 100 | 136 | 0,73 | 1 | 7,35 | 10 | 0 | 0 | 91,91 | 125 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 100 | 138 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 100 | 138 | شبكة شام الإخبارية |
| 100 | 21 | 0 | 0 | 38,09 | 08 | 28,57 | 06 | 33,33 | 07 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

يوضح الجدول طبيعة اللغة المستخدمة في صفحات الشبكات الإخبارية العربية عينة الدراسة فالصفحة الرئيسية في موقع فايس بوك هي التي يتم فيها إدراج المنشورات والمقالات والأخبار لذا فإن توظيف اللغة يكون مركزاً أكثر عليها مقارنة بالصفحات الأخرى الداخلية والتي على خلاف مواقع الصحف الإلكترونية لا تكون صفحات تتعلق بإدراج تفاصيل إضافية على الموضوع المنشور في الصفحة الرئيسية وإنما صفحات تعنى بعرض البيانات العامة للصفحة، الفيديوهات، الصور التي تم نشرها وغيرها.

حيث تبرز معطيات الجدول أن شبكة شام الإخبارية خلال كامل مدة الدراسة لم توظف إلا اللغة العربية الفصحى وذلك بنسبة 100% بالنسبة لكل الأخبار والمقالات التي نشرتها، وهي بذلك تحاول أن يكون لها صبغة مهنية تقترب من اللغة الإعلامية المتداولة في وسائل الإعلام التقليدية، بالإضافة إلى ذلك فهي تحاول اكتساب هوية مهنية وتكوين صورة جيدة تعطيها المصداقية والاحترام أمام الجمهور

وهو العنصر الأساسي الذي تفتقر إليه جل مواقع صحافة المواطن، فالمتأمل للمدونات والمننديات وغرف الدردشة على سبيل المثال يدرك بشكل جلي مستوى اللغة التي يتم توظيفها وهي لغة في كثير من الأحيان لا تحوز على سمات وخصائص اللغة الإعلامية كالوضوح والملائمة سواء مع طبيعة الوسيلة المستخدمة أو مع الجمهور المستهدف، فهي لغة الكترونية أو دردشية كما تطلق عليها كثير من الأدبيات العلمية.

شبكة رصد الإخبارية المصرية حاولت بدورها التركيز على توظيف اللغة العربية الفصحى وذلك بنسبة 91,91% مع استخدام اللغة الإنجليزية في بعض المواضع وذلك بنسبة 0,73% مقابل 7,35% من الأخبار التي تم فيها توظيف خليط من اللغة العربية الفصحى واللغة العامية المصرية على غرار نقل بعض التصريحات السياسية للرئيس المصري أو بعض أعضاء الطاقم الحكومي، وهو ما انقص من قيمة المحتوى، فبالرغم من أن صحافة المواطن تتسم بالبساطة والسهولة وكذا التفاعلية في الكتابة والنشر، إلا أن هذا الجانب يرتبط أكثر بأنماط معينة كالمدونات الشخصية والمننديات، في حين أن الشبكات الإخبارية على الأقل من المفروض أن تراعي طبيعة اللغة التي يتم توظيفها بما يتناسب مع خصوصية الصفحة من ناحية وطبيعة أهدافها وغاياتها من ناحية أخرى.

أما فيما يخص شبكة رصد الإخبارية المغربية ومع فقر المحتوى الذي تتسم به إلا أن المشرفين عليها حاولوا توظيف اللغة العربية الفصحى في عدة مواضع في الصفحة الرئيسية وذلك بنسبة 33,33% مقابل 28,57% لتوظيف اللغة العامية المغربية و 38,09% لتوظيف اللغة المختلطة من الفصحى والعامية ولعل ذلك يرجع بالدرجة الأولى إلى محاولة الوصول إلى فئات جماهيرية بسيطة من حيث المستوى التعليمي وإن كان لا يمكن تبرير ذلك من الناحية العلمية إلا أنه لا يخرج عن نطاق مفهوم صحافة المواطن، فهي صحافة شعبية وأساس انتشارها هو هذه البساطة في المستوى التعبيري للغة التي يتم توظيفها.

6- فئة توظيف الصور:

الجدول 41.5: يوضح الصور بالنسبة لصفحات الشبكات الإخبارية العربية

| المجموع | | لا يحترم أخلاقيات المهنة | | | | | | يحترم أخلاقيات المهنة | | | توظيف الصور الصفحات |
|---------|-----|--------------------------|---|--------------------|----|----------------|-----|-----------------------|----------------|-----------------------------|------------------------|
| | | عدم احترام المجتمع | | عدم احترام الأفراد | | عدم ذكر المصدر | | احترام المجتمع | احترام الأفراد | ذكر المصدر | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | |
| 100 | 261 | 0 | 0 | 0,76 | 02 | 59 | 154 | 40,22 | 105 | شبكة رصد الإخبارية المصرية | |
| 100 | 82 | 0 | 0 | 9,75 | 08 | 4,87 | 04 | 85,36 | 70 | شبكة شام الإخبارية | |
| 100 | 21 | 0 | 0 | 9,52 | 02 | 28,57 | 06 | 64,90 | 13 | شبكة رصد الإخبارية المغربية | |

توضح معطيات الجدول طريقة توظيف الصور بالنسبة لصفحات الشبكات الإخبارية وذلك من حيث احترامها لأخلاقيات المهنة الصحفية من خلال التركيز على ثلاث مؤشرات أساسية هي: مصدر الصورة، مدى احترامها لسمعة وخصوصيات الأفراد، مدى احترامها لآداب وأخلاقيات المجتمع، وقد اعتمدت الباحثة على هذه المؤشرات في تحليل الصور لكل مفردات الدراسة التحليلية لتسهيل عملية التدقيق.

فنظرا للسرعة الفائقة والآنية التي تتسم بها الفضاءات الرقمية بشكل عام وشبكات التواصل الاجتماعي على وجه الخصوص يصعب في كثير من الحالات التأكد من صحة الصور المنشورة ومصادرها، الأمر الذي يكون له تداعيات خطيرة سواء على سمعة وخصوصيات الأفراد أو على المجتمع خاصة لما تتحول الصور إلى أداة لإثارة الفتن والكراهية ونشر العنف والنعرات الطائفية.

ولا يعني هذا «أن الصور المفبركة والكاذبة نشأت مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، وإنما استعملت حتى في بداية القرن الماضي، وقد عرض في هذا السياق صورتين من الثلاثينات تم في واحدة منهما حذف رئيس الشرطة السرية الروسي "نيكولاي" وهو يرافق ستالين بسبب إقصائه من الحزب المركزي آنذاك». (بلعيشي، 2016، صفحة 50) بنفس الفكرة تكررت بظهور شبكات التواصل الاجتماعي، فقد أثار الترويج لصور مفبركة عن مقتل أسامة بن لادن عبر "التويتر" و "الفايس بوك" الكثير من الجدل سنة 2012، حيث تداولته الوكالات والقنوات العالمية ليتضح فيما بعد أن الخبر مجرد إشاعة والصور تم تعديلها باستخدام برنامج "فوتوشوب" «photoshop». ولتمحيص الصور التي تنشرها الصفحات اعتمدنا بعض الآليات التي تلجأ إليها وسائل الإعلام عادة للتأكد من مدى صحة المعلومات والصور التي يرسلها المواطنين الصحفيين والهواة إلى بوابة التحرير وهي:

- فحص تفاصيل الصورة للتأكد من خلوها من التعديلات الرقمية، حيث أن هناك وسائل كفيلة بذلك والتي من بينها تحميل الصور ثم التأكد من بياناتها المتمثلة في: نوع جهاز التصوير، تاريخ التقاط الصورة وكذا الموقع الجغرافي.

إضافة إلى ذلك اعتمدنا وضع الصور في موقع جوجل للحصول على قائمة المواقع التي تم فيها نشر الصور وكذا تواريخ نشرها بعدها القيام بالمقارنة بينها للتعرف على مصدر الصورة الأصلي وبناء على ذلك توصلت الباحثة إلى المعطيات الموضحة في الجدول، حيث يتضح أن شبكة رصد الإخبارية المصرية نشرت حوالي 261 صورة 105 فقط منها كانت من مصادرها الخاصة، في حين أن ما

يقارب 154 أي ما نسبته 59% كانت نقلا واقتباسا عن مصادر إعلامية أخرى على غرار قناة الجزيرة الإخبارية وكذا مواقع وقنوات أخرى عالمية.

وتجدر الإشارة إلى أن الصور المذكورة تتعلق بأحداث هامة مثل اعتداءات مسجدني نيوزيلندا حريق كنيسة نوتردام بفرنسا، لقاء الرئيس الأمريكي "ترامب" بزعيم كوريا الجنوبية "كيم جونج"، انتفاضة العودة الفلسطينية، الانقلاب العسكري في السودان أين تم تغطية النقص في المعلومات والصور التي لا يستطيع المواطنون الصحفيين تحصيلها بالنقل عن وسائل الإعلام العربية والعالمية دون ذكر مصدر الصورة، ولا يتوقف الأمر عند عدم ذكر المصدر بل يتعداه إلى إدخال تعديلات رقمية من خلال إدراج الرمز أو "اللوجو" الخاص بالصفحة على الصورة، الأمر الذي يتنافى مع أخلاقيات المهنة الصحفية ويؤدي إلى انزلاقات خطيرة تطل حقوق الملكية الفكرية. إذ تقتضي الملكية الفكرية الالكترونية [...] أن كل ما تحمله شبكة الانترنت من مواد بما في ذلك البريد الالكتروني ولوحات العرض والتعليق والصور والألحان...الموسيقية ورسوم الكاريكاتير تحظى بحقوق الملكية الفكرية باستثناء ما يدخل تحت مبدأ الاستخدام المنصف « Fair use » فلا يحق للصحفي مثلا نقل صورة من الشبكة وإدراجها في نص إخباري دون إذن مسبق. (عزي، قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي ، 2014، صفحة 130) ولكن الإشكال القانوني الذي يطرح وبقوة في هذا السياق هو هل ينطبق مفهوم الصحفي على الصحفي المهني فقط أم يشمل حتى الصحفي المواطن والصحفي الهاوي، إذ لا توجد ضوابط قانونية وتشريعية تضبط مجال صحافة المواطن خاصة على الصعيد العربي.

إضافة إلى ذلك حاول المشرفين على صفحة رصد الإخبارية المصرية احترام أخلاقيات المجتمع وآدابه، إذ لم يتم نشر أي صورة تتنافى مع الأخلاقيات المجتمعية وهذا خلال الفترة الزمنية التي وافقت مرحلة الدراسة التحليلية، أما بالنسبة لمدى احترام الصور التي نشرتها شبكة رصد المصرية للأفراد من حيث احترام السمعة والخصوصية، فقد جاءت بنسبة 0,76% بمعدل صورتين إحداهما لشابة مصرية تعرضت للقتل في الولايات المتحدة الأمريكية أين تم نشر صورة الضحية وهي في المستشفى في حالة حرجة دون مراعاة الحق في الصورة، في حين الصورة الثانية كانت للرئيس المصري عبد الفتاح السيسي وهو يقوم بزيارة تفقدية لمزارع النخيل في مصر أين تم تعديل الصورة رقما وإضافة عبارة "زيارة السيسي لمزارع البلح" وذلك في إشارة تهكم على شخص الرئيس، حيث ارتبط لقب بلحة بهذا

الأخير خاصة في الأوساط المجتمعية المصرية وفي شبكات التواصل الاجتماعي، ويعود أصل هذه التسمية لواحد من الأفلام المصرية الشهيرة وهو فيلم "الدنيا على جناح يمامة"، حيث يهرب أحد المجانين من المستشفى ويدعي الفطنة وعدم الجنون وأنه بكامل قواه العقلية وقادر على حل كل المشكلات التي تواجهه، في حين هو عكس ذلك تماما ويرجع سبب هذا التشبيه بين بطل الفيلم "المجنون" وشخص الرئيس المصري إلى فشل معظم الخطط الاقتصادية والاجتماعية التي سطرها السيسي منذ توليه الحكم، إلى جانب ارتفاع المديونية الخارجية وتراجع النمو الاقتصادي وارتفاع نسبة الفقر.

وبعيدا عن وجهة النظر هاته التي يتداولها المصريون فإن هذا التوصيف من خلال نشر صورة للرئيس وإن كان يسقط مبدأ الخصوصية نظرا لكونه من الشخصيات العامة التي لا يجرم تداولها وتسليط الضوء عليها إعلاميا إلا أنه يرتبط بجانب غير أخلاقي آخر هو القذف، « فالقذف من الناحية الاصطلاحية هو نشر موضوع من شأنه المساس بسمعة شخص أو هيئة أو منتج لدى الجمهور» (لعلوي، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري دراسة قانونية بنظرة اعلامية، 2012، صفحة 73)، « كما يعد قذفا كل إسناد وإخبار لواقعة تمس شرف أو اعتبار الشخص أو الجماعة التي أسندت إليها هذه الواقعة». (عبد العال، 2002، صفحة 05) و بالتالي فإن شبكة رصد الإخبارية اتسمت بتوظيفها للصور بعدم احترام أخلاقيات المهنة خاصة ما تعلق باحترام الأفراد واحترام الحق في الصورة، إلى جانب عدم احترام حقوق الملكية الخاصة بالصور المنشورة.

أما شبكة رصد المغربية وإن كانت لم تنتشر عددا كبيرا من الصور مقارنة بباقي الشبكات، أين نشرت حوالي 21 صورة فقط التزمت في 13 صورة منها بأخلاقيات المهنة وذلك بنسبة 61,90% في حين 6 صور لم يذكر فيها المصدر وكانت مقتبسة عن قناة 2M المغربية، بالإضافة إلى صورتين تضمنتا قذف صريح لمجموعة من الشخصيات وهي الكاتبة نوال السعداوي، المخرجة المصرية إيناس الدغدي وشخصيات أخرى مغربية منها وزير الشباب والرياضة المغربي السابق محمد أوزين. أما فيما يخص احترام أخلاقيات المجتمع فلم تنتشر شبكة رصد المغربية أي صور تتنافى مع آداب وأخلاقيات المجتمع.

شبكة شام الإخبارية كانت أكثر مهنية من حيث توظيف الصور أين كانت معظم التي نشرتها موثقة المصدر، حيث ذكر على الصورة التاريخ ومكان التقاطها واسم المواطن الصحفي الذي قام

بالتقاطها، وقد قدرت نسبة الصور التي التزمت فيها الشبكة بأخلاقيات المهنة بحوالي 85,36% ماعدا أربع صور لم يذكر فيها المصدر وهي غير مقتبسة أين تأكد للباحثة ذلك بعد التدقيق فيها ولعل السبب يعود للفورية في نقل الأخبار وبالتالي تم نشرها مباشرة دون توثيق لمعلومات المصدر، كما نشرت شبكة شام 08 صور كانت لأطفال من ضحايا القصف في ريف إدلب وأشخاص آخرين فقدوا ذويهم وهي لحظات جد مؤثرة بالنسبة لهؤلاء الأشخاص، فبالرغم من أن الهدف كان نقل الحقيقة كما هي من أرض الواقع إلا أن تغليب الجانب الإنساني في مثل هذه الحالات يكون له الأولوية.

فالحق في الصورة هو واحد من المبادئ الأخلاقية الأساسية التي يجب أن تراعيها وسائل الإعلام سواء التقليدية أو الجديدة بما فيها صحافة المواطن، كما أن الحق في الصورة يشمل ضرورة احترام حرمة الجسد الإنساني وعدم الاعتداء عليه بأي شكل كان، حيث « يمكن اعتبار حرمة الجسد الإنساني من قبيل الحياة الخاصة، كأن يكون الاعتداء على جسم الإنسان قصد كشف معلومات من شأنها المساس بسرية هذا الجسد ويأخذ الاعتداء على حرمة الجسد الإنساني عن طريق التصوير عدة أشكال منها: تصوير المرض (أولاً)، تصوير الموتى (ثانياً)، ثم تصوير ضحايا الجرائم والحوادث والكوارث «.(بوزيدي وحميطوش، 2016، الصفحات 19-20)لدى فإن استخدام شبكة شام لهذا النوع من الصور بغض النظر عن الرغبة في كشف الحقيقة للرأي العام العالمي وإظهار حقيقة الوضع الكارثي في سوريا إلا أنه لم يكن مهنيا ولم يحترم الحق في الصورة الذي يعد من المبادئ الأخلاقية الواجب الالتزام بها في التغطيات حتى أثناء الحروب والنزاعات وذلك حفظا للخصوصية وللكرامة الإنسانية.

7- فئة القالب:

جدول رقم 42.5: يوضح فئة القالب عبر صفحات الشبكات الإخبارية

| لون الخط | حجم الخط | نوع الخط | حجم النصوص | سلامة اللغة | القالب / الصفحات |
|-----------|------------|-----------|------------|-------------|-----------------------------|
| أسود خفيف | بدون عنوان | Halvetica | مقتضب | 136/106 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| | النص 10,5 | | | | |
| أسود خفيف | بدون عنوان | Halvetica | مقتضب | 138/138 | شبكة شام الإخبارية |
| | النص 10,5 | | | | |
| أسود خفيف | بدون عنوان | Halvetica | نصف صفحة | 21/17 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |
| | النص 10,5 | | | | |

يوضح الجدول فئة القالب الذي اعتمده صفحات الشبكات الإخبارية والتي تشمل عناصر (سلامة اللغة، حجم النصوص، نوع الخط، حجم الخط، لون الخط)، وهي من العناصر التيبوغرافية الأساسية الواجب أخذها بعين الاعتبار أثناء عملية التحرير الإلكتروني للمضامين عبر الصفحات والمواقع، حيث يتم توظيف العناصر التيبوغرافية لعرض النص على شاشة الكمبيوتر وذلك لتمييز العناصر النصية على الشاشة. وتجدر الإشارة إلى أن العناصر التيبوغرافية هي من أهم العناصر البنائية للمواقع والصفحات الإلكترونية وحتى الصحف التقليدية الورقية، فهي المفردات والأدوات التي توظف للتعبير عن لغة الشكل والتي تنقل مضمونا معينا مرتبا حسب الأهمية النسبية للمواضيع بأسلوب جذاب يراعي الموازنة بين الوظيفة الإخبارية والجمالية للمضمون. (موسى ب.، 2015، صفحة 77)

والملاحظ أن صفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة اعتمدت نفس العناصر التيبوغرافية من حيث نوع وحجم ولون الخط وهو خط حجم Halvetica 10,5 بلون أسود خفيف (light) وهي بشكل عام العناصر التي تعتمدها مجمل الصفحات عبر موقع الفاييس بوك، وتهدف هذه البنية التصميمية التي يعتمدها الموقع إلى إعطاء قالب موحد لجل الحسابات والصفحات التي يتيحها.

وفي هذه الحالة لا يكون لمشرفي الصفحات إمكانية التحكم الكبير في الجانب التصميمي نظرا لكون موقع "الفايس بوك" بالأساس عبارة عن منصة لها بنية تصميمية موحدة.

فعملية إدراج المضامين والمنشورات في موقع الفايس بوك تتخذ شكل البناء المتتابع الخطي «**sequence linear**» وهي أبسط طريقة لتنظيم المعلومات بوضعها متتابعة، وقد يكون التتابع حسب التخصص (من العام إلى الخاص) أو هجائيا أو حسب قائمة الفهرس. (موسى ش.، 2015، صفحة 110)، أما في موقع الفايس بوك فالمنشورات كلها تكون ذات تتابع خطي بناء على تاريخ إدراج المنشور أي من الأحدث إلى الأقدم زمنيا، لكن مع ذلك حاولت كل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وكذا شبكة شام الإخبارية اعتماد النصوص المدعمة بالصور والروابط التشعبية أين كانت جل الأخبار التي يتم نشرها عبارة عن مقدمة خبرية مقتضبة متبوعة بصورة ورابط يحيل مباشرة لصفحة تفصيلية على موقع الشبكة الالكتروني.

وعادة ما تستخدم الصحف الالكترونية هذا الأسلوب في الانتقال من الأخبار التي لا تقدم كل تفاصيلها على الصفحة الرئيسية وتحيل المستخدم من خلال النقر على الرابط إلى صفحة داخلية تفصيلية أو فوق تفصيلية للتعلم أكثر في مضمون الخبر.

أما من حيث سلامة اللغة وكما هو موضح في الجدول فقد كان استخدام شبكة شام الإخبارية للغة سليما وذلك في 138 موضعا دون وجود لأية أخطاء نحوية أو صرفية أو أخطاء تتعلق بترتيب عناصر الجملة أو أخطاء إملائية وهو ما يعكس الاهتمام الكبير لمشرفي الشبكة بالجانب اللغوي والذي يعكس اهتمامها بقيمة وجودة المضمون من ناحية واحترامها للجمهور من ناحية أخرى.

أما شبكة رصد الإخبارية المصرية فقد كانت لغتها إلى حد ما مقبولة مع وجود أخطاء لغوية نحوية وصرفية وكذا توظيف كلمات في غير محلها وذلك بمعدل 106 موضعا كان فيها استخدام اللغة سليما من مجموع 136 موضع تم فيها استخدام اللغة مما يقلل من مهنية الشبكة ومن جودة المحتوى الذي تقدمه.

وبالنسبة لشبكة رصد المغربية بدورها لم تخلو منشوراتها على قلتها من بعض الأخطاء اللغوية النحوية والتركييبية، حيث جاءت سلامة اللغة بمعدل 17 موضع من مجموع 21 منشور استخدمت فيها اللغة العربية الفصحى وكذا العامية المغربية وهو ما يعطي للمتتبع لمضمونها صورة واضحة على

أنها لا تعدو أن تكون صفحة لمنشورات ينتجها هواة وليس صفحة إخبارية تسعى لن يكون لها بعد وطابع مهني.

8 - فئة القرافيزم:

جدول رقم 43.5: يوضح فئة القرافيزم لصفحات الشبكات الإخبارية

| عدد الألوان | القالب | تناسق الألوان | موقع مثالي للعين | انسجام الصور مع النصوص | | القالب |
|-------------|--------|---------------|------------------|------------------------|-----|-----------------------------|
| | | | | ك | % | |
| 03 | موحد | متناسق | 1 | 80,48 | 99 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 04 | موحد | متناسق | 1 | 100 | 255 | شبكة شام الإخبارية |
| 7 | موحد | متناسق | 1 | 61,90 | 13 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

توضح معطيات الجدول فئة القرافيزم الخاصة بصفحات الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة، حيث نقصد بالقرافيزم مجموعة الصور والأشكال والخطوط والألوان المتداولة والتي تشكل في النهاية وحدة مضمونية منسجمة، خاصة وأن سمة الانسجام هي واحدة من السمات الرئيسية الواجب الالتزام بها أثناء تصميم المواقع والصفحات وإخراج مضامينها، وتجدر الإشارة إل أن عملية تصميم المواقع والصفحات الإلكترونية تستند إلى مفهومين أساسيين هما:

- «المفهوم الأول Design: ويتعلق هذا المفهوم بعملية إنتاج الموقع أو الصفحة وإنشائها وكيفية تعامل المستخدم معها.

- المفهوم الثاني: Layout: ويتعلق هذا المفهوم بطريقة تنظيم النصوص والصور والرموز الأخرى على الموقع أو الصفحة وأماكنها عليه وكذلك الجداول والإطارات وغيرها». (موسى ش.، 2015، صفحة

وهو ما يمنح في النهاية طابعا وقالبا موحدًا للموقع، والملاحظ أن موقع فايسبوك هو واحد من أكثر مواقع شبكات التواصل الاجتماعي بساطة من حيث البنية التصميمية، وهو يتسم بالجاذبية والقالب الموحد للصفحات سواء الشخصية أو المهنية وكذا مجموعات الاهتمام المختلفة وحتى الصفحة الرئيسية التي يتيحها الموقع للمستخدمين هي أيضا ذات نمط موحد، ويهدف هذا القالب الموحد للصفحات وللشكل الذي تتخذه المضامين والمنشورات عبر موقع الفايس بوك إلى تحقيق سمتين رئيسيتين هما:

«الانسجام: ويتحقق الانسجام حين تظهر مختلف الأجزاء على أنها تنتمي إلى بعضها البعض، فالتصميم المنسجم هو الذي يظهر كلا واحدا وليس كتجميع لأجزاء مختلفة». (موسى ش.، 2015، صفحة 101)

«التتابع Sequence: ويعني التتابع إمكانية متابعة المستخدم للمضمون بصورة سلسلة وفقا للترتيب الصحيح، سواء لمتابعة نصوص أو صور أو أشكال أو جميع هذه العناصر، وبالتالي يمكن المستخدم الربط بين عناصر المضمون والعناصر الأخرى المرافقة له مثل الصور، الفيديو، الرسومات وغيرها» (موسى ش.، 2015، الصفحات 106-107).

وهو ما يؤثر بشكل إيجابي في الجانب السيكولوجي للمستخدم الذي يجد راحة بصرية أثناء عملية التصفح للموقع والصفحات المتاحة عبره من ناحية ويحافظ من ناحية أخرى على عدم انقطاع حاسة البصر أثناء الانتقال من صفحة إلى أخرى فيحصل بذلك المتلقي المعلومات والأخبار التي يريد ضمن نفس القالب المميز وقد عبرنا عن هذا المفهوم من خلال مؤشر موقع مثالي للعين وذلك بغية إعطاء دلالة لوجود هذا المتغير الذي لا يمكن قياسه كميًا، لدى جاءت مجمل منشورات صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك منسجمة وذات قالب موحد غير منقطع، فالمنشورات التي يتم إدراجها تكون مرتبة زمنيا بشكل متسلسل وذات نمط موحد.

والجدير بالذكر أن صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة سيما شبكة رصد المغربية وشبكة رصد المصرية وإن كانت منسجمة من حيث وحدة القالب والبنية التصميمية، إلا أنها من الناحية الإعلامية المهنية لم تكن موفقة في نشر بعض الصور إلى جانب الموضوعات، بحيث يظهر بشكل جلي عدم انسجام بعض الصور مع مضمون النصوص والتي جاءت بنسبة 80,48% بالنسبة لشبكة رصد المصرية و61,30% بالنسبة لشبكة رصد المغربية، ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى عدم

توفر تغطيات لبعض الموضوعات والأحداث من طرف المواطنين الصحفيين، وبالتالي يتم اللجوء إلى شبكة الانترنت لاستقاء بعض الصور وإدراجها إلى جانب الموضوعات ما يجعلها غير منسجمة الأمر الذي ينعكس سلبا على قيمة المضمون الإخباري المقدم، أما شبكة شام الإخبارية فقد كانت جد موفقة في انتقاء الصور بشكل منسجم مع الموضوعات المنشورة وذلك بنسبة 100% ولعل السبب يكمن في الدورات التدريبية والتكوينية التي تجربها الشبكة بشكل دوري في مختلف مجالات الإعلام لمراسليها من المواطنين الصحفيين سواء في إعداد التقارير الإخبارية أو التصوير الفوتوغرافي وغيرها.

أما فيما يخص عدد الألوان المختارة ومدى تناسقها بالنسبة لصفحات الشبكات الإخبارية فقد كانت مختارة بشكل جيد ومهني خاصة بالنسبة لشبكة شام والتي اختارت ألوان تعبر من خلالها عن هويتها التصويرية والتي كانت قريبة جدا من الألوان الرئيسية لموقع فايس بوك وهي الأبيض والأزرق، بالإضافة إلى تدرجات لونية أخرى هي الأسود والبرتقالي بشكل طفيف.

شبكة رصد الإخبارية المصرية بدورها كانت ألوانها منسجمة ومستقاة من الألوان الرئيسية لموقع فايس بوك مع إضافة اللون الأزرق الفاتح. أما شبكة رصد المغربية حقيقة لم تكن اختياراتها للألوان منسجمة بل كانت كثيرة تشتت الانتباه فزيادة على ألوان الصفحة التي يتيحها موقع فايس بوك بالأبيض والأزرق استخدمت عدة ألوان أخرى هي: الأحمر، الأخضر، الأسود، الرمادي، الأصفر، حيث ينصح المختصون في هذا المجال بأن لا يتجاوز عدد الألوان في موقع الكتروني أو صفحة 4 ألوان بل يجب الالتزام بميثاق العناصر التيبوغرافية الخاصة بكل صفحة أو موقع وهو ما يطلق عليه بـ « la charte graphique » وهو ما يعطي للصفحة عامل التجانس والراحة البصرية عند التصفح.

9- فئة التوجيه والتصفح:

جدول رقم 44.5: يوضح فئة التوجيه والتصفح الخاصة بالشبكات الإخبارية

| نظام المؤشرات | توافق النتائج مع عملية البحث | محرك بحث تفاعلي | شروط الإبحار | مخطط الموقع | الفئة الصفحات |
|---------------|------------------------------|------------------|--------------|-------------|-----------------------------|
| متاح | متوافق | لكل صفحات الموقع | 7×1 | 7×1 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| متاح | متوافق | لكل صفحات الموقع | 9×1 | 9×1 | شبكة شام |
| متاح | متوافق | لكل صفحات الموقع | 6×1 | 6×1 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

تبرز معطيات الجدول فئة توجيه وتصفح المستخدمين لصفحات الشبكات الإخبارية المدروسة وآلية إرشادهم للمعلومات والمضامين المنشورة عبرها، فعملية توجيه وإرشاد المستخدمين للمواقع والصفحات الالكترونية بشكل عام سيما التي تحوز على عديد الصفحات الرئيسية، الداخلية، التفصيلية وأحيانا فوق التفصيلية ليس بالأمر الهين، حيث تتطلب بنية وهيكل رقمية خاصة ومنظمة تعتمد على عديد المؤشرات خاصة وأن عملية تقييم جودة الموقع ترتبط بشكل أساسي بمدى فعالية الأدوات التي تسهل توجيه ووصول المستخدمين للصفحة المطلوبة والمحتوى المراد.

فالموقع الالكتروني « Web site » هو عبارة عن مجموعة من الصفحات والنصوص والصور ومقاطع الفيديو الرقمية والمتراصة وفق هيكل متماسك ومتفاعل(العزة، صفحة 01). وبالتالي يتطلب عناصر تسهل عملية توجيه وتصفح المستخدمين لمضامين الموقع أثناء عملية الإبحار (Navigation)، وموقع الفاييس بوك هو من جملة المواقع الالكترونية التي تتسم ببساطة وفعالية بنيتها التصميمية حيث تطرقنا لعديد الجوانب التقنية الخاصة به في تحليلنا للفئات السابقة، أين يوفر هذا الموقع العديد من العناصر التي تسهل عملية التوجيه والتصفح من بينها مخطط الموقع، شريط الإبحار، فمخطط الموقع أو خريطة الموقع « site map » «هو عبارة عن توضيح لشكل البناء الهرمي للموقع والذي يعكس المعلومات والمحتويات التي يتضمنها»(موسى ش.، 2015، صفحة 109)، وتجدر الإشارة إلى أن مخطط الموقع ليس بالضرورة مؤشرا وحيدا وكافيا للتوجيه والتصفح، إذ يحتاج إلى

عناصر أخرى على غرار شرائط الإبحار التي تكون ملازمة للصفحات حتى تمكن المستخدم من الوصول إلى المعلومات المطلوبة من خلال الروابط والوصلات التي تتيحها.

وقد اعتمدت صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة على مخطط الموقع الخاص بفايس بوك وذلك لإبراز صفحاتها الداخلية وعددها 7 صفحات بالنسبة لشبكة رصد الإخبارية المصرية و9 صفحات داخلية بالنسبة لشبكة الشام، مقابل 06 صفحات داخلية لشبكة رصد الإخبارية المغربية وذلك بغية مساعدة متبعيها في الوصول إلى الأوعية المعلوماتية المطلوبة.

والملاحظ أن مخطط الموقع وكذا شريط الإبحار هو ملازم لكل الصفحات عبر موقع الفاييس بوك بغض النظر عن طبيعتها شخصية، مهنية، إخبارية، تجارية... الخ، مع إمكانية التحكم في إعدادات مخطط الموقع بإدراج صفحات ومعلومات أخرى يريدها صاحب الصفحة أو المشرف عليها حيث لاحظنا اكتفاء شبكة رصد الإخبارية المغربية بمخطط الموقع العام لموقع فايس بوك دون إدراج أي معلومات إضافية عليه وهي: الصفحة الرئيسية، المنشورات، الصور، الفيديوهات، صفحة البيانات العامة، المجتمع الذي تشمله بالإضافة إلى عناصر التوجيه والتصفح المذكورة والمتمثلة في مخطط الموقع وشرائط الإبحار « **Navigation bars** » يتيح أيضا موقع الفاييس بوك محرك بحث تفاعلي يظهر في أعلى الصفحة جهة اليسار وتتمثل وظيفة محركات البحث في المواقع الالكترونية عموما في طلب المعلومات والخدمات التي يريدها المتصفحين والمتابعين، وتزيد فاعلية محرك البحث كلما ازداد توافق المعلومة المطلوبة مع نتائج عملية البحث أو اقتراح نتائج مشابهة أو مقارنة لما يريده المستخدم كما توفر محركات البحث التفاعلية إمكانية تدارك الأخطاء في العبارات التي يدخلها المستخدم في شريط محرك البحث باختيارات أخرى تقترح عليه.

ومحرك البحث في موقع فايس بوك يتسم بالتفاعلية حيث يرشد المتصفحين إلى عناوين صفحات الشبكات الإخبارية مع توفير عدة مؤشرات للبحث إما من خلال عنوان الصفحة أو المنشور الفيديو، الصورة، المكان وغيرها.

أما فيما يخص نظام المؤشرات والذي عادة ما تستخدمه معظم المواقع الالكترونية التي تتكون من العديد من الصفحات المرتبطة ببعضها لتسهيل عملية الإبحار وذلك من خلال التركيز على صفحة **Index** أو الدليل وعادة ما تكون هي الصفحة الرئيسية، نجد أن موقع الفاييس بوك أيضا تقنيا

يوظف هذا الجانب وذلك عبر عدة أشكال وقفنا عليها أثناء عملية تحليل صفحات الشبكات الإخبارية نذكر منها:

- التصفح باستخدام الارتباطات النصية التي تربط الصفحات وتتيح للمتصفح الانتقال إلى صفحات جديدة حيث كانت شبكة شام الإخبارية وكذا شبكة رصد الإخبارية المصرية هي الأكثر توظيفا لهذا النمط.

- الارتباطات البنوية والمراد بها الأيقونات والارتباطات التي توضع في الصفحة الرئيسية ويوفرها موقع الفايس بوك تلقائيا.

- التصفح من خلال خريطة الموقع، شريط الإبحار، روابط الصور وغيرها.

مع ملاحظة أن موقع الفايس بوك لا يستخدم الارتباطات التراتبية داخل النصوص على غرار مواقع الصحف الالكترونية والتي تستخدم الكلمات والحروف التي تشير إلى صفحات أخرى وذلك لطبيعة وخصوصية الموقع كشبكة اجتماعية.

10 - فئة الخدمات التقنية:

جدول رقم 45.5: يوضح فئة الخدمات التقنية التي توفرها صفحات الشبكات الإخبارية

| المساهمة في إنشاء المحتوى | التكليف على المنشورات | التسجيل في الأحداث ومجموعات الاهتمام | نظام التصويت | خدمة الأجنحة والأحداث أو التواريخ | خدمة RSS | الإحالة على روابط شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى | الفئة الصفحات |
|---------------------------|-----------------------|--------------------------------------|--------------|-----------------------------------|----------|--|-----------------------------|
| 0 | متاح | 04 | 0 | 0 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 0 | متاح | 04 | 0 | 0 | 0 | 02 | شبكة شام الإخبارية |
| 0 | متاح | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

توضح لنا معطيات الجدول فئة الخدمات التقنية التي توفرها صفحات الشبكات الإخبارية الثلاث محل الدراسة التحليلية، أين تتطلب المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت عموماً ضرورة توظيف عديد الخدمات التقنية التي تسهل على جمهور المستخدمين عملية التصفح والإبحار عبر المواقع والصفحات وكذا تزيد من درجة رضا المستخدمين للموقع والخدمات والمضامين التي يقدمها، ولكن تجدر الإشارة في هذا المقام إلى طبيعة الخدمات التقنية التي توفرها المواقع قد تختلف باختلاف طبيعة الموقع ونشاطاته وجمهوره المستهدف بالرغم من وجود خدمات تقنية عامة تتوفر في مجمل المواقع على غرار خدمة الإحالة على روابط شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى، أسئلة الأجوبة المتكررة FAQ، استمارة الاتصال وغيرها، في حين هناك خدمات تقنية أخرى ترتبط بخصوصية الموقع وطبيعة الخدمات والمضامين التي يقدمها مثل المواقع الالكترونية الإخبارية كمواقع الصحف الالكترونية مثلاً والتي تقدم خدمة النشرة الإخبارية الالكترونية، خدمة أو خاصية RSS Feeds والمراد بهذا الاختصار حالياً « Really Simple Syndication » أو تليق مبسط جداً، وهي عبارة عن خدمة لمتابعة آخر الأخبار بشكل مباشر وبدون الحاجة إلى زيارة الموقع، حيث يمكن أن يستفيد المشترك من هذه الخدمة من إمكانية الحصول على عنوان أو مختصر لنص الخبر من خلال وصلة أو رابط لنص الخبر الكامل على الموقع، بالإضافة إلى عدد التعليقات الموجودة بخصوصه. «كما توفر خدمة RSS أيضاً إمكانية الاشتراك في خدمات الإحاطة بفئة معينة من الأخبار كأخبار الرياضة مثلاً». (موسى ش.، 2015، صفحة 137)

وترجع فكرة خدمة RSS أو الملخص الوافي للموقع كما يطلق عليه إلى العالم "رامنثان جوها" *RamanathanGuha* " حيث فكر سنة 1995 في ابتكار طريقة إعادة هيكلة مواقع الانترنت وواصفات محتواها، وفي مارس 1999 أنتجت أول إصدار من الملخص الوافي للموقع وأطلق عليها RSSO.9، وقد أجريت تلك الدراسات تحت مظلة شركة نيت سكيب (. Netscape) (فهدي، 2013، صفحة 92)

وبالرجوع إلى معطيات الجدول نجد أن جل الصفحات المدروسة تفتقر إلى العديد من الخدمات التقنية التي يمكن أن توفرها الصفحات عبر منصة موقع الفاييس بوك وكذا المواقع الإخبارية، فخدمة الإحالة على روابط شبكات اجتماعية أخرى لا تتوفر إلا في صفحة شبكة شام الإخبارية، والتي تضمنت روابط الإحالة على كل من موقعي تويتر وكذا يوتيوب، في حين لا تتوفر كل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وكذا شبكة رصد المغربية على هاته الخدمة.

فالفترة الحالية التي نعيشها تشهد الاستخدام المتعاظم للعديد من الشبكات الاجتماعية سواء للتواصل، التسويق، الدراسة أو حتى تقديم الخدمات الإخبارية، وبالتالي أضحت إدراج هذه الخدمة بالنسبة للمواقع والصفحات ضرورة ملحة نظرا لإمكانياتها الهائلة في النفاذ للجماهير.

بالإضافة إلى ذلك لا توفر صفحات الشبكات الإخبارية عينة الدراسة خدمة RSS رغم طابعها الإخباري وهذا لسبب موضوعي يعود لأن المواقع الخاصة بهذه الشبكات توفر هذه الخدمة، وقد تؤكد للباحثة ذلك من خلال الولوج إلى هاته المواقع والبحث في قائمة الخدمات المتاحة عبرها والتي تتوفر فيها أيقونة خدمة الأخبار العاجلة أو خلاصات الأخبار RSS، وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمة لا تتوفر في صفحة شبكة رصد الإخبارية المغربية لأنها لا تملك بالأساس موقعا الكترونيا، فهي صفحة تنشيط فقط عبر موقع الفايس بوك، كما يمكن للصفحات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفايس بوك تجاوز عدم إتاحة خدمة RSS نظرا لتوفر خدمة الإشعارات « notifications » والتي تصل تلقائيا إلى متابعي الصفحات كلما تم نشر معلومات وأخبار جديدة، فمن خلال النقر على الإشعار يتم إحالة المستخدم مباشرة على المنشور والاطلاع على كامل تفاصيله.

أما فيما يخص خدمة التعليق على المنشورات فقد كانت متاحة بشكل كامل عبر كل الصفحات المدروسة وإن كان هذا الأمر عاديا بالنظر لكون الصفحات تنشيط عبر موقع الفايس بوك وخاصة التعليق هي من أبرز السمات التي يوفرها حيث تزيد من تفاعليه الجمهور مع المضامين المنشورة، إلا أنه وفي كثير من الحالات لا يتم الالتزام في التعليقات بالأخلاقيات والآداب العامة حيث تتضمن العديد من التعليقات وابل من السب، القذف والشتم سواء لشخصيات سياسية أو عامة وأحيانا لمشرفي الصفحات، وأحيانا أخرى تكون هذه التعليقات مجالا لإثارة الفتن والكراهية والنعرات الطائفية بسبب اختلاف التوجهات الفكرية والإيديولوجية لأصحابها، والملاحظ أن مشرفي الصفحات الإخبارية عينة الدراسة لا يهتمون بالتحكم في الإعدادات الخاصة بالتعليقات سواء من حيث الحظر، الحذف، وعدم إظهار ما هو غير لائق منها وهذا غير مستحب، فهناك بعض مواقع صحافة المواطن وهي المواقع الإخبارية التساهمية العالمية على غرار موقع Oh my news الكوري وكذا موقع Agora vox الفرنسي والذي يتحكم فيه المشرفين على الموقع بشكل كامل في التعليقات والمنشورات وذلك وفق بنود الميثاق الأخلاقي الداخلي الخاص بكل موقع.

هذا من جهة، ومن جهة أخرى لا توفر صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة خدمة المساهمة في إنشاء المحتوى للمواطنين والهواة من المتابعين لمضامينها أين يكون في أغلب الأحيان المشرفين على الصفحات هم المتحكمين بشكل كامل في كل ما ينشر، وتجدر الإشارة في هذا السياق إلى أن شبكة شام تجند عددا كبيرا من المواطنين الصحفيين كمراسلين في مناطق متعددة من سوريا بعد إخضاعهم لدورات تدريبية وتكوينية مكثفة في إعداد التقارير الإخبارية والمصورة، التصوير الفوتوغرافي، أرشفة البيانات والمعلومات وغيرها وذلك حتى يكونوا قادرين على القيام بالتغطية الإخبارية وفق مقتضيات العمل الإعلامي، أما بالنسبة لكل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة رصد الإخبارية المغربية فلا يتوفر هذا الجانب من التكوين. كما لا تتوفر خدمة الأجددة والتسجيل في الأحداث والتواريخ الهامة عبر صفحات الشبكات الإخبارية رغم أنها خدمة متاحة عبر الصفحة الرئيسية لموقع الفاييس بوك، إلا أن تفعيلها ضمن قائمة الإعدادات يتوقف على طبيعة الأهداف التي يسعى المشرفين على الصفحات بلوغها، أما فيما يخص خدمة التسجيل في الأحداث ومجموعات الاهتمام فقد كانت متوفرة في كل من صفحة شبكة شام الإخبارية والتي تتيح لمتابعيها إمكانية الانضمام إلى أربع صفحات لها نفس الاهتمامات المشتركة وتقدم خدمات متنوعة بما فيها الخدمات الإخبارية وهي: شبكة شام الإخبارية الناطقة باللغة التركية، شبكة شام فوتوغراف والتي تختص بنشر الصور الفوتوغرافية، شبكة شام الإخبارية الخاصة بأدبيات الثورة السورية وشبكة شام الإخبارية الناطقة باللغة الإنجليزية.

إلى جانب صفحة شبكة رصد الإخبارية المصرية والتي تتيح لمتابعيها أيضا إمكانية الانضمام لصفحات أخرى منبثقة عنها وهي: صفحة شبكة رصد بانوراما، صفحة رصد المعرفة وهي صفحة تعنى بالمعلومات والثقافة العامة، شبكة رصد الإخبارية الناطقة باللغة الفرنسية وكذا شبكة رصد الإخبارية الناطقة باللغة الإنجليزية، في حين لا توفر شبكة رصد الإخبارية المغربية لمتابعيها أي صفحات أو مجموعات اهتمام، إن هذا الزخم والتنوع في إتاحة خدمة الانضمام لصفحات ومجموعات الاهتمام من طرف المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك يؤكد على مبدأ التخصص أكثر ومراعاة اهتمامات وأذواق وثقافات الجمهور وخصائصه وهي عادة من الأساليب التي تلجأ إليها وسائل الإعلام بغية النفاذ أكثر لجماهيرها.

فيما يخص نظام التصويت فقد كانت هذه الخدمة غير متاحة تماما بالنسبة لصفحات الشبكات الإخبارية الثلاث المدروسة بالرغم من أهميتها، فهي ليست مجرد خدمة تقنية تهدف إلى معرفة آراء وتوجهات المتابعين وتقييمهم الشكلي لمحتوى الصفحات بل هي إستراتيجية مميزة للوالب الاجتماعي تهدف إلى تشجيع المستخدمين على المشاركة وإبداء آرائهم حول المضامين التي يتم نشرها من خلال التصويت وإعادة إرسال المحتوى وذلك من حيث مدى التزامه بالأخلاقيات والآداب العامة التي تحترم المجتمع وخصوصيات الأفراد وكذا مدونة السلوك الخاصة بالموقع أو الصفحة.

فالعديد من مواقع صحافة المواطن تعتبر نفسها مجتمعا افتراضيا أين يعمل الأعضاء في ظل هذا الفضاء وفق قواعد محددة واستراتيجيات تهدف إلى تفعيل المشاركات والتنسيق بين أفرادها. (Bégin ,2014, p119) ففي الدراسة التي أجراها « Patrice Bégin » على عينة من مواقع صحافة المواطن الأكثر انتشارا على الصعيد الأوروبي توصل الباحث إلى مجموعة من المعايير التي يمكن أن تسهم في بناء مجتمع افتراضي وفق قواعد منظمة هي:

- المناقشات وتسجيل الأحداث الخاصة.
- الأنشطة التعاونية وفتح المجال للمواطنين من الجمهور للمشاركة في صناعة المحتوى.
- التقييم من طرف المشرفين على المواقع والصفحات سواء من خلال إتاحة نظام التصويت « Système de votation » أو عبر خاصية الذكاء الجماعي.
- مدونة قواعد السلوك.
- حقوق وواجبات المشرفين على المواقع وكذا المساهمين في إنتاج المحتوى من الجمهور وبالتالي فإن تركيزنا على بعض هذه الخدمات التقنية لم يكن اعتباطيا، بل كان بهدف الوقوف على الأسس التي تتطلبها عملية الإشراف على صفحات الشبكات الإخبارية بما يضمن تشكيل مجتمع افتراضي مصغر قائم على قواعد وضوابط سلوكية تضمن في النهاية الشق الأخلاقي للممارسة الإعلامية التي تتم عبر هذه الصفحات، لكن لا تملك كل مواقع وأنماط صحافة المواطن هذا التوجه الأخلاقي الذي يقترب من الممارسة المهنية نظرا لقلة الخبرة والوعي ومدى جماهيرية صحافة المواطن وكذا المحددات السياسية والاقتصادية والثقافية التي تحكمها في ظل كل مجتمع.

11 - فئة الخصوصية:

الجدول رقم 46.5: يوضح فئة الخصوصية لصفحات الشبكات

| المعلومات غير المتحكم فيها | | | | | | المعلومات المتحكم فيها | | | | | | مراقبة التعليقات | مراقبة المحتويات وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور | الفئات الصفحات |
|----------------------------|---|------|----|-------|-----|------------------------|----|------|-----|-------|-----|------------------|---|-----------------------------------|
| فيديوهات | | نصوص | | صور | | فيديوهات | | نصوص | | صور | | | | |
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | | | |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 59.77 | 156 | 100 | 15 | 100 | 123 | 40.22 | 105 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 4.87 | 04 | 100 | 28 | 100 | 265 | 95.12 | 78 | 0 | 0 | شبكة شام الإخبارية |
| 0 | 0 | 100 | 21 | 100 | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

تبرز لنا معطيات الجدول فئة الخصوصية بالنسبة للشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة والمراد بفئة الخصوصية في هذا المقام ليس الخصوصية «Privacy» المرتبطة بسرية المعلومات الشخصية والتي تعد حقا مرتبطا بالاستقلال الذاتي للإنسان وذلك كما وضعها "لويس برانديز" القاضي في المحكمة العليا بالولايات المتحدة الأمريكية سنة 1980». (صالح، 2012، صفحة 382) لأننا بصدد تحليل صفحات عبر أحد مواقع التواصل الاجتماعي ألا وهو موقع "الفايس بوك" أين يكون تداول المعلومات من صور ونصوص وفيديوهات إلى جانب العديد من السمات الأخرى ركيزة أساسية لتحقيق الانتشار الجماهيرية إضافة إلى ذلك فإن الصفحات محل الدراسة هي أحد أنماط صحافة المواطن التي تتطلب التداول والنشر على أوسع نطاق لدى سنحاول من خلال هذه الفئة تناول آلية ضبط إعدادات الخصوصية الخاصة بكل صفحة، والمراد بالإعدادات « هو المكان الذي يمكن من خلاله التحكم بكل شيء متعلق بإدارة الحساب أو الصفحة عبر موقع فايس بوك سواء إعدادات الخصوصية إعدادات التطبيقات وغيرها» (لوفي، 2011، صفحة 66).

وبالتالي ركزنا في بناء هذه الفئة وتحصيل معطياتها على نوعين من الخصوصية وهما:

الخصوصية الاتصالية: والمراد بها أن يكون للشخص [...] الحق في أن يحتفظ لنفسه بأية مواد مكتوبة أو مسجلة أو يعطيها لأي أشخاص يختارهم وأن يتم حماية كل ذلك من تدخل الآخرين (صالح، 2012، صفحة 383).

وينطبق هذا التعريف على فضاءات التواصل الاجتماعي سيما عبر موقع الفايس بوك حيث يكون من حق المشرفين على الصفحات أو المجموعات مهما كان نوعها مغلقة أو عامة أو شخصية الحق في حماية الخصوصية وكذا حقوق الملكية الفكرية للمعلومات التي يتم بثها وتداولها من خلال ضبط خاصية إعدادات الولوج إليها. كما يدخل في نطاق الخصوصية التي تقصدها الباحثة أيضا **الخصوصية المعلوماتية** والتي تعني توفير الحماية للمعلومات التي يتم تحصيلها بشكل شخصي وشرعي وتتوفر في ملفات منظمات عامة أو خاصة (صالح، 2012، صفحة 383).

حيث أن صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة خاصة شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية هي منظمات لها مصادرها الإخبارية التي تحصل من خلالها على المعلومات ويكون من حقها حمايتها، كما ركزنا أيضا على نمط خصوصية الأفراد وحقهم في الحماية من القذف والسب والتشهير الذي يمكن أن يطالهم من خلال التعليقات التي لا يتم التحكم فيها من طرف مشرفي

الصفحات، أين توضح لنا معطيات الجدول عدم توفر خاصية مراقبة المضامين التي يتم نشرها وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام لأن الصفحات محل الدراسة هي صفحات ذات نمط اتصال عام ومفتوح أمام كل المستخدمين كما ذكرنا سابقا (انظر فئة نوع أداة الاتصال)، إلا أن ذلك لا يعفي مشرفي الصفحات من مسؤولية مراقبة المضامين المنشورة بصفة دائمة وذلك للحفاظ على الضوابط والسلوكيات التي تحمي حقوق الأفراد وآداب المجتمع إلى جانب حقوق الملكية الفكرية للمحتوى المنشور، كما لا تتوفر أيضا في صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة خاصية التحكم في التعليقات التي ينشرها الجمهور العام سواء بالحذف، الإخفاء، أو الحظر أين تكون في أغلب الأحيان التعليقات المرافقة للمنشور متاحة بشكل كامل دون أي مراقبة من أعضاء إدارة الصفحة وهو ما يؤدي إلى انزلاقات أخلاقية خطيرة تتحول بموجبها التعليقات إلى مجال لنشر الكراهية والفتن والنعرات الطائفية ناهيك عن القذف والسب والتشهير في حق الأشخاص، وهو ما يتطلب من مشرفي الصفحات ضرورة تفعيل جانب التحكم في الإعدادات وتفعيل بعض الخدمات التقنية التي من شأنها ضبط هذا الجانب.

وفي هذا السياق أفرزت نتائج الدراسة السابقة التي استعرضنا أبرز جوانبها والتي أجراها « Patrice Bégin » على عينة من مواقع صحافة المواطن والمتمثلة في: Agora vox, Allvoices, Blottr, CNN ireport, Digital journal انتهاج مشرفي المواقع المذكورة لاستراتيجيات مضبوطة وذلك لإدارة المجتمعات الافتراضية من جماهير الزوار لهاته المواقع والتي من جملتها:

1- «مدونة السلوك»: فمن أجل ضمان السير الحسن لمجتمعاتهم الافتراضية تطلب جميع المواقع المدروسة من المستخدمين والمساهمين ضرورة الامتثال لمدونة السلوك وهو ما يطلق عليه ميثاق السلوك الجيد « Charte de bonne conduite ». (Bégin ,2014, p125).

ومن أبرز النقاط التي تتضمنها مدونة السلوك لهاته المواقع نجد:

- تجنب الإهانة والتشهير سواء على أساس العرق أو الجنسية أو الجنس.
- تجنب توجيه الإهانات والاعتداءات الشخصية أو استخدام كلمات تحرض على الكراهية والعنف.
- عدم نشر محتويات غير ملائمة والترويج لأنشطة غير أخلاقية.
- تجنب نشر المعلومات الخاطئة والغير دقيقة.

- تجنب انتحال شخصية أعضاء آخرين.
- عدم نشر محتوى غير هام أو استخدام الأدوات والخدمات لزيادة عدد الإحصاءات الشخصية (الدفع مقابل كل نقرة) بشكل مصطنع أو نقل فيروسات الكمبيوتر.

ولضمان التزام الأعضاء بمدونة يتم إتباع العديد من العناصر التقنية منها: تقسيم أعضاء المجتمع الافتراضي للموقع إلى :

1 - مستخدمين فقط: وهم فئة الأشخاص الذين لا يتطلب الأمر تسجيلهم في الموقع ويكون دورهم مقصورا على الاطلاع على قراءة المحتويات المنشورة والتعليق عليها مع الالتزام بمدونة السلوك الخاصة بالموقع. (Bégin ,2014, p106)

2 - المساهمين: وهم المستخدمين الذين يسجلون في الموقع، ومن ثم يصبح بإمكانهم نشر مساهماتهم عبر الموقع وفق شروط مدونة السلوك. (Bégin ,2014, p106) .

3 - المنسقين: وهم الأفراد الذين يتابعون المنشورات للتأكد من مدى التزامها بمدونة السلوك الخاصة بالموقع والإبلاغ عن المخالفين، حيث يحق لكل مساهم أثبت نشر أربع مساهمات كاملة أن يرتقي إلى منسق للموقع (Bégin ,2014, p106).

ويهدف هذا التصنيف إلى تفعيل خاصية برنامج التعرف على كل فرد حسب الفئة التي ينتمي إليها.

نظام الشارات "Système de badges" هو خاصية تقنية تمنح من خلالها بعض المواقع للمساهمين نوع من الميداليات تظهر في شكل أيقونة صغيرة كنوع من التقدير لجهودهم وأنشطتهم، حيث يتم عرض الشارات التي يتلقاها المساهم عبر صفحته الشخصية مما يعزز سمعته وكذا سمعة الموقع. (Bégin ,2014, p116)

ومن أشهر هذه البرامج نظام الشارات الذي يستخدمه موقع All voices, Digital journal, CNN وiReport، وتجدر الإشارة إلى أن صفحة شبكة شام الإخبارية لها ميثاق مهني إلكتروني ينص على ضرورة الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية سواء ما تعلق بجانب قواعد الكتابة والتحرير، احترام حقوق وخصوصيات الأفراد وكذا احترام آداب المجتمع، حيث انضمت شبكة شام الإخبارية في شهر ديسمبر سنة 2016 لميثاق شرف الإعلاميين السوريين كخطوة لتطوير قنوات الإعلام الجديد وصحافة المواطن وتعزيز دورها نقل الحقائق ورغم ذلك غاب عن مشرفي صفحة شبكة شام الإخبارية

جانب التحكم في التعليقات نظرا لقلّة وعدم الوعي بخطورته أين يركزون بشكل أساسي على حماية المنشورات والصور الخاصة بالصفحة وبقواعد تحريرها ونشرها.

في حين لا تحوز كل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة رصد المغربية على ميثاق أخلاقي أو مدونة سلوك تنص على ضرورة مراقبة المحتويات وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور إلى جانب مراقبة التعليقات وهو ما يعكس قلة الخبرة والوعي بأهمية هذه العناصر التقنية في تفعيل الجانب الأخلاقي للممارسة عبر هذا النمط من صحافة المواطن العربية.

كما توضح لنا قراءة الجدول أيضا المعلومات التي يتم التحكم فيها عبر صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة والمعلومات الأخرى التي لا يتم التحكم فيها، حيث كانت نسبة التحكم في المعلومات المنشورة بالنسبة لشبكة شام عالية قدرت بـ 100% بالنسبة للنصوص والفيديوهات 95,12% بالنسبة للصور حيث يعمل المشرفين على الصفحة على حماية المعلومات المنشورة من خلال إدخال شعار شبكة شام الإخبارية سواء على الفيديوهات أو الصور التي يضاف لها أيضا اسم المواطن الصحفي الذي قام بالتقاط الصورة، تاريخ التقاطها ومكان التقاطها بدقة، أما فيما يخص النصوص والأخبار التي يتم نشرها فهي بالأساس مقدمات إخبارية مزودة بروابط تشعبية يحيل النقر عليها على الصفحة التفصيلية لموقع شبكة شام وهو ما يجعل المعلومات في هذه الحالة محمية.

وتجدر الإشارة إلى أن شبكة شام نشرت خلال فترة الدراسة 82 صورة؛ 4 صور فقط منها لم يدرج فيها شعار الشبكة ولم يذكر اسم المصور عليها وهو ما يجعل هذه الصور قابلة للتداول والتعديل أو إرفاقها بمعلومات مغلوطة أو الاعتداء على حقوق ملكيتها الفكرية.

أما فيما يخص شبكة رصد الإخبارية المصرية فتتحكم هي الأخرى في المعلومات المنشورة خاصة النصوص والفيديوهات وذلك بنسبة 100% حيث تعتمد أيضا على المقدمات الإخبارية المرفوقة بروابط تشعبية إلى جانب إدراج شعار الشبكة على مضامين الفيديو وكذا الصور، إلا أنها أهملت في المقابل عدد كبير من الصور التي لم يتم التحكم فيها بشكل جيد حيث قدرت نسبة الصور التي لم يتم التحكم فيها بذكر المصدر أو الجهة التي نشرتها أو إدراج الشعار عليها بنسبة 59,77% وهو ما يعد أمرا غير مقبول نظرا للانزلاقات الأخلاقية وتشويه المعلومات الذي يمكن أن تنجر عنها.

والملاحظ أن شبكة رصد الإخبارية المغربية لا تهتم مطلقا بجانب الخصوصية وحماية المعلومات أين نجد التعليقات متاحة بشكل كامل ولا تخضع لأي نوع من رقابة المحتوى إلى جانب

فقر المعلومات وتذبذب النشر إذ أنها أيضا لا تتحكم في المعلومات المنشورة سواء كانت صور نصوص، أو فيديوهات مقارنة مع كل من شبكة شام وشبكة رصد المصرية.

2.1.5. عرض وتحليل فئات المضمون:

1- فئة المحتوى المنشور:

1-1 - نوع الموضوعات المنشورة حسب النطاق الجغرافي

جدول رقم 47.5: يوضح نوع المواضيع المنشورة على صفحات الشبكات الإخبارية حسب التقسيم الجغرافي:

| المجموع | | مواضيع دولية | | مواضيع عربية | | مواضيع محلية | | نوع المواضيع |
|---------|-----|--------------|----|--------------|----|--------------|-----|-----------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | الصفحات |
| 100 | 123 | 31,70 | 39 | 34,14 | 42 | 34,14 | 42 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 100 | 265 | 20 | 53 | 05,28 | 14 | 74,71 | 198 | شبكة شام الإخبارية |
| 100 | 21 | 0 | 0 | 4,76 | 01 | 95,23 | 20 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

تبرز معطيات الجدول نوع المواضيع المنشورة على صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة وذلك بناء على معيار التقسيم الجغرافي، أين يبرز لنا الاهتمام الواضح لكل من شبكتي رصد الإخبارية المصرية وكذا شبكة شام بتغطية الموضوعات المحلية، العربية وكذا الدولية وإن اختلفت أشكال التغطية وكذا أهدافها، فمن المعايير والطقوس المتعارف عليها في ظل وسائل الإعلام التقليدية ضرورة تحري التوازن في التغطية الإخبارية سواء التوازن بين الشكل والمضمون، التوازن في عرض آراء كل أطراف القصة الخبرية، إلى جانب التوازن في تغطية الموضوعات والأخبار بناء على نطاقاتها الجغرافية، لما تحوز عليه بعض الأخبار من أهمية تستدعي إدراجها ضمن الأولويات من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية.

والملاحظ وجود نزعة قوية وجد بارزة في الإنتاج الإعلامي عموما سيما في وسائل الإعلام الإخبارية التقليدية وذلك من حيث النطاق الذي تشملته التغطية الإخبارية أين يتم التركيز على مناطق وجهات أو دول، في حين يتم تهميش مناطق أخرى رغم أهمية القضايا والأحداث الدائرة فيها.

فصحافة المواطن جاءت لتكون إعلاما بديلا لكل الفئات والشرائح المهمشة بعيدا عن كل الإيديولوجيات والتوجهات السياسية وكذا توازنات رأس المال وهو ما يجعلها تركز على كل الموضوعات والقضايا بعيدا عن أي خلفيات أخرى، لكن لا بد من الأخذ بعين الاعتبار النمط والشكل الخاص الذي تتخذه، فحسب تصنيفات صحافة المواطن التي وضعها « C. Anderson » هناك ستة أشكال يمكن أن تتخذها صحافة المواطن من جملتها المواقع الإعلامية شديدة المحلية « Hyper Journalism » والتي تركز بشكل أساسي على البعد أو النطاق المحلي في تغطيات الأخبار ومختلف الأحداث كنوع من الإعلام البديل للوسائل التقليدية المحلية، لدى يكون هذا النمط من صحافة المواطن غير معني بأي أحداث أخرى خارج النطاق المحلي.

ويتفق الباحث " J. D. Lasica " فيما يخص تصنيف هذه الفئة، إلا أنه يذهب إلى تصنيف آخر أكثر وسطية وعقلانية (أنظر الفصل النظري) حيث يصنف صحافة المواطن إلى عدة أنواع من بينها المواقع الإخبارية المستقلة» والتي تقدم تحقيقات ومضامين إخبارية مقرونة بعملية بحث ولقاءات أو افتتاحيات خفيفة تتضمن درجة معينة من التعليق». (رابح، فضاءات رقمية قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات ، 2013، الصفحات 311-312) وهنا ليس هناك أي إشارة تدعو إلى ضرورة أن تكون التغطية التي يقوم بها هذا النمط من صحافة لمواطن مقرونة بالبعد أو النطاق الجغرافي وهذا ما تؤكد للباحثة

من خلال تحليل مضامين شبكة رصد الإخبارية المصرية، فهي عبارة عن صفحة متاحة عبر موقع الفاييس بوك تنبثق أساسا عن موقع رصد الإخباري المستقل حيث تقدم مضامين إخبارية متنوعة تشمل الأخبار والتقارير والملاحظ أن الموضوعات المحلية وكذا العربية نالت الأولوية بالنسبة لشبكة رصد وذلك بنسبة متساوية قدرت بـ 34,12%، في حين احتلت الموضوعات الدولية المرتبة الثانية من حيث درجة الاهتمام والتغطية وذلك بنسبة 31,70% وهي عموما نسب جد متقاربة تبرز الاهتمام الجلي لمشرفي الصفحة بكل الموضوعات والأحداث الآنية الدائرة سواء على الصعيد المحلي، العربي وكذا الدولي وهذا ما يجعل تغطيتها للمواضيع متوازنة مقارنة مع شبكة رصد الإخبارية المغربية والتي إلى جانب فقر محتواها الذي يقتصر على بعض الأخبار والموضوعات نجد أنها تركز على البعد المحلي بنسبة 95,23% وكذا العربي بنسبة 4.76%، في حين لا تهتم مطلقا بالموضوعات العالمية إلا من خلال نشرها لبعض الصور لحريق كنيسة نوتردام بفرنسا وهي مقتبسة أساسا من مواقع وقنوات إعلامية أخرى وافق نشرها فترة الدراسة التحليلية دون وجود لأية مضامين إخبارية موافقة، وهو ما يجعل تغطيتها تتسم بالسطحية وتفتقر للعمق والشمولية.

أما فيما يخص شبكة شام الإخبارية واستنادا إلى التصنيف الذي قدمه الباحث **Bertrandpecequerie** المشرف على موقع (Editors weblog) والذي أدرج فيه أشكال أخرى من صحافة المواطن و« هي المواقع والصفحات التي يكون هدفها النضال من أجل قضية ما والتي غالبا ما تكون سياسية». (رابح، فضاءات رقمية قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات ، 2013، الصفحات 312-313) حيث ينعكس ذلك على طبيعة الموضوعات التي تقدمها فشبكة شام، وإن كانت تركز على كل الموضوعات محلية عربية وكذا دولية إلا أن كل ما ينشر من موضوعات يكون تقريبا ذو علاقة مباشرة بالأحداث والحرب الدائرة في سوريا وتداعياتها على المنطقة على الصعيد العربي والدولي.

فاهتمام مشرفي الصفحة بالأخبار المحلية هو أولوية وهدف أساسي تسعى الشبكة لتحقيقه من خلال عرض الحقائق عن كل ما يحدث في سوريا بعيدا عن التعنيم الإعلامي الذي ينتهجه الإعلام السوري الحكومي، وهو أيضا بند أساسي يتضمنه الميثاق الأخلاقي الداخلي للشبكة الذي يتوجب على كل العاملين بها بما فيهم المواطنين الصحفيين الالتزام به وهو ما يفسر ارتفاع نسبة تغطية الموضوعات المحلية والتي قدرت بـ 74,71%، وتجدر الإشارة إلى أن المواضيع المحلية يتم تغطيتها بشكل آني من خلال عدة قوالب صحفية منها الأخبار والتقارير الميدانية، إلى جانب حصاد مفصل

لكل الأحداث اليومية ينشر على الصفحة في نهاية كل يوم، أما الموضوعات الدولية فكان الاهتمام بها أقل أين قدر بنسبة 20% مقابل 05,28% للموضوعات العربية وهي كما ذكرنا سالفًا ذات علاقة مباشرة بالأحداث الدائرة في سوريا سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.

1-2- نوع الموضوعات المنشورة حسب التقسيم الموضوعي:

جدول رقم 48.5: يمثل فئة الموضوعات المنشورة حسب التقسيم الموضوعي

| المجموع | | تكنولوجيا | | قانونية | | رياضية | | دينية | | ثقافية | | اقتصادية | | اجتماعية | | أمنية | | سياسية | | المواضيع الصفحات |
|---------|-----|-----------|----|---------|---|--------|----|-------|----|--------|----|----------|----|----------|----|-------|-----|--------|----|-----------------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 100 | 123 | 0,81 | 01 | 0 | 0 | 2,43 | 03 | 4,06 | 05 | 0 | 0 | 13 | 16 | 4,87 | 06 | 19,51 | 24 | 55,28 | 68 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 100 | 265 | 0 | 0 | 0,37 | 1 | 0,75 | 02 | 0 | 0 | 1,50 | 04 | 1,88 | 05 | 6,03 | 16 | 71,69 | 190 | 17,33 | 47 | شبكة شام الإخبارية |
| 100 | 21 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 38,09 | 08 | 0 | 0 | 61,90 | 13 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

توضح معطيات الجدول الموضوعات المنشورة على صفحات الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة وذلك حسب معيار التقسيم الموضوعي، حيث يتضح لنا التنوع في تناول الموضوعات المختلفة من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية وإن كان هناك اختلاف وتباين في نسب الموضوعات المنشورة، والجدير بالذكر في هذا السياق هو أن الصفحات الثلاث المدروسة وكما تم التطرق له سالفاً من خلال فئة البيانات العامة جاء إنشاؤها على أساس أحداث سياسية واحتجاجات تمثلت في بداية ثورات الربيع العربي وهي بداية الثورة المصرية في 25 جانفي 2011 وكذا الثورة في سوريا في مارس 2011، إلى جانب أحداث الريف، كما يطلق عليها إعلامياً والتي شهدتها بعض المدن شمالي المغرب على غرار مدينة الحسيمة التي كانت مهداً لاندلاع الاحتجاجات، والتي جاءت للمطالبة بتحسين الأوضاع الاجتماعية وكذا الاقتصادية وعدم قمع الحريات لسكان مناطق الريف المغربي، وهو ما يحيلنا على فكرة جوهرية مفادها أن الشبكات الإخبارية المدروسة كانت في بداية إنشائها تمثل فئة صحافة المواطن التي يكون هدفها الأساسي الدفاع عن قضية ما والتي غالباً ما تكون سياسية، فقد تم إنشاء هذه الصفحات كرد فعل طبيعي على التعتيم الإعلامي الذي انتهجه الإعلام الحكومي وكذا الخاص على حد سواء، سواء مصر، سوريا، وحتى المغرب لدى جاءت هذه الشبكات الإخبارية التي أنشأها ناشطون ومواطنون صحفيين بغية إبراز الحقائق والتعبير عن الآراء والحريات المكبوتة عبر قنوات ووسائل بديلة للإعلام التقليدي. وهو ما يجعل الموضوعات السياسية والأمنية واحدة من الأولويات الأساسية التي تركز عليها الصفحات المدروسة خاصة شبكة رصد الإخبارية المصرية وذلك بنسبة 55,28% بالنسبة للموضوعات السياسية و 19,51% بالنسبة للموضوعات الأمنية.

أما شبكة شام فكان تركيزها أكثر على الموضوعات الأمنية والتي نالت الأولوية بنسبة 71,69% تليها الموضوعات السياسية بنسبة 17,33%، والملاحظ أن جل الموضوعات التي تم تناولها لا تخرج عن نطاق قضية سياسية محضة ألا وهي الحرب الدائرة في سوريا وتداعياتها الاقتصادية الاجتماعية، الثقافية وهذا راجع أساساً للأهداف التي سطرته شبكة شام الإخبارية والمنبثقة عن ميثاقها الأخلاقي الذي ينص على ضرورة نقل الحقيقة كما هي عن الأحداث الدائرة في مناطق مختلفة من سوريا مثل الحسكة، دير الزور، إدلب، معرة النعمان، حلب وغيرها من المدن وعدم ترك المجال لتشويه الحقائق عن الوضع القائم سواء من طرف الإعلام الحكومي السوري أو الإعلام الدولي الموالي له على غرار روسيا وإيران، لدى فمن المنطقي أن تحتل الموضوعات الأمنية وكذا السياسية حيزاً بالغ الأهمية بالنسبة لمشرفي صفحة شبكة شام الإخبارية وفريق تحريرها، وحتى الموضوعات الاقتصادية،

الاجتماعية، الرياضية، الثقافية، القانونية والتي جاءت بنسب متفاوتة كانت جُلها تدور في فلك قضية واحدة ذات بعد سياسي وهي قضية الحرب في سوريا، خاصة وأن الملف السوري لا يزال من أكثر الملفات تعقيدا على الصعيد الجيوسياسي محليا، عربيا ودوليا إلى غاية الآن فيكون من المنطقي التركيز عليه بشكل أكبر من طرف مشرفي الصفحة وذلك عبر قوالب صحفية عديدة مثل الأخبار والتقارير الميدانية المصورة وكذا التحقيقات.

أما شبكة رصد الإخبارية المصرية فقد تغيرت توجهاتها نوعا ما بعد نهاية الثورة في مصر وكل التدايعات الأخرى التي ارتبطت بها، وأصبحت اهتماماتها أكثر تنوعا بين الجانب الاقتصادي أين قدرت نسبة الموضوعات الاقتصادية التي تم تناولها 13% إلى جانب الموضوعات الرياضية وذلك بنسبة 2,43% حيث تزامنت فترة الدراسة التحليلية مع احتضان مصر لكأس إفريقيا للأمم وهو سبب تركيز مشرفي الصفحة على الموضوعات الرياضية كنوع من التغطية والمواكبة للحدث الرياضي.

بالنسبة لشبكة رصد الإخبارية المغربية فجل اهتماماتها كانت بالموضوعات السياسية بنسبة 61,90% ثم الاجتماعية بنسبة أقل قدرت بـ 38,09% دون الاهتمام بأي موضوعات أخرى وهي كما ذكرنا قليلة النشر وغير مواكبة لأي أحداث خارج النطاق المحلي ما يجعلها أقل مهنية ومضمونها أقل جودة مقارنة مع شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية.

أخيرا ومن خلال عرض وتحليل بيانات هذه الفئة تأكد للباحثة صحة الفرضية الفرعية الأولى والتي مفادها يغلب على صحافة المواطن العربية تناول المضامين ذات الطابع السياسي والأمني أكثر من المواضيع الأخرى.

2- فئة أهداف المحتوى المنشور:

جدول رقم 49.5: يوضح أهداف المحتوى المنشور عبر الشبكات الإخبارية العربية

| المجموع | | مناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية | | كشف التجاوزات وإظهار الحقائق | | نقد المشاكل والظواهر الاجتماعية | | إنتاج المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار | | الأهداف الصفحات |
|---------|-----|---|----|---------------------------------|-----|------------------------------------|----|--|----|--------------------------------|
| | | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 100 | 123 | 17,88 | 22 | 02,43 | 03 | 05,69 | 07 | 73,98 | 91 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 100 | 265 | 7,92 | 21 | 63,39 | 168 | 0,37 | 01 | 28,30 | 75 | شبكة شام الإخبارية |
| 100 | 21 | 80,95 | 17 | 0 | 0 | 19,04 | 04 | 0 | 0 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

تبرز لنا معطيات الجدول طبيعة الأهداف التي تسعى صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة إلى تحقيقها من خلال مجمل المحتويات التي تنشرها فقد تباينت الأهداف حسب طبيعة الأحداث والمتغيرات السائدة في كل بلد فبالرغم من كون الصفحات الإخبارية المدروسة جاء إنشاؤها بالأساس نتيجة أحداث وتحولات سياسية تمثلت في ثورات الربيع في كل من مصر وسوريا وكذا أحداث الريف في المغرب وجلها قضايا سياسية إلا أن الهدف من إنتاج المضامين اختلف من شبكة إخبارية إلى أخرى، فالمتتبع للسياقات التاريخية لظهور صحافة المواطن يدرك جليا أنها ممارسات مستجدة كان الهدف منها فتح المجال لإعلام بديل يمكن من خلاله التعبير عن الآراء والأفكار ومختلف القضايا السياسية والاجتماعية والاقتصادية بكل حرية سيما في المنطقة العربية، وهو ما تجسد فعليا من خلال مضامين الشبكات الإخبارية العربية المدروسة في بدايات إنشائها بيد أن حدوث تغيرات وتحولات عديدة غيرت منحى الأحداث في الدول المذكورة ما انعكس بشكل قوي على طبيعة الأهداف والغايات التي يسعى مشرفي الصفحات والقائمين عليها إلى تحقيقها.

فشبكة رصد الإخبارية المصرية كان هدفها الأبرز من خلال المضامين المنشورة هو إنتاج المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار وذلك بنسبة 73,98% والمتفحص لجل هذه الأخبار يجد أنها تفتقر نوعا ما إلى العمق والتحليل والتركيز على موضوعات عامة تتضمن النقل والاقتباس عن وسائل الإعلام الأخرى، فصحافة المواطن تقوم في أغلب الأحيان على نموذج "غريل ثم النشر" وهذا من أكثر سلبياتها ولعل نقص الخبرة والتكوين في هذا المجال هو السبب الرئيسي وراء ذلك، فمن أدبيات المهنة الصحفية أن يكون لكل مضمون أهداف وغايات محددة يسعى لتحقيقها وإيصالها إلى الجمهور المستهدف والتي لا تخرج غالبا عن الأدوار الكبرى المنوطة بوسائل الإعلام، فلا يجب أن تكون غاية النشر الأساسية هي مجرد الاستمرارية وإثبات التواجد في فضاء الصفحة ومشاركة المعلومات مع المستخدمين الآخرين، فالخلفية التشاركية وإن كانت سمة رئيسية لصحافة المواطن إلا أنها لا يجب أن تكون على حساب المحتوى والرسائل الضمنية الواجب إيصالها للجمهور.

كما أخذت مناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية الأولوية الثانية فيما يخص الأهداف التي تسعى شبكة رصد الإخبارية المصرية إلى تحقيقها وذلك بنسبة 17,88%، حيث حاول فريق تحرير الشبكة التطرق لموضوعات سياسية وأمنية حساسة تتعلق بالأحداث والتغيرات السياسية في مصر على غرار السياسات الاقتصادية والاجتماعية للحكومة والبرلمان المصري، سياسة الإصلاحات

والمشاريع التي يتبناها الرئيس السيسي، الحقوق والحريات العامة والفردية، التجاوزات في حق سجناء الرأي والمعتقلين السياسيين، التعذيب، الإخفاء القسري وغيرها إلى جانب موضوعات سياسية وأمنية أخرى تخص المنطقة العربية والعالم وذلك بشيء من التحليل والعمق والنقد الهادف وإن كان بشكل مقتضب، وقد حاولت الباحثة استقراء الأسباب الكامنة وراء عدم التركيز على البعد السياسي والأمني كأهداف من خلال المضامين المنشورة من طرف مشرفي الصفحة والتي تعزى أساسا إلى حملات الاعتقال الواسعة في حق المواطنين الصحفيين والمشرفين على الصفحات والمواقع وكذا المدونين بمن فيهم "عبد الله الفخراني" مؤسس شبكة رصد الإخبارية المصرية والذي لا يزال رهن الاعتقال منذ سنة 2013 وإلى غاية الآن، وهو سبب رفض كل مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة التعاون مع الباحثة خوفا من المتابعات الأمنية.

وجاء نقد الظواهر والمشكلات الاجتماعية وكذا كشف التجاوزات وإظهار الحقائق بنسب ضعيفة قدرت بـ 5,69% و 2,43% على التوالي وهي نسب جد ضعيفة لا تبرز حقيقة الفاعلية الاجتماعية التي من المفروض أن تتسم بها صحافة المواطن. وهي التفاعل الحقيقي مع المشاكل والظواهر الاجتماعية المعقدة التي يعاني منها المجتمع وذلك بنظرة نقدية في الفضاء الافتراضي، وكذا في الواقع الحقيقي. وإلا تحولت صحافة المواطن إلى شكل من أشكال السلبية الاجتماعية التي تنتج مواطن صحفي سلبي كونها تختصر حرية الرأي والتعبير في مجرد توافر إمكانية الكتابة والنشر. (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة ، 2017، صفحة 111)

زيادة على ذلك لا يجب أن تكون الخلفية التشاركية التي تقوم عليها صحافة المواطن ذريعة لانتقاد المجتمع وشخصه وحركته لأن ذلك لن يؤدي إلى تحويل المواطن الصحفي إلى مواطن تفاعلي وتشاركي مهتم بقضايا الشأن العام وإنما إنتاج المضامين الهادفة المبنية على الحقائق والوقائع الدقيقة إلى جانب النقد البناء في الواقع الحقيقي والافتراضي على حد سواء.

أما فيما يخص شبكة رصد المغربية والتي كما ذكرنا سألنا تعاني من فقر المحتوى وقلة النشر ما يعكس ضعف الخلفية التشاركية لديها سيما أنها ركيزة أساسية تستند إليها صحافة المواطن لتحقيق الانتشار الجماهيرية والنفوذ إلى شرائح أكبر من المستخدمين من خلال الاستمرارية في النشر عبر كل المنافذ التي تتيحها الصفحة.

وقد ركزت شبكة رصد الإخبارية المغربية في مضامينها على تحقيق نوعين من الأهداف هما مناقشة الموضوعات السياسية والأمنية وذلك بنسبة 80,95% وكذا نقد الظواهر والمشكلات الاجتماعية وذلك بنسبة 19,04% حيث برزت هذه الأهداف من خلال موضوعات تناولت سياسات الحكومة المغربية في المجال الاجتماعي والاقتصادي إلى جانب الإصلاحات التي يقوم بها الملك محمد السادس، وكذا تناول قضايا الفقر والتهميش وتردي الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في المجتمع المغربي.

شبكة شام الإخبارية كان تركيزها على كشف التجاوزات وإظهار الحقائق وذلك بنسبة 63,39% مقابل 28,30% لإنتاج المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار و7,32% لمناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية و0,37% لنقد الظواهر والمشكلات الاجتماعية، وهذه النتائج تقريبا متطابقة مع الأهداف التي سطرته الشبكة وتسعى إلى تحقيقها من خلال بنود ميثاقها الأخلاقي الداخلي أين تركز بشكل أكبر على كشف الحقائق وإظهار التجاوزات المتعلقة بالثورة السورية من خلال شعار الحقيقة كما هي ومن جملة الأهداف التي تسعى شبكة شام إلى تحقيقها نذكر:

- إيصال أخبار الثورة السورية للعالم في مختلف الجوانب الميدانية والعسكرية والاجتماعية.
- تغطية الحراك الثوري السوري وإيصال معاناته وتضحياته للعالم والمساهمة في دعم الثورة إعلاميا.
- نقل الأخبار بمهنية وسرعة وموضوعية.
- المشاركة في تفعيل دور الإعلام في إعادة بناء دور الواقع الاجتماعي والفكري للمجتمع السوري.
- بناء جيل من الإعلاميين الشباب ليسهم في صناعة الواقع الإعلامي في سوريا الجديدة. (أهداف شبكة شام، 2011)

لقد حاول مشرفي صفحة شبكة شام الإخبارية تجاوز سمة الخلفية التشاركية وتوافر إمكانية الكتابة والنشر من خلال المضامين التي يتم إنتاجها بغية التركيز أكثر على أهداف أكثر عمقا ونضجا وهي أساسا الأهداف التي سطرته الشبكة عند إنشائها وذلك للتعريف بحقيقة الثورة السورية وتداعياتها وحقيقة الأطراف الفاعلة فيها، حيث برز ذلك من خلال التعمق في تحرير ودباجة الموضوعات والأخبار والتطرق لكل التفاصيل والحيثيات المهمة فيها بشيء من التمحيص والدقة وبلغة تقترب إلى اللغة الإعلامية المهنية.

3- فئة الأخلاقيات المهنية:

3-1- الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع

جدول رقم 50.5: يوضح فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع

| المجموع | | الخلفية التشاركية | | الفاعلية الاجتماعية | | الفئة الصفحات |
|---------|-----|-------------------|----|---------------------|-----|---------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | |
| 100 | 123 | 73,98 | 91 | 26,01 | 32 | رصد الإخبارية المصرية |
| 100 | 265 | 28,30 | 75 | 71,69 | 190 | شبكة شام الإخبارية |
| 100 | 05 | 85,71 | 18 | 14,28 | 03 | رصد الإخبارية المغربية |

توضح معطيات الجدول فئة الأخلاقيات والضوابط المهنية التي تحمي المجتمع ومدى التزام صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة بها، حيث لم نركز في هذا السياق على المفهوم العام للأخلاقيات والضوابط المهنية التي تحمي المجتمع والمتمثلة في احترام آداب وقيم المجتمع وكذا عاداته وتقاليد والحفاظ على تماسكه من خلال عدم إثارة الكراهية والعنف والنعرات الطائفية حيث تناولنا هذا الجانب بشيء من التفصيل عبر فئات الشكل على غرار فئة توظيف الصور وكذا فئة الخدمات التقنية أين أبرزنا بشكل معمق الجوانب التقنية التي لا يتم التحكم فيها بشكل جيد مما يؤدي إلى زعزعة التماسك والاستقرار الاجتماعي كنشر صور ومضامين لا تحترم الآداب العامة أو إتاحة التعليقات على المنشورات دون أي مراقبة ما يؤدي إلى نشر الفتن والنعرات الطائفية والعنصرية وغيرها، لدى سنحاول من خلال هذه الفئة التعمق أكثر في إيديولوجيا صحافة المواطن والفلسفة التي تقوم عليها حيال المجتمع وقضاياها أو بعبارة أخرى هل تلتزم صحافة المواطن بالأخلاقيات التي تحمي المجتمع وذلك بالتركيز على مؤشرين رئيسيين يتم توظيفهما من طرف صحافة المواطن عادة وهي مؤشرات ترتبط بخصوصية هذه الأخيرة ومميزاتها وتتمثل هذه المؤشرات في:

- **الفاعلية الاجتماعية:** أي أن المواطن الصحفي عبر صفحات الشبكات الإخبارية يكون فاعلا ويكون له موقفا متقدما من مشاكل الواقع المعقدة كلما كان حاضرا في فضاء الصفحة، ويتفاعل مع

الأحداث بنظرة نقدية، حيث ينتقد مشكلات المجتمع الذي يعيش فيه ويحاول كشف التجاوزات وإظهار الحقائق من خلال نشر المحتويات والمعلومات الصحيحة بصفة مستمرة.

- **الخلفية التشاركية:** والمراد بها مشاركة الصحفيين المواطنين في صياغة وبناء المحتوى بطريقة تشاركية ونشره عبر مختلف المنافذ التي تتيحها الصفحة.

فالملاحظ من خلال قراءة معطيات الجدول أن مؤشر الفاعلية الاجتماعية بالنسبة لصفحة شبكة رصد الإخبارية المصرية جاء بنسبة منخفضة قدرت بـ 26,01% حاول خلالها مشرفي الصفحة التفاعل مع الأحداث المجتمعية في مصر ومحاولة كشف بعض التجاوزات سيما ما تعلق منها بالجانب الأمني والسياسي كفضل السياسات الاقتصادية التي أقرها الرئيس السيسي وكذا سياسات البرلمان والحكومة من خلال تبيان الإحصائيات والنسب الحقيقية لتراجع النمو الاقتصادي، نسبة التضخم، المديونية الخارجية إلى جانب موضوعات أخرى أمنية تعلق بالحاكمات التعسفية، التعذيب والإخفاء القسري، حيث كان الهدف من تسليط الضوء على هذه الموضوعات ومناقشتها في فضاء الصفحة إظهار حقيقة الأوضاع في المجتمع المصري ومحاولة انتقادها بطريقة موضوعية رغم الاختصار والسطحية في التناول أحيانا.

كما أخذ مؤشر الخلفية التشاركية نسبة أكبر قدرت بـ 73,98% وهي نسبة مرتفعة نسبيا الهدف منها مشاركة المعلومات والأخبار حول مختلف الأحداث والوقائع بصفة آنية وتداولها على نطاقات واسعة، غير أن التطرق لبعض الموضوعات من طرف صفحة شبكة رصد الإخبارية المصرية لم تكن له أهداف ترجى عدا تحقيق حاجة الكتابة والنقد لفريق التحرير خاصة في الحالات التي لا تتوفر فيها المعلومات الدقيقة (أرقام، إحصائيات، بيانات، صور) توثق المعلومات المنشورة ما يجعل الهدف من النشر في هذه الحالة مجرد مشاركة للمعلومات والأخبار لإشباع حاجة الكتابة والنقد لدى المواطن الصحفي لا أكثر وهو ما يمكن أن نطلق عليه السلبية الاجتماعية.

أما فيما يخص شبكة رصد الإخبارية المغربية فقد كان تفاعلها مع الأحداث والموضوعات التي تمس المجتمع من خلال مؤشري الفاعلية الاجتماعية وكذا الخلفية التشاركية ضعيفا، فالنسب الواردة في الجدول غير معبرة فعليا بالنظر لعدد الموضوعات المنشورة التي وافقت فترة الدراسة التحليلية والمقدر عددها بـ 21 منشورا وقلّة النشر هاته تعكس عدم الوعي بأهمية التفاعل مع الأحداث والقضايا المجتمعية التي من المفروض أن تتسم بها صحافة المواطن لإظهار الحقائق وكشف

التجاوزات، إلى جانب إهمال خاصية أخرى مهمة تقوم عليها صحافة المواطن وهي الخلفية التشاركية في إنتاج الموضوعات ونشرها عبر كل المنافذ التي تتيحها الصفحة.

بالنسبة لصفحة شبكة شام الإخبارية وكما هو موضح في الجدول من خلال مؤشري الفاعلية والخلفية التشاركية فقد كان تركيزها الأكبر من خلال المضامين المنشورة هو التفاعل مع مختلف الأحداث والتداعيات التي تخص الثورة السورية ونقل حقيقة حيثياتها عبر كل الوسائل والمنافذ المتاحة سواء عبر صفحة الشبكة على موقع فايس بوك أو من خلال الموقع الرسمي لها وكذا روابط الإحالة على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى: انستغرام، تويتر، يوتيوب وجوجل+، والجدير بالذكر هو أن جل الصفحات الإخبارية التي تتيح خدمة روابط الإحالة على شبكات اجتماعية أخرى تزيد بشكل أكبر من فاعلية خلفيتها التشاركية، فهي سمة تبرز من خلال المضمون ويمكن تفعيلها عبر استخدام خدمات وميزات تقنية توفرها الصفحات والمواقع ما يزيد من إمكانية الوصول إلى جماهير أكبر وتفاعلها مع المحتويات المنشورة، حيث كانت شبكة شام وكذا شبكة رصد الإخبارية المصرية أكثر اهتماما من شبكة رصد المغربية بهذا الجانب فهذه الأخيرة لا تنشر إلا من خلال فضاء الصفحة عبر موقع فايس بوك فقط.

هذا من جهة، من جهة أخرى حاول مشرفي صفحة شبكة شام وفريق تحريرها تسليط الضوء على عدة قضايا وموضوعات بهدف إظهار الحقائق وكشف التجاوزات التي يقوم بها النظام السوري والأطراف الموالية له كروسيا إلى جانب الميليشيات الأخرى التي أصبح لها تأثير بالغ على الأحداث في سوريا على غرار تنظيم داعش (تنظيم الدولة الإسلامية)، وتنظيمات أخرى مثل تنظيم "قسد" مجلس سوريا الديمقراطية وغيرها عبر استهداف المدنيين وذلك من خلال تغطية إخبارية آنية وتقارير ميدانية دورية إلى جانب حصاد يومي مفصل لكل الأحداث الميدانية موثقة بالصور لمواقع الأحداث وشهادات الأشخاص الذين عايشوها، وهو ما توضحه نسبة الفاعلية الاجتماعية التي قدرت بـ 71,69%.

3-2 - فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد:

جدول رقم 51.5: يوضح فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد

| المجموع | التشهير | | القذف والسب والتجريح | | التدخل في الخصوصية | | الفئة | |
|---------|---------|------|----------------------|-------|--------------------|------|-------|----------------------------|
| | ك | % | ك | % | ك | % | | |
| 11,38 | 14 | 00 | 00 | 9,75 | 12 | 1,62 | 02 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 7,54 | 20 | 00 | 00 | 7,16 | 19 | 0,37 | 01 | شبكة شام الإخبارية |
| 47,61 | 10 | 9,52 | 02 | 28,57 | 06 | 9,52 | 02 | رصد الإخبارية المغربية |

توضح معطيات الجدول فئة الضوابط الأخلاقية التي تحمي الأفراد ومدى التزام صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة بها، حيث حاولت الباحثة من خلال هذه الفئة التركيز على ثلاث مؤشرات أساسية هي: حماية الخصوصية، الحماية من القذف والسب والتجريح، الحماية من التشهير نظرا لكونها من أكثر التجاوزات التي تطل حقوق الأفراد سواء في وسائل الإعلام التقليدية أو عبر الفضاءات الرقمية ومواقع الشبكات الاجتماعية، لكن في البداية لابد من الوقوف على ماهية كل واحد من هذه التجاوزات الأخلاقية والمهنية نظرا للتقارب المفاهيمي الكبير بينها وصعوبة تمييزها خاصة من خلال المضمون الإعلامي، إذ لا بد من العودة في هذا السياق إلى تحديد ماهيتها استنادا إلى عدة مشارب علمية سيما القانونية والإعلامية منها.

* **الحق في الخصوصية:** «وهو أحد مقومات الشخصية وركائز الحرية الفردية، ومن أهم المتطلبات القانونية التي أصبحت محل اهتمام متزايد بالنسبة للمواثيق الدولية والتشريعات الداخلية، وذلك لجمعه بين الجانب المادي والمعنوي للشخصية وتعلقه الوثيق بالكرامة الآدمية وارتباطه الشديد بالحقوق الشخصية والحريات المعنوية». (بن حيدة، 2010، الصفحات 1-2)

* **القذف:** القذف اصطلاحا في لغة القانون هو نشر موضوع من شأنه المس بسمعة شخص أو هيئة أو منتج ما لدى الجمهور [...] والقذف هو كل إخبار أو إسناد لواقعة من شأنها أن تصب شرف أو اعتبار شخص، أو الهيئة محل الاتهام بهذه الواقعة. (فليح، 2017، الصفحات 130-131)

* السبب: «هو كل معني يتضمن خدش شرف شخص واعتباره عمدا دون أن يتضمن ذلك إسناد واقعة معينة إليه». (فليح، 2017، صفحة 133)

* التشهير: والمراد به جميع أشكال التعبير التي تجرح كرامة الشخص أو المؤسسة.

وبالرجوع إلى قراءة المعطيات الموضحة في الجدول يتضح أن شبكة رصد الإخبارية المغربية كانت الأكثر تجاوزا لحقوق الأفراد بنسبة بلغت 47,61% شملت 9,52% للتدخل في الخصوصية وكذا التشهير في حق الأشخاص مقابل 28,57% للقفذ والسب والتجريح، وقد طالت هذه التجاوزات شخصيات سياسية وعامة مغربية منها وعربية من بينها: رئيس الحكومة المغربي سعد الدين العثماني وزير الشباب والرياضة السابق محمد أوزين، وزير التشغيل والإدماج المهني والقيادي في حزب العدالة والتنمية المغربي محمد يتيم، الكاتب المغربي أحمد عصيد إلى جانب شخصيات عامة أخرى عربية على غرار المخرجة المصرية إيناس الدغدي والكاتبة نوال السعداوي.

فارتفاع نسبة التجاوزات الأخلاقية لحقوق الأفراد من طرف شبكة رصد الإخبارية المغربية يعكس عدم التزامها بالأخلاقيات والضوابط المهنية خاصة وأن إعلام المواطن هو أداة لمعالجة القضايا والمشكلات المجتمعية الموجودة في الواقع وإبصال صوت الفئات المهمشة استنادا للفلسفة التي تقوم عليها صحافة المواطن دون المساس بأداب المجتمع ولا حقوق أفرادها سواء كانوا شخصيات عامة أو أفراد عاديين.

ولعل السبب في هذا السياق يعود إلى أن غالبية المشرفين على صفحة شبكة رصد المغربية هم من الهواة وغير واعين بضوابط الشق الأخلاقي للممارسة سيما في ظل الفضاءات الرقمية، إلى جانب غياب التدريب والتكوين للمواطنين الصحفيين مقارنة مع كل من شبكة رصد المصرية وكذا شبكة شام الإخباريتين.

شبكة رصد المصرية كان تجاوزها لحقوق الأفراد من خلال المضامين المنشورة قليلا نسبيا إن لم يتجاوز 11,38% شملت 1,61% للتدخل في الخصوصية 9,75% للقفذ والسب والتجريح و0% للتشهير، وقد كانت أكثر الشخصيات تجاوزا لحقوقها الرئيس المصري عبد الفتاح السيسي الذي ينعت ببليحة، ولي العهد السعودي محمد بن سلمان، الأمير حمدان بن زايد بن سلطان آل نهيان، تركي آل الشيخ، النائب البرلماني ورئيس نادي الزمالك المصري مرتضى منصور، الرئيس الأمريكي ترامب وصهره كوشنر، دايفيد فريد مان سفير الولايات المتحدة في إسرائيل. ويرجع سبب انخفاض التجاوزات

الأخلاقية التي تطل حقوق الأفراد بالنسبة لشبكة رصد الإخبارية المصرية إلى كون جل أعضائها شباب جامعي وناشطين سياسيين وحقوقيين ومدونين لهم باع طويل وتجارب سابقة في هذا المجال في طليعتهم مؤسسها عبد الله الفخراني الذي يعد ناشطا حقوقيا وسياسيا وعضوا في الشبكة الأورومتوسطية لحقوق الإنسان وهو ما يعكس درجة الوعي بالنسبة لفريق تحرير الشبكة، كما تعد المتابعات القضائية والأمنية التي طالت عديد الناشطين ضمن شبكة رصد عاملا آخر لتفادي تجاوز حقوق الأفراد سيما الشخصيات السياسية النافذة وذلك خوفا من المتابعات القضائية والإخفاء القسري الذي يعد أكثر القضايا المطروحة في مصر حاليا.

أما فيما يخص شبكة شام الإخبارية فقد كانت الأقل تجاوزا لحقوق الأفراد بنسبة لم تتجاوز 7,54% شملت 0,37% للتدخل في الخصوصية، 7,16% للقفز والسب والتجريح و0% للتشهير وقد تمثلت أكثر الشخصيات التي تم تجاوز حقوقها من خلال مضامين شبكة شام الرئيس السوري بشار الأسد وعائلته، زعيم حزب الله اللبناني حسن نصر الله، وزير الخارجية اللبناني جبران باسيل إلى جانب شخصيات سياسية وعسكرية موالية لنظام الرئيس السوري بشار الأسد.

ويرجع سبب انخفاض التجاوزات التي تطل حقوق الأفراد بالنسبة لشبكة شام الإخبارية إلى البنية والهيكل التنظيمية التي تعتمدها شبكة شام وكذا المعالجة الإخبارية الجماعية من قبل فريق التحرير لجل المضامين المنشورة فجل أعضائها ومؤسسيها إعلاميين وناشطين سياسيين متطوعين لهم تجارب سابقة في الحقل الإعلامي إلى جانب ذلك استناد الشبكة إلى ميثاق أخلاقي خاص بها، فقد انضمت خلال سنة 2016 إلى ميثاق شرف الإعلاميين السوريين، إضافة إلى ذلك تعتمد شبكة شام على التدريب والتكوين الدوري للمواطنين الصحفيين وشهود العيان من مراسليها في عديد المجالات الإعلامية على غرار إعداد التقارير الإخبارية والميدانية وغيرها وكذا تكوينهم على فهم طبيعة نشاط الشبكة وأهدافها وضوابطها الداخلية خاصة الأخلاقية منها ما يرفع درجة الوعي والإدراك لضوابط وأخلاقيات المهنة الصحفية.

3-3-3 فئة قواعد الكتابة والتحرير الصحفي:

3-3-1-1 فئة التجاذب الإيديولوجي

جدول رقم 52.5: يوضح فئة التجاذب الإيديولوجي

| المجموع | | تعتمد على الغريزة والاقتباس عن وسائل الإعلام الأخرى | | تعتمد على مصادرها الخاصة | | المصادر الصفحات |
|---------|-----|---|----|-----------------------------|-----|-------------------------------|
| | | % | ك | % | ك | |
| 100 | 123 | 39,02 | 48 | 60,97 | 75 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 100 | 265 | 17,35 | 46 | 82,64 | 213 | شبكة شام الإخبارية |
| 100 | 21 | 47,61 | 10 | 52,38 | 11 | رصد الإخبارية المغربية |

تبرز لنا معطيات الجدول فئة التجاذب الإيديولوجي والمراد بها المصادر الإخبارية الأساسية التي تعتمد عليها صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة سواء كانت هذه المصادر خاصة بها أو مصادر إعلامية أخرى يتم اقتباس ونقل المعلومات عنها ثم القيام بعملية الغريزة، فمن أكثر السلبيات والانتقادات التي تطال صحافة المواطن هو اتسامها بالتجاذب الإيديولوجي « أين تعتمد في أغلب الأحيان على المعلومة والخبر المؤسس القادم من وسائل الإعلام التقليدية بعد القيام بعملية الغريزة وإعادة الصياغة وكذا التعليق وإبداء الرأي». (فلاحي، التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات جديدة، 2017، صفحة 110)

فصحافة المواطن تنتهج صورة مختلفة تماما عن الصحافة المهنية، فمن القواعد المعروفة في المجال الإعلامي قبل نشر أي معلومة أو أخبار وفق النموذج التقليدي القيام بعملية ترتيب الأخبار وانتقائها وفصل الرأي عن الخبر بمعنى "غريل ثم النشر"، إلا أن الأمر يختلف بالنسبة لصحافة المواطن التي تنتهج نمودجا جديدا يطلق عليه "انشر ثم غريل"، وفي هذا السياق يذكر الباحث "Fidalgo":

أن أبرز الإشكالات التي تواجه صحافة المواطن هي الفورية، فالأخبار أضحت علنية مباشرة بعد وقوع الأحداث، أو بعد العثور على بعض المعلومات، ما يجعل إمكانية فحص المصادر والتشاور بين

مختلف الأطراف الفاعلة غير متاح في كثير من الحالات، كما أن إمكانية تحديث وتعديل المعلومات خلال مرحلة تدفقها خلال 24 ساعة هو تغيير كبير في مقابل نمط الدورية التي قامت عليها الصحافة

التقليدية. (Fidalgo, 2013, pp. 15-16)

الأمر الذي يجعلنا أمام نموذج إعلامي جديد مفاده إمكانية النشر حالياً والتأكد في وقت لاحق أو كما يطلق عليه التعهد الأخلاقي التراكمي، وهو ما يمكن أن تكون له تبعات وتداعيات سلبية تطل مصداقية المحتوى المنشور أين يصبح بالإمكان نشر المعلومة الجزئية والمغلوبة دون التحقق منها.

وتجدر الإشارة إلى اعتماد بعض أنماط صحافة المواطن نظام الخوارزمية لتحصيل المعلومات من عدة مصادر ومن ثم نشرها، ونظام الخوارزمية هو عبارة عن أداة تقنية يتم من خلالها تدعيم الارتباطات بين المساهمات التي يقدمها المواطنين الصحفيين والمتمثلة في المحتوى المقدم عبر المواقع والصفحات، وكذا مصادر المعلومات المختلفة عبر الشبكة مما يحدد صحة المحتوى ومصداقيته، فقد أفضت نتائج الدراسة التي أجراها "Patrice Bégin" إلى اعتماد موقعي "All voice" و"Blottr" هذه السمة التقنية، وقد حاولت الباحثة التأكد من استخدام صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة لهذه الخاصية إلا أن ذلك تعذر نظراً لعدم إمكانية التواصل مع مشرفي الصفحات المذكورة.

وبالرجوع إلى المعطيات الموضحة في الجدول يتضح أن صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة تعتمد على فكرة التجاذب الإيديولوجي واستقاء المعلومات من وسائل الإعلام التقليدية أو حتى مواقع صحافة المواطن الأخرى ولكن بدرجات متفاوتة، فشبكة رصد الإخبارية المصرية تعتمد على مصادرها في تحصيل المعلومات بنسبة 60,97% مقابل 39,02% من المعلومات التي يتم اقتباسها ونقلها عن وسائل الإعلام الأخرى، وهو أمر يقلل بشكل كبير من جودة المحتوى وموثوقيته سيما لما يتم النقل بشكل سريع دون التأكد من صحة المصادر بسبب السرعة والفورية في تداول المعلومات أو بسبب الاقتباس والنقل الحرفي للمضامين عن وسائل الإعلام التقليدية، وتتمثل أبرز وسائل الإعلام التي تنقل وتقتبس عنها شبكة رصد الإخبارية المصرية معلوماتها في:

- صحيفة بلومبرج، صحيفة دوبرفينيك تايمز الكرواتية، صحيفة يني شفق التركية، صحيفة الجارديان الديلي ميل والتايمز البريطانية، صحيفة نيويورك تايمز، صحيفة واشنطن بوست الأمريكية، وكالة أنباء الأناضول، وكالة رويترز، شبكة CNN الأمريكية، صحيفة دياريو الإسبانية، موقع فينستي الروسي.

والجدير بالذكر أن جل هذه المصادر هي مصادر إخبارية دولية تتسم بموثوقية معلوماتها لكن الإشكال يكمن في الاقتباس الحرفي للمعلومات من طرف فريق التحرير دون إعادة الصياغة، ففي كثير من الأحيان يتم نشر مقتطفات إخبارية كما أوردتها مصادرها الأساسية وهذا يتجاوز الضوابط والأخلاقيات المهنية خاصة إذا لم يذكر المصدر بشكل صريح.

أما شبكة شام الإخبارية فالملاحظ أنها تعتمد على مصادرها الخاصة بنسبة 82,64% خاصة في تغطية ونقل الأخبار المحلية وذات الطابع الميداني التي يكون مصدرها غالبا المراسلين من المواطنين الصحفيين والنشطاء المنتشرين عبر كامل التراب السوري خاصة في المناطق التي تشهد قصف واستهداف دائم على غرار إدلب، الحسكة، دير الزور وغيرها، فالمراسلون والمصورون يمثلون النسبة الأكبر من إجمالي الكادر البشري لشبكة شام الإخبارية وذلك بنسبة 63% مقابل 4% لفريق التحرير والأخبار. (نظام العمل في شبكة شام ، 2011)

ويخضع معظم المرسلين إلى دورات تكوينية تؤهلهم للقيام بتغطيات إخبارية وميدانية مصورة وهو ما يفسر ارتفاع نسبة اعتمادها على المصادر الخاصة في تحصيل المعلومات ذات الطابع المحلي، في حين تلجأ إلى النقل والاقتباس عن مصادر إعلامية أخرى لتغطية النقص في مصادر المعلومات الدولية وكذا العربية وذلك بنسبة 17,35% مع إعادة صياغة كاملة وفق أساليب التحرير الإخباري وذكر كامل المصدر، وتتمثل أهم المصادر الإعلامية التقليدية التي تعتمد عليها شبكة شام في: - صحيفة نوميرور البريطانية، صحيفة التايمز، صحيفة الغارديان، صحيفة نيويورك تايمز الأمريكية صحيفة روسيسكاياغازيتا الروسية، صحيفة نوافيا غازيتا الروسية، مجلة فورين بوليسي الأمريكية صحيفة جيروزاليهم الإسرائيلية، صحيفة دايلي صباح التركية وكذا صحيفة حريت التركية، وكالة رويترز، وكالة الأناضول، جريدة الدستور الأردنية، جريدة الشرق الأوسط، قناة العربية، قناة سكاى نيوز، العربي الجديد، قناة CBC، موقع باسنيوز، موقع غلوب إنك، العربية نت، موقع أخبار تركيا.

بالنسبة لشبكة رصد الإخبارية المغربية فكما ذكرنا سابقا تفاعلها مع الأحداث قليل قدر بـ 21 منشور خلال فترة الدراسة التحليلية اعتمد فيها مشرفي الصفحة على المصادر الخاصة المتمثلة في المواطنين الصحفيين وشهود العيان بنسبة 52,38% مقابل 47,61% من المنشورات ثم فيها اعتماد مفهوم الغريلة والنقل الحرفي عن مصادر إعلامية مغربية ودولية وكذا مواقع صحافة مواطن أخرى دون ذكر المصادر وهو ما يعد تعديا على حقوق الملكية الفكرية لهاته المصادر مما يقلل من مدى الالتزام

بالضوابط الأخلاقية والمهنية للشبكة، ومن جملة المصادر الإعلامية التي اعتمدت عليها شبكة رصد الإخبارية المغربية قناة 2M المغربية، جريدة الأخبار المغربية، جريدة الصباح المغربية.

2-3-3- فئة الموضوعية:

جدول رقم 53.5: يوضح فئة الموضوعية

| عدم الانحياز بعدم توافق العنوان مع النص | | عدم التحيز بسبب نقص السياق | | عدم تقديم الرأي كخبر | | عدم الانحياز باستخدام مصطلحات وتعريفات خاطئة | | عدم التحيز في اختيار المصادر | | عدم الحذف وتغييب الحقائق | | الفئة الصفحات |
|---|-----|----------------------------|-----|----------------------|-----|--|-----|------------------------------|-----|--------------------------|-----|-----------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | |
| 00 | 00 | 4,76 | 1 | 23,80 | 05 | 4,76 | 1 | 9,52 | 2 | 14,28 | 03 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |
| 48,78 | 60 | 42,27 | 52 | 39,02 | 48 | 41,46 | 51 | 31,70 | 39 | 34,14 | 42 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 60,37 | 160 | 47,16 | 125 | 41,50 | 110 | 49,81 | 132 | 40,75 | 108 | 43,39 | 115 | شبكة شام |

يوضح الجدول فئة الموضوعية من خلال المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة التحليلية ومدى التزام المواطنين الصحفيين بها، حيث حاولنا الوقوف على مدى تجسيد الموضوعية كمفهوم أساسي لأخلاقيات المهنة الصحفية رغم صعوبة التحكم في هذا المصطلح وهلاميته الشديدة حيث اعتمدت الباحثة في تحليلها على جملة من المؤشرات وهي:

- عدم الحذف وتغييب الحقائق، عدم التحيز في اختيار المصادر، عدم الانحياز باستخدام تعاريف وعبارات خاطئة، عدم تقديم الرأي كخبر، عدم التحيز بسبب نقص السياق والمراد به عدم تقديم خلفيات القصة الإخبارية من طرف المحررين من المواطنين الصحفيين وأخيرا مؤشر عدم توافق العنوان مع النص.

«فالموضوعية وعدم التحيز تشكل أحد أهم أخلاقيات الإعلام، فهي الإطار المرجعي للممارسة الإعلامية، حيث يرتبط مفهوم الموضوعية بعدم التحيز والذي يشير إلى عدم الميل إلى تفضيل أحد جانبي الصراع» (زيدان، 2017، صفحة 126) وفي هذا السياق يشير الباحث **Stephen J. A. Ward** أنه من الضرورة إعادة تعريف الموضوعية وذلك من خلال القيام بأمرين:

أولاً: تعريف الموضوعية باعتبارها أحد المبادئ التي تحدد الصحافة المسؤولة.

ثانياً: ضرورة إدراج مبادئ توجيهية أخلاقية خاصة لأشكال محددة من وسائل الإعلام الجديدة، وهي مبادئ تتوافق مع المبادئ العامة مثل قول الحقيقة. (Ward, 2011)

والواقع أن الفكرة التقليدية للموضوعية الصحفية التي نشأت في أوائل القرن العشرين حددت الموضوعية باعتبارها تورد الحقائق فقط وتزيل كل تفسير أو رأي صحفي ولا بد من التخلي عن هذه الفكرة [...] فالموضوعية لا تتعلق بالحياد التام أو بإلغاء التحيز حيث تشير إلى استعداد أي شخص لاستخدام أساليب موضوعية لاختبار التفسيرات للتحيز وعدم الدقة، فالموضوعية بهذا المفهوم متوافقة مع الصحافة التي تفسر وتأخذ بوجهات النظر، ففي كل يوم يتخذ العلماء الموقف الموضوعي عندما يستخدمون طرائق اختبار فرضياتهم حول الظواهر هذا متاح الصحفيين أيضاً. (Ward, 2011)

ولعل هذا التعريف الموضوعي لا يتوافق فقط مع أخلاقيات الصحافة كمهنة لها مسؤولية اجتماعية بل يشمل أيضاً وسائل الإعلام الجديدة بما فيها صحافة المواطن، أين يتطلب الأمر حسب بعض المختصين ضرورة وضع مبادئ توجيهية تناسب أشكال معينة من الممارسات الصحفية سيما الجديدة منها وعلى أساسها يتم تحديد مفهوم الموضوعية بما يناسب خصوصية هاته الممارسات.

إن سبب تركيز الباحثة في تحليلها على هذه الفكرة هو صعوبة قياس درجة الموضوعية ومدى الالتزام بها من خلال المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية محل التحليل رغم اعتمادنا على عديد المؤشرات سالفة الذكر نظرا للاختلاف الجوهرى بين الممارسات الصحفية التقليدية والممارسات الإعلامية الجديدة التي يكون مصدرها المواطن الصحفي رغم وجود بعض أوجه التشابه، وهو ما أخذ منا الكثير من الوقت والجهد.

وبالرجوع إلى المعطيات الموضحة في الجدول يتضح انخفاض مؤشرات الموضوعية بالنسبة لجل المضامين المنشورة عبر صفحة شبكة رصد الإخبارية المغربية وذلك خلال كامل فترة الدراسة التحليلية حيث قدر مؤشر عدم تقديم الرأي كخبر بنسبة 23,80% يليه مؤشر عدم الحذف وتغيب الحقائق بنسبة 14,28% ثم مؤشر عدم التحيز في اختيار المصادر بنسبة 9,52%، وكذا مؤشري عدم الانحياز باستخدام مصطلحات وتعريفات خاطئة وعدم التحيز بسبب نقص السياق بنسبة ضعيفة قدرت بـ 4,76%، في حين جاء مؤشر عدم الانحياز بعدم توافق العنوان مع النص معدوما بنسبة 0%.

وتعكس هذه النتائج ضعف التحكم الكبير في التحرير بطريقة موضوعية من طرف فريق التحرير نظرا لضعف التكوين والوعي الكافي بضوابط وأخلاقيات العمل الإعلامي لدى المواطنين الصحفيين المشرفين على الصفحة، زيادة على ذلك صعوبة التحكم في الموضوعية كمفهوم سيما في ظل وسائل الإعلام الجديدة والتي تختلف أنماطها وخصوصياتها وكذا طبيعة جماهيرها المستهدفة عن وسائل الإعلام التقليدية، وفي هذا السياق تشير الباحثة "Viktoria Mirvajova" إلى أن:

الفصل بين الحقائق والآراء كان يعد معيارا صارما وقاعدة ذهبية لكل صحفي مهني، لكن مع تغير طبيعة مهنة الصحافة لم تعد هذه الحدود كما كانت سابقا [...] كما أن هذا المعيار لا ينطبق على صحافة المواطن والتي تتداخل فيها بشكل كبير الجود بين الآراء الشخصية وبين الأخبار، خاصة في بعض الأنماط مثل المدونات التي يغلب عليها التوجهات الخاصة، الأمر الذي ينقص من مدى موضوعية محتوياتها (Mirvajova, 2014, p. 153).

أما فيما يخص المضامين التي نشرتها شبكة رصد الإخبارية المغربية واستنادا لمؤشرات قياس الموضوعية التي اعتمدها الباحثة نلاحظ أنها كانت مقبولة ومنتقاربة إلى حد بعيد، حيث تراوحت بين 31,70% وهي أقل نسبة حاز عليها مؤشر عدم التحيز في اختيار المصادر أين يميل فريق التحرير إلى جانب مصادره الخاصة إلى اعتماد مصادر أخرى عالمية على غرار وكالات الأنباء الدولية مثل

رويترز ووكالة الأناضول للأنباء وكذا صحف عالمية مثل صحيفة الجارديان ونيويورك تايمز، في حين احتل مؤشر عدم الانحياز بسبب توافق العنوان مع النص الصدارة بنسبة قدرت بـ 48,78%، حيث جاءت مجمل العناوين متوافقة بشكل تام مع مضامين الأخبار والمحتويات المنشورة، كما جاءت باقي مؤشرات الموضوعية الأخرى مقبولة وينسب جد متقاربة.

شبكة شام الإخبارية بدورها جاءت مؤشرات قياس الموضوعية من خلال مضامينها المنشورة خلال فترة الدراسة التحليلية مرتفعة مقارنة بباقي صفحات الشبكات الإخبارية الأخرى المدروسة، أين تراوحت بين 40,75% لمؤشر عدم التحيز في اختيار المصادر وهي أقل نسبة حيث أن فريق تحرير شبكة شام يسعى لتحقيق التوازن في اختيار المصادر سواء المصادر الخاصة المتمثلة في المواطنين الصحفيين وبين المصادر الأخرى العالمية كوكالات الأنباء والصحف الدولية، فالتقارير الإخبارية الميدانية عادة ما يتم تحصيلها عبر المصادر الخاصة نظرا لكون شبكة شام تهدف بالأساس إلى تغطية حيثيات الثورة السورية والعمليات العسكرية التي تقودها مختلف الأطراف المشاركة في الحرب أين يكون المواطن الصحفي المتواجد في قلب الحدث الأقرب للخبر ولتفاصيله الدقيقة المدعمة بالصور والفيديوهات فلا يكون الميل إلى اختيار المصدر في هذا السياق متحيزا بل وظيفيا وتقتضيه الأحداث التي يتم تغطيتها بصفة آنية.

كما جاءت مؤشرات الموضوعية الأخرى مرتفعة نسبيا ومتقاربة مقارنة مع مؤشرات الموضوعية في مضامين كل من شبكة رصد المغربية وكذا شبكة رصد المصرية، في حين احتل مؤشر عدم الانحياز بعدم توافق العنوان مع النص الصدارة بنسبة بلغت 60,37% وهي نسبة جد مرتفعة بالنسبة لشبكة إخبارية تمثل صحافة المواطن، الأمر الذي يعكس مدى التزام فريق التحرير بأخلاقيات وضوابط التحرير الصحفي المعروفة ويجعل من المضامين المنشورة تقترب بشكل كبير من المضامين التي نشرتها وسائل الإعلام التقليدية ويشرف على تحريرها طاقم صحفي متمرس وذو خبرة.

جدول رقم 54.5: يوضح فئة الدقة

| ذكر التواريخ | | ذكر الأرقام والإحصائيات | | ذكر المصادر | | ذكر الشخصيات | | ذكر الأماكن | | المؤشر |
|--------------|----|-------------------------|-----|-------------|----|--------------|-----|-------------|-----|-----------------------------|
| % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | % | ك | الصفحات |
| 74,79 | 92 | 69,91 | 86 | 47,96 | 59 | 71,54 | 88 | 71,54 | 88 | شبكة رصد الإخبارية المصرية |
| 35,09 | 93 | 59,62 | 158 | 32,83 | 87 | 39,26 | 105 | 97,35 | 258 | شبكة شام الإخبارية |
| 33,33 | 07 | 38,09 | 08 | 4,76 | 01 | 14,28 | 03 | 9,52 | 02 | شبكة رصد الإخبارية المغربية |

توضح معطيات الجدول فئة الدقة بالنسبة لصفحات الشبكات الإخبارية العربية محل الدراسة والدقة هي واحدة من أهم المبادئ والقيم الخاصة بالكتابة والتحرير الصحفي إذ تعد من التقاليد الراسخة لمهنة الصحافة والتي يتوجب على الصحفي الالتزام بها.

« فالدقة تشمل كل كلمة أو عبارة في القصة الخبرية والتي يتوجب على الصحفي التحقق منها ومن كل المعلومات الأساسية الواردة فيها». (الديهي، 2016، صفحة 282) وذلك حتى يكون المضمون الإخباري المنشور دقيقاً، وفي هذا السياق يذكر المحرر الأمريكي "جون بايارد" أن القيم الصحفية عموماً والتي من بينها الدقة هي العلامات الأخلاقية التي من خلالها يقيس الصحفيون ممارساتهم، إلا أن هذه المعايير يمكن أن تعثرها بعض الإشكالات المتعلقة بالدقة والموتوقية سيما في ظل الفضاءات الرقمية والتي تتطلب سياقاً ينفذ في وسيلة تتحرك بسرعة الضوء. (الوسبي، 2012، الصفحات 163-164) وذلك في إشارة إلى الممارسات الجديدة لصحافة المواطن، وقد حاولت الباحثة التدقيق في المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة التحليلية من خلال التركيز على خمسة مؤشرات أساسية هي:

مؤشر ذكر الأماكن، مؤشر ذكر الشخصيات، مؤشر ذكر المصادر، مؤشر الأرقام والإحصائيات، ومؤشر ذكر التواريخ حيث تبرز المعطيات الظاهرة في الجدول ارتفاع مؤشرات الدقة من خلال المضامين التي نشرتها شبكة رصد الإخبارية المصرية والمقدرة بـ 123 منشوراً فقد بلغت نسبة الدقة بالنسبة لمؤشر ذكر التواريخ 74,79% يليها مؤشري ذكر الأماكن والشخصيات بنسبة متساوية قدرت بـ 71,54%، في حين قدر مؤشر الدقة المتعلق بذكر الأرقام والإحصائيات بـ 69,91% مقابل 47,96% للمؤشر ذكر المصادر، وتترجم هذه النسب مدى الالتزام بمعيار الدقة في تقديم المعلومات الإخبارية أين يرجع السبب بالدرجة الأولى إلى اعتماد فريق تحرير شبكة رصد الإخبارية المصرية إلى جانب مصادرها الخاصة على الغرلة والاقْتباس عن بعض المصادر الإخبارية ووسائل الإعلام خاصة العالمية منها والمعروفة بمدى دقة معلوماتها وموثوقيتها على غرار وكالة أنباء رويترز، صحيفة الجارديان البريطانية، شبكة CNN، وكالة أنباء الأناضول التركية وغيرها، حيث تم التطرق لهذا الجانب بشكل مفصل من خلال فئة التجاذب الإيديولوجي.

وإن كان تكرار المؤشرات في هذا السياق يعكس مدى الدقة إلا أن ذلك لا يجب أن يكون من خلال الغرلة والاقْتباس الحرفي عن مصادر أخرى دون توثيق المصدر الأصلي مراعاة للأمانة الفكرية.

وتجدر الإشارة إلى توافق نتائج الدراسة الحالية مع الدراسة السابقة التي أجرتها الباحثة "سعاد فريفت" والموسومة بـ "الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر" خاصة بالنسبة لمؤشرات الدقة عبر مضامين شبكة رصد الإخبارية المصرية، حيث أكدت نتائج الدراسة السابقة على أن « مؤشرات المكان والزمان (التواريخ) وكذا ذكر الشخصيات كانت أكثر المؤشرات تكرارا كدليل على الدقة». (فريفت، 2002، صفحة 196) رغم اختلاف الإطار الزمني للدراسة إلى جانب اختلاف طبيعة وخصوصية المضامين التي تم تحليلها من مضامين صحفية مكتوبة تتخذ طابعا مهنيا وسياسة تحريرية مختلفة إلى صحافة مواطن تقوم على إيديولوجية وتوجه مغاير تماما.

أما فيما يخص شبكة رصد الإخبارية المغربية فقد جاء تكرار مؤشرات الدقة من خلال مضامينها منخفضة نسبيا مقارنة مع شبكة شام وكذا شبكة رصد الإخبارية المصرية حيث كان مؤشر ذكر الأرقام والإحصائيات أكثر المؤشرات تكرارا بنسبة 38,09% يليه مؤشر ذكر التواريخ بنسبة 33,33% مقابل 9,52% و 14,28% لكل من مؤشري ذكر الأماكن والشخصيات في حين كان مؤشر ذكر المصادر أقل مؤشرات الدقة تكرارا بنسبة 04,76% رغم أن شبكة رصد الإخبارية المغربية تعتمد بدورها على الاقتباس والغزلة عن وسائل إعلام عالمية ومغربية، كما ذكرنا سابقا، إلا أنها في كثير من الحالات لا تذكر هذه المصادر وهو ما يعكس عدم التزام مشرفي الصفحة وفريق تحريرها بمعايير الدقة المطلوبة، حيث يغيب في كثير من الحالات ذكر تفاصيل الخبر الأساسية كذكر الأماكن والتواريخ، الشخصيات وكذا المصادر وهو ما يؤدي إلى تداعيات خطيرة تطل تشويه المعلومات والأخبار وإمكانية تداول معلومات مغلوبة ناقصة وغير دقيقة وهي من السلبيات التي تعاني منها صحافة المواطن عموما بسبب السرعة في النشر وبالتالي عدم توفر هامش زمني كبير للتأكد من تفاصيل الخبر ومدى دقة وموثوقية مصادره وهو ما يعرف "بالتعهد الأخلاقي التراكمي" والذي يقصد به إمكانية النشر حاليا والتأكد في وقت لاحق وفق النموذج الإعلامي الجديد الذي تستند إليه صحافة المواطن.

أما فيما يخص شبكة شام الإخبارية واستنادا إلى المعطيات الظاهرة في الجدول كانت معظم مؤشرات الدقة في مضامينها الإخبارية متفاوتة نسبيا لكن منطقية ومقبولة حيث نال مؤشر ذكر الأماكن أعلى تكرار بنسبة مرتفعة قدرت بـ 97,35%، يليه مؤشر ذكر الأرقام والإحصائيات بنسبة 59,62%، وذلك نظرا لطبيعة التغطية الإخبارية لشبكة شام والتي تركز أساسا على تغطية أحداث الحرب في سوريا من خلال تقارير إخبارية آنية وكذا ميدانية ما يستدعي من فريق التحرير من المواطنين الصحفيين التركيز

على مؤشرات ذكر الأماكن والمدن التي يطالها القصف إلى جانب ذكر أرقام وإحصائيات تتعلق بعدد الضحايا، الجرحى، العتاد الحربي وغيرها. إلى جانب ذلك حاول فريق تحرير شبكة شام اعتماد مؤشرات أخرى للدقة في المضامين المنشورة كذكر الشخصيات بنسبة 39,26%، التواريخ بنسبة 35,09% وكذا المصادر بنسبة 32,83%.

5-2- نتائج الدراسة التحليلية:

- 1- يرتبط إنشاء صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة شبكة رصد المصرية، شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المغربية بأحداث سياسية تمثلت في أحداث وتداعيات الربيع العربي في كل من مصر وسوريا وكذا أحداث الريف في المغرب فهي صفحات تتبنى قضايا سياسية.
- 2- تتسم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة من الناحية التصميمية بالثبات حيث تتخذ فيها اللافتة وسط رأس الصفحة نظرا لكونها صفحات متاحة عبر موقع الفايس بوك.
- 3- تستخدم صفحات كل من شبكة رصد الإخبارية المصرية وشبكة شام الصور المعدلة رقميا أين يتم اعتمادها كلافتة خاصة بالصفحة، كما توظف شبكة شام اللافتة المفرغة على مساحة ملونة في بعض الأحيان.
- 4- لا تستخدم شبكة رصد الإخبارية المغربية الصور سواء الطبيعية أو المعدلة رقميا وتكون فيها اللافتة مفرغة على مساحة ملونة.
- 5- تستخدم صفحات الشبكات الإخبارية الرمز (Logo) الذي يكون عبارة عن رمز نصي مكتوب بالحاسوب (Word mark) ويكون من حيث الفكرة والمدلول مرتبطا بشكل مباشر بطبيعة النشاطات والتغطيات التي تقوم بها هذه الصفحات سيما صفحتي شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية.
- 6- تتسم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة بالجاذبية من الناحية التصميمية نظرا لكونها صفحات متاحة عبر موقع الفايس بوك الذي يستقطب جماهير واسعة عالميا ويتميز بالجاذبية والتفرد في تصميمه.
- 7- تعتمد صفحة كل من شبكة شام وشبكة رصد المصرية الإخباريتين على عناصر الجاذبية بالنسبة لواجهة الصفحة مثل الروابط التشعبية، الفيديو، الفيديو المباشر، في حين لا تعتمد شبكة رصد المغربية على هاته العناصر.
- 8- يعد مخطط المواقع وشرائط الإبحار من العناصر التصميمية المتاحة في كل الصفحات عبر موقع الفايس بوك بما فيها الصفحات المدروسة.

- 9- اتسمت حالة العنق بالثبات وذلك بالنسبة لكل الشبكات الإخبارية المدروسة أين كان فيها ملازما لكل الصفحات ويتشكل من مجموعة عنوانات ثابتة.
- 10- تتيح صفحة شبكة شام لمتابعيها استخدام عدة عناصر للولوج على غرار رقم الهاتف وكذا عنوان بريد الكتروني صالح في حين تعتمد صفحة شبكة رصد الإخبارية المصرية على عنوان البريد الالكتروني فقط أما شبكة رصد المغربية فلا تعتمد أي من عناصر الولوج المذكورة.
- 11- من حيث أداة الاتصال المعتمدة في التواصل مع جمهور متابعيها فإن صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة هي عبارة مجموعات عامة وليست مغلقة حتى تكون متاحة للجمهور بكل يسر.
- 12- تعتمد صفحة شبكة شام الإخبارية في نشر مضامينها على اللغة العربية الفصحى بشكل تام في حين تعتمد شبكة رصد المصرية على اللغة العربية بنسبة 91.91 % وكذا الخليط بين الفصحى والعامية بنسبة 7.35 % واللغة الانجليزية بنسبة 0.73 %.
- 13- تعتمد صفحة شبكة رصد المغربية في نشر مضامينها على اللغة العربية الفصحى بنسبة 33.33 % وكذا العامية بنسبة 28.57 %، أما الخليط بين الفصحى والعامية المغربية فقدت نسبتها بـ 38.09 %.
- 14- تحترم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة أخلاقيات المهنة من خلال توظيفها للصور وذلك استنادا لعدة مؤشرات كذكر المصدر، احترام حقوق وخصوصيات الأفراد وكذا احترام آداب وقيم المجتمع وذلك بنسب متفاوتة قدرت بـ 85.36 % لصفحة شام الإخبارية، 40.22 % لصفحة شبكة رصد المصرية و 64.90 % لشبكة رصد المغربية، في حين يتم تجاوز الأخلاقيات المهنية عند توظيف صور أخرى وذلك بعدم نكر المصدر الأصلي للصورة وتجاوز حقوق الأفراد من خلال الصور المنشورة سيما من طرف شبكتي رصد المصرية ورصد المغربية الإخباريتين .
- 15- تحترم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة قيم وآداب المجتمع من خلالها توظيف الصور فلا يتم نشر أي صور تخل بالقيم المجتمعية.
- 16- تتسم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة بقالب ثابت وموحد سواء في الصفحة الرئيسية أو الصفحات الداخلية وذلك من حيث نمط وحجم ولون الخط نظرا لأنها صفحات متاحة غير موقع الفايس بوك الذي يحوز على بنية تصميمية موحدة.

- 17- تعتمد شبكة شام وكذا شبكة رصد الإخبارية المصرية على نصوص مقتضبة بسبب اعتمادها على الروابط التشعبية التي تحيل على صفحات تفصيلية تتناول الخبر بأكثر دقة، في حين لا تعتمد شبكة رصد المغربية على نظام الروابط ويصل حجم نصوصها المنشورة إلى حوالي نصف صفحة.
- 18- تتسم مضامين شبكة شام الإخبارية بسلامة اللغة بالنسبة لكل المواضيع المنشورة في حين تحتوي مضامين شبكة رصد المصرية ورصد المغربية على عديد الأخطاء اللغوية والتركيبية.
- 19- فيما يخص القرافيزم نجد أن صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة اتسمت بوحدة القالب تناسق الألوان حيث كانت مثالية للعين نظرا لكونها بالأساس صفحات متاحة عبر موقع الفاييس بوك الذي يحوز على بنية تصميمية جذابة ومتفردة، كما قدرت نسبة انسجام الصور مع النصوص المنشورة في صفحة شبكة شام بنسبة 100 % مقابل 80.48 % لصفحة شبكة رصد المصرية و61.90 % لصفحة شبكة رصد المغربية.
- 20- تعتمد صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة على نفس عناصر التوجيه والتصيح المتمثلة في مخطط الموقع، شرائط الإبحار، محرك البحث التفاعلي إلى جانب نظام المؤشرات وتوافق النتائج مع عملية البحث وهي كلها عناصر يتيحها موقع الفاييس بوك بشكل تلقائي لكل صفحاته، كما كانت شبكة شام وشبكة رصد الإخباريتين الأكثر توظيفا لنظام الارتباطات النصية.
- 21- تعتمد صفحات الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة على خدمة التعليق على المنشورات والتي تكون متاحة للجمهور بشكل تام دون أية ضوابط في حين تتيح كل من شبكة شام وشبكة رصد المصرية الإخباريتين خدمة التسجيل في الأحداث ومجموعات الاهتمام الأخرى المنبثقة عنها، كما تعتمد شبكة شام فقط على خدمة الإحالة على روابط شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى المتمثلة في موقع تويتر وموقع يوتيوب.
- 22- لا تعتمد صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة على عديد الخدمات التقنية المتمثلة في خدمة RSS التي تعوضها خدمة الإشعارات وكذا خدمة الأجنده والأحداث والتواريخ، نظام التصويت وكذا خدمة المساهمة في إنشاء المحتوى من طرف جمهور المستخدمين.
- 23- لا يتم التحكم بشكل جيد في إعدادات الخصوصية الخاصة بالصفحة من طرف صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة خاصة من حيث مراقبة المحتويات المنشورة وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام، كما لا يتم مراقبة التعليقات على المنشورات والتي تمس بخصوصية الأفراد وتؤدي إلى السب والقذف والتشهير بهم سيما الشخصيات السياسية والعامه

- 24- تتحكم شبكة شام الإخبارية بشكل جيد في المضامين التي تنتشرها سواء صور نصوص أو فيديوهات في حين تتحكم شبكة رصد الإخبارية المصرية في منشوراتها من الصور بشكل أقل مهنية وذلك بنسبة 40.22 % أما النصوص والفيديوهات فيتم التحكم فيها بشكل جيد.
- 25- لا تتحكم شبكة رصد الإخبارية المغربية في منشوراتها من الصور والنصوص ما يعكس ضعف التحكم في العناصر التقنية وإعدادات الخصوصية التي تطل حقوق الأفراد.
- 26- من حيث نوع الموضوعات المنشورة حسب النطاق الجغرافي فإن شبكة رصد الإخبارية المصرية تهتم بالموضوعات المحلية والعربية بنسبة متساوية قدرت بـ 34.14 % و 31.70 % للموضوعات الدولية في حين تهتم شبكة شام الإخبارية بشكل أكبر بالموضوعات المحلية بنسبة 74.71 % و 20 % للموضوعات الدولية و 5.28 % للموضوعات العربية، أما شبكة رصد الإخبارية المغربية فتهتم بالموضوعات المحلية بنسبة عالية بلغت 95.23 % والموضوعات العربية بنسبة 4.76 % على حساب الموضوعات الدولية التي لا تتناولها الصفحة إطلاقاً.
- 27- تهتم صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة وفق معيار التقسيم الموضوعي بشكل أكبر بالموضوعات السياسية والأمنية مقارنة بالموضوعات الأخرى، كما تركز شبكة رصد الإخبارية المصرية أيضاً على الموضوعات الاقتصادية في حين تركز شبكة رصد الإخبارية المغربية إلى جانب الموضوعات السياسية على الموضوعات الاجتماعية بنسبة 38.09 % ولا تهتم بباقي الموضوعات الأخرى الاقتصادية، الثقافية، الدينية، الرياضية وغيرها.
- 28- تتمثل أهم أهداف المحتوى المنشور عبر صفحة شبكة شام الإخبارية في كشف التجاوزات وإظهار الحقائق حول الثورة السورية بنسبة 63.39 % يليها إنشاء المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار بنسبة 28.30 %، وأخيراً مناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية بنسبة 7.2 % في حين تهتم شبكة رصد الإخبارية المغربية بمناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية بنسبة 80.95 % وكذا نقد المشاكل والظواهر الاجتماعية بنسبة 19.04 %.
- 29- تهدف شبكة رصد الإخبارية المصرية إلى إنشاء المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار بنسبة 73.98 % مقابل 17.88 % لمناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية.
- 30- يشكل عنصر الفاعلية الاجتماعية أكثر الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع وتلتزم بها صفحة شبكة شام الإخبارية من خلال مضامينها المنشورة بنسبة قدرت بـ 71.69 % وذلك عبر الحضور الآني في فضاء الصفحة والتفاعل مع مختلف أحداث وحيثيات الثورة السورية و تناولها

بالنقد والتحليل يليها معيار الخلفية التشاركية بنسبة أقل قدرت بـ 28.30 %، في حين يعد معيار الخلفية التشاركية ومشاركة المواطنين الصحفيين في بناء المحتوى حول مختلف الأحداث والظواهر المجتمعية أكثر المعايير الأخلاقية التي تحمي المجتمع وتلتزم بها شبكتي رصد المصرية ورصد المغربية الإخباريتين وذلك بنسبة 73.98 % و 80.71 % على التوالي.

31- يعد القذف والسب والتجريح من خلال المضامين المنشورة أكثر الأخلاقيات المهنية التي يتم تجاوزها من طرف صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة وذلك بنسبة 28.57 % لشبكة رصد المغربية و 9.75 % لشبكة رصد الإخبارية المصرية مقابل 7.16 % لشبكة شام الإخبارية.

32- يعد التشهير والتدخل في خصوصية الأفراد أقل التجاوزات الأخلاقية التي تقع فيها شبكة شام وشبكة رصد المصرية وذلك بنسب ضعيفة بلغت 0.37 % و 1.62 % لمؤشر التدخل في الخصوصية و 0 % لمؤشر التشهير.

33- تعد شبكة رصد الإخبارية المغربية أكثر الصفحات تجاوزا للأخلاقيات المهنية التي تحمي حقوق الأفراد يتصدرها القذف والسب والتجريح ثم التدخل في الخصوصية والتشهير بنسبة متساوية بلغت 9.52 %.

34- أكثر الشخصيات تجاوزا لحقوقها من خلال المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة هي الشخصيات العامة والسياسية.

35- تعتمد صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة على مصادرها الخاصة في تحصيل المعلومات والأخبار حيث تعد شبكة شام أكثر الصفحات اعتمادا على مصادرها الخاصة من المراسلين المتمثلين في المواطنين الصحفيين وذلك بنسبة 82.64 % تليها شبكة رصد الإخبارية المصرية بنسبة 60.97 %، وأخيرا شبكة رصد الإخبارية المغربية بنسبة 52.38 %.

36- تعد شبكة رصد الإخبارية المغربية وشبكة رصد المصرية أكثر الصفحات اعتمادا على الغرلة والاقْتباس عن وسائل الإعلام الأخرى بنسبة 47.61 % و 39.02 % في حين لا تعتمد شبكة شام على الاقْتباس عن مصادر إعلامية تقليدية إلا بنسبة ضعيفة قدرت بـ 17.35 %.

37- تعد شبكة شام أكثر الشبكات الإخبارية المدروسة التزاما بالموضوعية من خلال مضامينها المنشورة تليها شبكة رصد الإخبارية المصرية، في حين كانت صفحة شبكة رصد المغربية أقل الشبكات الإخبارية التزاما بمؤشرات الموضوعية.

الفصل السادس : خاتمة

1.6. النتائج العامة

2.6. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات

3.6. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة

4.6. آفاق الدراسة

يشكل هذا الفصل محورا لعرض أهم نتائج الدراسة الحالية بجانبها التحليلي وكذا الميداني كما سنحاول من خلاله استعراض أبرز نتائج الدراسة وتناولها على ضوء التساؤلات والفرضيات والدراسات السابقة التي تم تبنيها من خلال الفصل المنهجي، وأخيرا سيكون آخر عنصر يتضمنه الفصل عبارة عن رؤية استشرافية لآفاق الدراسة الحالية وأهم الاستنتاجات و الخلاصات التي توصلت إليها الباحثة عبر دراسة موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية انطلاقا من الممارسات الإعلامية الجديدة المتمثلة في صحافة المواطن، حتى تكون الدراسة الحالية أرضية تمهد لموضوعات ودراسات أخرى قادمة تفصل بشكل أكثر دقة وتمحيص في هذه الإشكالية التي لا تزال من أكثر القضايا المثيرة للجدل والمطروحة على الصعيد العلمي والأكاديمي العربي والدولي.

1.6. النتائج العامة:

1. تشكل الموضوعات السياسية والأمنية أكثر أنواع الموضوعات التي تناولتها صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك وذلك من حيث معيار التقسيم الموضوعي في حين تعد الموضوعات المحلية أكثر الموضوعات تداولاً من حيث معيار النطاق الجغرافي.
2. أكثر المعايير التقنية والتكنولوجية التي تستخدمها وتلتزم بها صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة هي الاختصار والربط من خلال توظيف الروابط التشعبية خاصة شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية.
3. يتم اعتماد عناصر تقنية أخرى لتكريس التفاعلية عبر المضامين المنشورة وذلك من خلال إتاحة خدمة الإعجاب والتعليق للجمهور العام من المتابعين لصفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة.
4. توظف صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة عناصر الوسائط المتعددة المختلفة كالصور الطبيعية والمعدلة رقمياً، الفيديو، الفيديو المباشر.
5. لا تعتمد الشبكات الإخبارية الثلاثة المدروسة على بعض العناصر التقنية التي تساهم في إدارة الممارسات عبر مجتمعاتها الافتراضية سيما من حيث الشق الأخلاقي للممارسة، حيث تقتصر إلى توظيف نظام الخوارزمية، نظام التصويت، الميثاق المهني الإلكتروني الداخلي الخاص بالصفحات، وكذا خاصية الذكاء الجماعي التي عادة ما تستخدمها أنواع أخرى من صحافة المواطن على غرار المواقع الإخبارية التساهمية .

6. تحترم صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة من حيث الجانب الشكلي عموماً أخلاقيات المهنة من خلال توظيفها للصور وذلك استناداً لعدة مؤشرات كذكر المصدر، احترام حقوق وخصوصيات الأفراد وكذا احترام آداب وقيم المجتمع رغم ذلك كان هناك تجاوز لبعض الأخلاقيات المهنية عند توظيف صور أخرى وذلك بعدم ذكر المصدر الأصلي للصورة وتجاوز حقوق الأفراد من خلال الصور المنشورة سيما من طرف شبكتي رصد المصرية ورصد المغربية الإخباريتين.

7. لا يتم التحكم بشكل جيد في إعدادات الخصوصية الخاصة بالصفحة من طرف صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة خاصة من حيث مراقبة المحتويات المنشورة وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام، كما لا يتم مراقبة التعليقات على المنشورات والتي تمس بخصوصية الأفراد وتؤدي إلى السب والقذف والتشهير بهم سيما الشخصيات السياسية والعامّة.

8. من الناحية التقنية تتحكم شبكة شام الإخبارية بشكل جيد في المضامين التي تنشرها سواء صور نصوص أو فيديو هات في حين تتحكم شبكة رصد الإخبارية المصرية في منشوراتها من الصور بشكل أقل مهنية، كما لا تتحكم شبكة رصد الإخبارية المغربية في منشوراتها من الصور والنصوص ما يعكس ضعف التحكم في العناصر التقنية وإعدادات الخصوصية التي تطل حقوق الأفراد.

9. يشكل عنصر الفاعلية الاجتماعية أكثر الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع وتلتزم بها صفحة شبكة شام الإخبارية من خلال مضامينها المنشورة وذلك عبر الحضور الآني في فضاء الصفحة والتفاعل مع مختلف أحداث وحيثيات الثورة السورية و تناولها بالنقد والتحليل، في حين يعد معيار الخلفية التشاركية ومشاركة المواطنين الصحفيين في بناء المحتوى حول مختلف الأحداث والظواهر المجتمعية أكثر المعايير الأخلاقية التي تحمي المجتمع وتلتزم بها شبكتي رصد المصرية ورصد المغربية الإخباريتين.

10. يعد القذف والسب والتجريح من خلال المضامين المنشورة أكثر الأخلاقيات المهنية التي تطل حقوق الأفراد و يتم تجاوزها من طرف صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة.

11. أكثر الشخصيات تجاوزاً لحقوقها من خلال المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة هي الشخصيات العامة و السياسية.

12. تعتمد صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة على مصادرها الخاصة في تحصيل المعلومات والأخبار بنسب عالية كما تعتمد بنسب أقل على الغرلة والافتباس عن وسائل الإعلام الأخرى.
13. تعد شبكة رصد الإخبارية المغربية وشبكة رصد المصرية أكثر الصفحات اعتمادا على الغرلة والافتباس عن وسائل الإعلام الأخرى في حين لا تعتمد شبكة شام على الافتباس من المصادر الإعلامية التقليدية إلا بنسبة ضعيفة قدرت بـ 17.35%.
14. تعد شبكة شام أكثر الشبكات الإخبارية المدروسة التزاما بالموضوعية من خلال مضامينها المنشورة تليها شبكة رصد الإخبارية المصرية، في حين كانت صفحة شبكة رصد المغربية أقل الشبكات الإخبارية التزاما بمؤشرات الموضوعية.
15. يعد مؤشر عدم الانحياز بعدم توافق العنوان مع النص أكثر مؤشرات الموضوعية التي تم الالتزام بها من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة سيما شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية.
16. يعد مؤشر عدم الانحياز بسبب استخدام مصطلحات وتعريف خاطئة وكذا مؤشر عدم التحيز بسبب نقص السياق أضعف مؤشرات الموضوعية التي يتم الالتزام بها عبر مضامين صفحة شبكة رصد المغربية.
17. تلتزم شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية بمؤشرات الدقة كذكر الأماكن، الشخصيات ذكر المصادر، الأرقام والإحصائيات وكذا ذكر التواريخ وذلك بنسب مقبولة تعكس مدى الالتزام بأحد ضوابط الكتابة والتحرير الصحفي.
18. تعد شبكة رصد الإخبارية المغربية أقل الصفحات التزاما بمؤشرات الدقة.
19. أكد 94.44% من المبحوثين أن المواطن الصحفي غير مدرك لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها في حين أقر 5.56% منهم بأنه واعي ومدرك لأهمية الشق الأخلاقي للممارسة.
20. أكدت آراء المبحوثين من الصحفيين المهنيين على أن معرفة المواطن الصحفي لأخلاقيات المهنة عربيا هي معرفة معمقة بنسبة 1.39% مقابل 72.22% أقرروا بأنها معرفة سطحية و 26.39% أجابوا إلى حد ما.

21. يرى الباحثون أن المواطن الصحفي ينظر لأخلاقيات المهنة الصحفية عربيا باعتبارها قواعد ومعايير ملزمة وأساسية بنسبة 9.72% مقابل 90.28% يرون بأن المواطن الصحفي ينظر لها باعتبارها معايير اختيارية وغير ملزمة.
22. أكد غالبية الباحثين أن المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة لا يلتزمون بالأخلاقيات المهنية وذلك بنسبة عالية قدرت بـ84,72% في حين أقر 15.28% من الباحثين على التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بقواعد العمل الصحفي.
23. أكد 26.39% من أفراد العينة على عدم وجود التزام أخلاقي من طرف مشرفي الصفحات من المواطنين الصحفيين وذلك من خلال المضامين التي يقدمونها، في حين انعدمت نسبة الإجابة على خيار يوجد التزام بأخلاقيات المهنة، بالمقابل أقر 73.61% من الباحثين بأن الالتزام بأخلاقيات المهنة لدى المشرفين على الصفحات مقرون بطبيعة المحتوى المنشور.
24. يرى أفراد عينة الدراسة أن أكثر المعايير التقنية والتكنولوجية التي يستخدمها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية تتمثل في التفاعلية بنسبة 40%، يليها التحرير الإلكتروني واستخدام الوسائط المتعددة بنسبة متساوية بلغت 38,9% ثم الاختصار بنسبة 34,7% وكذا الميثاق المهني الإلكتروني الخاص بالصفحات بنسبة 33,4%، الربط بنسبة 25%، نظام التصويت بنسبة 16,7%، خاصية الذكاء الجماعي بنسبة 15,3% وأخيرا نظام الخوارزمية وذلك بنسبة 9,7% كأقل المعايير التقنية استخداما من طرف مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية.
25. كانت اتجاه الصحفيين العرب الباحثين نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي لا يلتزم بها المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية موافقا، وذلك بنسبة 79,44% للمعايير والأخلاقيات التي تحمي حرية وخصوصية الأفراد، تليها المعايير والقواعد المتعلقة بالكتابة والتحرير الصحفي بنسبة 78.06%، ثم المعايير والأخلاقيات التي تحمي قيم وآداب المجتمع بنسبة 75.83% في حين احتلت المعايير التقنية والتكنولوجية الرتبة الأخيرة بنسبة بلغت 71,94%.
26. كانت اتجاهات الباحثين بشكل عام حيال قواعد ومعايير التحرير الصحفي المتمثلة في الدقة والموضوعية، موثوقية مصادر الأخبار، تعدد مصادر المعلومات وعدم النقل عن وسائل

الإعلام الأخرى و التي يلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية محايدة.

27. اتسمت اتجاهات أفراد عينة الدراسة من الصحفيين العرب نحو الأخلاقيات والمعايير المهنية التي تحمي المجتمع مثل احترام القيم والآداب العامة ويلتزم بها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية من المواطنين الصحفية بالموافقة.

28. كانت اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو المعايير المهنية التي تحمي الأفراد والمتمثلة في حماية الخصوصية عدم السب والقذف والتشهير ويلتزم بها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية محل الدراسة محايدة.

29. أكد المبحوثين أن أهم التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس قواعد الكتابة والتحرير الصحفي ويقع فيها المواطنين الصحفيين تتمثل في: غياب المصداقية بنسبة 73.6%، يليها عدم التأكد من مصادر المعلومات بنسبة 66.7% ثم طغيان الجوانب الذاتية في طرح الموضوعات والأخبار بنسبة 55.6%، في حين احتل عدم الدقة وكذا النقل والاقتراس عن وسائل الإعلام التقليدية وإعادة صياغة المضامين المراتب الموالية من حيث أكثر معايير الكتابة والتحرير الصحفي تجاوزا وأخيرا التحيز بنسبة 47.2%.

30. أكد أفراد عينة الدراسة أن أكثر التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس المجتمع ويقع فيها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية تتمثل في: إثارة النعرات الطائفية والفتن وذلك بنسبة قدرت بـ 61,1% ثم خلق السلبية الاجتماعية بنسبة 56,9%، في حين كان نشر الكراهية وكذا نقد المجتمع إشباعا لحاجة الكتابة والنقد في الفضاء الافتراضي فقط من جملة التجاوزات التي نالت نسبا متساوية وبدرجة أقل قدرت بـ 48,6% وأخيرا التحريض على العنصرية بنسبة 34,7%.

31. أقر المبحوثين من الصحفيين العرب الذي شملتهم الدراسة الميدانية أن التجاوزات غير الأخلاقية التي تمس الأفراد ويقع فيها المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية تتمثل في: التشهير بالأشخاص وذلك بنسبة عالية بلغت 75% كأكثر التجاوزات التي يقع فيها مشرفي صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة، يليها التدخل في خصوصيات الأفراد في الرتبة الثانية بنسبة 73.6% ثم القذف والسب والتجريح بنسبة 66.7%، وأخيرا المساس بسمعة ومكانة الأشخاص وذلك بنسبة 56,9%.

2.6. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

كانت الدراسة الحالية محاولة شاققة ومضنية لدراسة أحد المفاهيم العسوية ألا وهو أخلاقيات المهنية الصحفية نظرا لمرونة المصطلح وهلاميته الشديدة وصعوبة التحكم فيه بشكل دقيق كمتغير أساسي في الدراسات العلمية سيما التي تتناول مدى الالتزام الأخلاقي بقواعد وأخلاقيات المهنة الصحفية انطلاقا من المضامين المنشورة عبر وسائل الإعلام التقليدية، غير أن التحدي الكبير الذي واجهته الباحثة من خلال هذه الدراسة وهو ربط متغير الأخلاقيات المهنية بالممارسات الإعلامية الجديدة والتي تتم عبر الفضاءات الرقمية ويكون مصدرها المواطن الصحفي، وهو ما جعلنا بحاجة ماسة إلى إدراج فرضيات علمية إلى جانب التساؤلات التي تمحورت حولها الدراسة في شقيها التحليلي والميداني وذلك بغية مساعدة الباحثة في بناء أداة التحليل المتمثلة في استمارة تحليل المضمون واستنباط مؤشرات تكون لها الفاعلية في قياس الفئات كميا وكيفيا لبلوغ نتائج الدراسة بشكل دقيق وبالرجوع إلى نتائج الدراسة التحليلية وكذا الميدانية والنتائج العامة التي تم عرضها في العنصر السابق يمكننا القول بأن الفرضية الجزئية الأولى والتي مفادها:

- يغلب على صفحات الشبكات الإخبارية العربية تناول المضامين ذات الطابع السياسي والأمني أكثر من المواضيع الأخرى.

محقة نظرا لكون كل صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة تتناول الموضوعات السياسية والأمنية بشكل كبير مقارنة بالموضوعات الأخرى سواء من حيث التقسيم الموضوعي لطبيعة الموضوعات التي يتم تناولها أو من حيث معيار نطاق التغطية الجغرافية، فقد أكدت نتائج الدراسة صحة مؤشر عدم التوازن والميل إلى تناول الموضوعات المحلية أكثر من العربية والدولية وانتفاء صحة مؤشر التنوع بشكل نسبي فرغم أن صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة تنوع في موضوعاتها المنشورة وتتناول أحيانا موضوعات اقتصادية، ثقافية، اجتماعية، قانونية وحتى رياضية إلا أن الموضوعات التي يتم تناولها في أغلبها يكون لها دائما خلفيات سياسية وأمنية بالدرجة الأولى.

وهو ما يتوافق مع طبيعة العينة المختارة للتحليل وهي صحافة المواطن التي تتبنى قضية ما عادة ما تكون سياسية، استنادا للتصنيف الذي أدرجه الباحث " Bertrand pecequerie " فالشبكات المدروسة ارتبط إنشائها بأحداث وتدايات الربيع العربي في مصر وسوريا وأحداث الريف في المغرب ومن المنطقي أن يكون تركيزها الأكبر على هذا النوع من الموضوعات.

الفرضية الجزئية الثانية والتي مفادها:

- يغلب على المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية عدم الالتزام الأخلاقي بقواعد الكتابة والتحرير الصحفي .

تأكد نفيها نظرا لان جل المؤشرات التي تعكس الالتزام بقواعد الكتابة والتحرير الصحفي التي استندت إليها الباحثة بالنسبة لفئات الدقة والتمثلة في ذكر التواريخ، الأماكن، المصادر، الشخصيات، الأرقام والإحصائيات وكذا مؤشرات فئة الموضوعية جاءت بنسب منطقية ومقبولة نسبيا إلى جانب ذلك أكدت نتائج الدراسة أيضا عدم صحة مؤشر التجاذب الاديولوجي نظرا لاعتماد صفحات الشبكات الإخبارية العربية المدروسة بشكل أكبر على مصادرها الخاصة في تحصيل المعلومات والأخبار إلى جانب اعتمادها على الغزلة والافتباس أحيانا أخرى وهو ما يؤكد التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية بقواعد الكتابة والتحرير الصحفي سيما شبكة شام وشبكة رصد المصرية الإخباريتين.

الفرضية الجزئية الثالثة والتي مفادها:

- لا يحترم المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع.

أكدت نتائج الدراسة نفي الفرضية الجزئية الثالثة نظرا لتأكد صحة مؤشر الخلفية التشاركية بشكل نسبي أين يعتمد المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة إلى صياغة وبناء المحتوى بطريقة تشاركية ونشره عبر كل المنافذ التي تتيحها الصفحة استناد إلى الفلسفة التي تقوم عليها صحافة المواطن، إلى جانب ذلك تأكد أيضا نفي مؤشر عدم احترام آداب وقيم المجتمع خاصة من الناحية الشكلية أين يحترم المواطن الصحفيين القيم والآداب العامة للمجتمع ولا ينشرون صورا مخلة أو غير أخلاقية أو تحرض على العنف والكراهية ويبقى الإشكال فقط مقرونا بعدم التحكم في الإعدادات التقنية وإتاحة التعليقات بشكل كامل أمام الجمهور العام.

كما تجدر الإشارة إلى نفي مؤشر الفاعلية الاجتماعية من خلال نتائج الدراسة وذلك نسبيا حيث لا يتفاعل المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة مع الأحداث والقضايا المطروحة في المجتمع بنظرة نقدية وذلك بهدف حل المشكلات وكشف التجاوزات وإنما لمجرد إشباع وتلبية حاجة الكتابة والنقد في فضاء الصفحة.

الفرضية الجزئية الرابعة والتي مفادها:

- لا يحترم المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفيس بوك الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد.

أكدت نتائج الدراسة على صحة الفرضية المذكورة حيث لا يحترم المواطنون الصحفيين الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد ويقعون في عديد التجاوزات التي تطال حقوق الأشخاص نظرا لتأكد صحة مؤشري القذف والسب والتجريح و التدخل في خصوصية الأفراد سيما الشخصيات السياسية والعامّة، من ناحية أخرى تأكدت صحة مؤشر عدم التشهير بشكل نسبي.

الفرضية الجزئية الخامسة والتي مفادها:

- تساهم المعايير التقنية والتكنولوجية في التزام المواطنون الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك بأخلاقيات المهنة الصحفية.

من خلال التمحيص في نتائج الدراسة تأكد لنا نفي الفرضية نظرا لعدم تحقق العديد من مؤشراتها خاصة المعايير التقنية الأساسية التي تساهم بشكل مباشر في ضبط الممارسات التي يقوم بها المواطنون الصحفيين والمتمثلة في خاصية الذكاء الجماعي ومناقشة الموضوعات والأخبار جماعيا قبل نشرها وهي خاصية من أهم خصائص الواب الاجتماعي التي من شأنها المساهمة بشكل كبير في ضبط الجانب الأخلاقي للممارسة، إلى جانب مؤشري نظام التصويت ونظام الخوارزمية التي لا توظفها الشبكات الإخبارية المدروسة إطلاقا ماعدا الميثاق المهني الإلكتروني الداخلي التي تستند إليه شبكة شام الإخبارية فقط.

بالمقابل تأكدت صحة بعض المؤشرات الأخرى على غرار التحرير الإلكتروني، الاختصار والربط من خلال توظيف الروابط التشعبية التي من شأنها حماية حقوق الملكية الفكرية للمضامين التي يتم نشرها من طرف الشبكات الإخبارية المدروسة ولا يكون متاحا للجمهور العام تعديلها أو تشويه المعلومات الواردة فيها وبالتالي عدم إمكانية المساس بقيم المجتمع أو بسمعة الأشخاص وخصوصياتهم، إلا أن ذلك لا يعد كافيا حيث عكس عدم التحكم في العناصر التقنية الخاصة بإعدادات الصفحة ومؤشرات التفاعلية من خلال إتاحة التعليقات بشكل تام لجمهور المتابعين عن انزلاقات أخلاقية خطيرة مست المجتمع من خلال إثارة الفتن و النعرات الطائفية، ونشر الكراهية بسبب اختلاف التوجهات الفكرية والعقائدية خاصة عبر صفحتي شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية

إلى جانب المساس بحقوق الأفراد سيما الشخصيات العامة والسياسية، حيث يتوجب على المواطنين الصحفيين في هذا السياق التحكم الجيد في إدارة مجتمعاتهم الافتراضية بما يحمي الشق الأخلاقي للممارسات التي يقومون بها وذلك من خلال محاولة الاستفادة من المعايير التقنية التي يوفرها الفضاء الرقمي والمنصات الاجتماعية عموماً.

3.6. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

يعد الرجوع إلى مناقشة محصلة النتائج التي توصلت إليها الدراسة في ضوء الدراسات السابقة مرحلة ضرورية وخطوة أساسية يقتضيها البحث العلمي وذلك بغية تحقيق عنصري التنسيق والتكامل بين الدراسات العلمية التي تناولت متغيرات الدراسة نفسها، بما يمهّد ويسهل للباحثين مستقبلاً إمكانية تكوين رؤية واضحة حول الموضوع المدروس والإمام بكل جزئياته بشكل أكثر دقة وتمحيص، وفي هذا السياق فقد كانت نتائج الدراسة الحالية متفقة بشكل كبير مع العديد من النتائج التي بلغتها الدراسات السابقة التي تم الاستناد إليها في البناء المنهجي لموضوع الدراسة في حين تباينت مع نتائج دراسات أخرى وذلك من خلال:

أكدت الدراسة الحالية على بعض النتائج الجزئية التي توصلت إليها الدراسة السابقة التي أجراها " Partice Bégin " حول الصحافة والمجتمع من خلال تحليله لعينة من خطابات صحافة المواطن على الصعيد الأوربي والتي من أهمها:

تقدم صحافة المواطن معلومات بديلة بدون غريزة أو تحيز كما أن المعلومات المقدمة من طرف المواطنين الصحفيين والمساهمين صالحة وهي بهذه الصفة تستحق النشر. فقد تأكد للباحثة عديد المؤشرات التي تعكس الدقة وكذا الموضوعية وعدم التحيز في الطرح وتناول الموضوعات والأخبار خاصة من طرف فريق تحرير شبكة شام وكذا شبكة رصد الإخبارية المصرية المشكل من مساهمين ومواطنين صحفيين، أين يتم اعتماد المصادر الخاصة في تحصيل المعلومات إلى جانب الاقتباس والنقل عن وسائل الإعلام الأخرى لكن بشكل أقل وذلك بعد غريزتها واختيار الأنسب منها للنشر.

صحافة المواطن تملأ فجوة المعلومات خاصة على المستوى المحلي أين تأكدت لنا هذه النتيجة سيما بالنسبة لشبكة رصد المغربية التي تعنى بالمشكلات والأخبار ذات الطابع المحلي والعربي فقط إلى جانب شبكة شام الإخبارية التي تقوم من خلال تغطيتها للحرب السورية بالتركيز أكثر على البعد

المحلي وكل التفاصيل المتعلقة بالحرب الدائرة في سوريا خاصة المناطق التي تعد بؤر توثر وصراع وتشهد انفلاتا أمنيا على غرار ريف إدلب، الحسكة، الرقة وغيرها أين يكون المواطن الصحفي المتواجد بموقع الحدث مصدرا أساسيا للمعلومة في ظل صعوبة التغطية وتضارب المعلومات في وسائل الإعلام التقليدية المحلية العربية وحتى الدولية في بعض الحالات.

أما فيما يخص النتيجة التي مفادها تقدم صحافة المواطن معلومات موثوقة لأنها تعتمد على أربعة عناصر هي: التحقق من طرف فريق العمل (الإدارة الخاصة بالموقع، عملية الذكاء الجماعية الخوارزمية ونظام التصويت) فقد تباينت دراستنا مع النتيجة التي توصل إليها " **Partice Bégin** " نظرا لعدم تأكد صحة عديد المؤشرات وهي العناصر التقنية سالفة الذكر التي لا تعتمد على صفحات الشبكات الإخبارية المدروسة باستثناء شبكة شام التي تستند إلى ميثاق مهني الكتروني داخلي خاص بالشبكة دون غيره من المعايير التقنية الأخرى .

ويعزى ذلك إلى اختلاف عينة التحليل في كل دراسة حيث اعتمد " **Partice Bégin** " على تحليل عينة من المواقع الإخبارية التساهمية في حين اعتمدت الباحثة على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفيس بوك نظرا لكون أنماط صحافة المواطن تختلف عن بعضها البعض في هيكلتها وبنيتها التصميمية والتقنية وفي أساليب إدارتها كمجتمعات افتراضية، إلى جانب ذلك يعد عامل اختلاف المجال المكاني والبيئة التي تنشط فيها صحافة المواطن ودرجات الانفتاح الإعلامي وكذا درجات الحرية المتاحة لها عاملا آخر في تباين هذه النتيجة حيث تشهد مواقع صحافة المواطن في الغرب توجها نحو تدعيم التكامل بينها وبين وسائل الإعلام التقليدية من إخلال إشراك المواطن الصحفي في الممارسات الإعلامية ومحاولة الاستفادة من جهوده وتدريبه على الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية.

تباينت نتائج الدراسة الحالية مع بعض النتائج الجزئية التي بلغتها الباحثة "سعاد فريفت" الموسومة بـ"الضوابط الأخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر - دراسة تحليلية لجريدتي النصر والخبر" والتي مفادها تحتل الضوابط الأخلاقية التي تحمي الأفراد أعلى درجات الالتزام في حين تحتل قواعد الكتابة والتحرير الصحفي أدنى نسب الالتزام، أين أكدت الدراسة الحالية التي أجرتها الباحثة على أن أكثر التجاوزات الأخلاقية التي يقع في المواطنين الصحفيين هي تجاوز حقوق الأفراد خاصة الشخصيات السياسية والعامّة بالمقابل احتلت قواعد الكتابة والتحرير الصحفي المتمثلة في الدقة

الموضوعية أعلى درجات الالتزام. هذا من جهة ومن جهة أخرى تتفق دراستنا مع دراسة الباحثة سعاد فريظ في كون أكثر الفئات تجاوزا لحقوقها الفردية هي الشخصيات العامة والسياسية كما تعد مؤشرات ذكر المكان والزمان وذكر الشخصيات أكثر المؤشرات تكرارا كدليل على الدقة من خلال المضامين المنشورة عبر صفحتي شبكة شام وكذا شبكة رصد المصرية الإخباريتين.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع النتيجة التي توصلت إليها الباحثة "حنان كامل إسماعيل" وذلك من خلال دراستها الموسومة بـ " دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الرأي الإعلامي العربي " والتي أكدت على أن المواطن الصحفي يتصرف بمهنية في تزويده للقنوات التلفزيونية بالأفلام والأخبار رغم أنه لا يملك أدنى درجات المعرفة بأدبيات العمل الصحفي، وهي تقريبا المحصلة ذاتها التي بلغت الدراسة الحالية في شقها التحليلي أين أكدت النتائج اعتماد المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك على المصادر الخاصة في تحصيل المعلومات رغم اعتماد النقل والاقتباس عن وسائل إعلام محلية ودولية في بعض الحالات إلى جانب الالتزام بمؤشرات الدقة والموضوعية سيما من طرف فريق تحرير شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية. كما تتفق نتائج دراستنا مع دراسة الباحثة "حنان كامل إسماعيل" والتي أكدت على أن صحافة المواطن هي هوية وصدفة وتجربة عابرة لا توجد لها ضوابط محددة ولا رقابة عدا الرقابة الذاتية، وهي تقريبا المحصلة التي بلغت الدراسة الحالية في شقها الميداني أين أكد 94.44% من المبحوثين الذين شملتهم الدراسة التحليلية أن المواطن الصحفي غير مدرك لأهمية الأخلاقيات المهنية من خلال المضامين التي يقدمها نظرا لان معرفته بالجانب الأخلاقي للممارسة هي معرفة سطحية وبالتالي فهو ينظر لأخلاقيات المهنة باعتبارها قواعد ومعايير غير ملزمة.

هذا من جهة ومن جهة أخرى تتفق نتائج الدراسة الحالية مع النتائج التي توصل إليها الباحث " شريف درويش اللبان " في دراسته الموسومة "بالضوابط المهنية والأخلاقية للإعلام الجديد " وذلك في كون هذا الأخير والذي يشمل ضمنا صحافة المواطن يحوز على نوعين من الضوابط المهنية والتي يمكن تقسيمها إلى ضوابط ومعايير تقنية وتكنولوجية وكذا معايير مهنية متعلقة بالجانب الأخلاقي والقانوني، وهي المحصلة التي تأكدت للباحثة حيث تظلع المعايير التقنية والتكنولوجية بأهمية بالغة نظرا لكونها تساعد المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية في

ضبط وإدارة مجتمعاتهم الافتراضية بشكل جيد، كما يؤدي الالتزام بالمعايير التقنية إلى ضبط الجانب الأخلاقي للممارسة وتلافي كثير من التجاوزات والانزلاقات التي تطال حقوق الأفراد.

بالإضافة إلى ذلك تتفق نتائج دراستنا مع دراسة "درويش شريف اللبان" التي أكدت على أن الإعلام الجديد بما فيه صحافة المواطن والمضامين التي تقدمها أقل تحيزاً لأي طرف من أطراف القصة الخبرية وهو ما تؤكد للباحثة من خلال النسب التي حظيت بها مؤشرات الموضوعية التي تم اعتمادها في الشق التحليلي للدراسة خاصة عبر صفحتي شبكة شام وشبكة رصد الإخبارية المصرية.

تتفق نتائج الدراسة الحالية مع دراسة "حاتم علي مصطفى العسولي" الموسومة "بالمعايير المهنية والأخلاقية للصحافة الالكترونية الفلسطينية" حيث أكدت بعض النتائج الجزئية التي توصل إليها الباحث على ضرورة إقرار ضوابط وتشريعات قانونية من أجل تشجيع العاملين في الصحافة الالكترونية على الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في النشر الالكتروني، وهي تقريبا المحصلة التي توصلت إليها دراستنا الميدانية أين أقر الصحفيين العرب الذين شملتهم الدراسة الميدانية على ضرورة سن قوانين ناظمة تضبط وتنظم مجال صحافة المواطن، فرغم الاختلاف الكبير بين صحافة المواطن والصحافة الالكترونية سيما من حيث البعد المؤسسي والمهني الذي تستند إليه الصحافة الالكترونية إلا أن العامل المشترك والمتمثل في الأخلاقيات المهنية التي يمكن الرجوع إليها في تنظيم الممارسة عبر الفضاءات الافتراضية عموماً يبقى مبهماً وغير محدد المعالم، فالفراغ التشريعي والقانوني وعدم وضوح النصوص القانونية الموجودة وكذا آليات تطبيقها على النشر والممارسات التي تتم عبر الشبكة العنكبوتية يعد أكثر الإشكالات التي تساهم بشكل كبير في عدم الالتزام بالشق الأخلاقي للممارسة سواء من طرف الصحفي المهني العامل في الصحافة الالكترونية أو المواطن الصحفي.

تتفق نتائج الدراسة الحالية في شقها الميداني مع دراسة "بن عمار شهرزاد" الموسومة بـ"أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة-دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين- حيث صرح عدد كبير من الصحفيين أنه لأخلفة الممارسة الإعلامية في ظل الميديا الجديدة لا بد القيام بدورات تدريبية للصحفيين حول الاستخدام الأخلاقي لشبكات التواصل الاجتماعي، فيما صرح البعض أنه يجب تدريس قواعد استخدام المواقع في أقسام الإعلام على مستوى الجامعات، وصرح البعض الآخر أنه يجب وضع ميثاق أخلاقي لضبط استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية لدى الصحفيين وهي تقريبا مجمل المقترحات التي ذكرها المبحوثين من الصحفيين العرب الذين شملتهم

الدراسة التحليلية والتي من شأنها المساهمة في توعية المواطنين الصحفيين بضرورة الالتزام بالضوابط والأخلاقيات المهنية.

4.6. آفاق الدراسة:

كانت الدراسة الحالية محاولة حديثة لمعالجة واحدة من الإشكالات الآنية التي يعرفها المشهد الاتصالي الحالي ليس فقط على الصعيد المحلي وإنما العالمي، نظرا للتعاطم الكبير الذي يشهده استخدام التكنولوجيات الجديدة والوسائط المتعددة ومجمل الممارسات التي يكون المواطن والفرد العادي طرفا مشاركا فيها وعنصرا أساسيا في صناعة فحواها وفق ما يعرف في كثير من الأدبيات الإعلامية بـ«User generated content»، فالنموذج الاتصالي المعروف تحول فيه المتلقي التقليدي إلى عنصر فاعل بشكل ديناميكي معنا عن هيكلية جذرية لمكونات العملية الاتصالية.

هذا التغير العميق في السياقات الاتصالية والإعلامية تمخض عنه بالمقابل نوع من الفوضى التي تعتري المشهد الإعلامي كما يعبر عنه كثير من المتخصصين في المجال خاصة ما تعلق بالضوابط والأخلاقيات التي يجب أن تستند إليها الممارسات الإعلامية الجديدة التي يكون مصدرها المواطن الصحفي لدى فإن الحديث عن الآفاق المستقبلية للأخلاقيات الصحفية في ظل وسائط الإعلام الجديد وصحافة المواطن أضحت ضرورة ملحة لتحديد معالم ومتطلبات الممارسات الإعلامية الجديدة التي تتم في الفضاءات الرقمية، ومن ثم محاولة ضبطها واستيعابها بعيدا عن النظرة الأحادية القائمة على اعتبارها غير مهنية بشكل مطلق وبالتالي عدم إمكانية الاستفادة منها.

فأكثر الإشكالات والهواجس التي تتعلق بصحافة المواطن مردها الفورية والسرعة في النشر والتداول فالأخبار أضحت علنية مباشرة بعد وقوع الأحداث، أو بعد العثور على بعض المعلومات والتفاصيل ما يجعل إمكانية التدقيق فيها وتمحيص مصادرها الأصلية أمرا غير متاح، كما أن إمكانية التعديل وتغيير شكل المعلومة بالحذف أو الإضافة خلال مراحل تدفقها عبر مختلف المواقع والصفحات والمنصات الرقمية يعد إشكالا آخر يمس الشق الأخلاقي لممارسات صحافة المواطن الأمر الذي يتعارض بشكل مطلق مع نمط الدورية وتوقيت البث الذي قامت عليه الصحافة التقليدية سيما وأنها أمام نموذج إعلامي جديد مفاده النشر حاليا والتأكد لاحقا أو ما يعرف بالتعهد الأخلاقي التراكمي.

لدى كان لزاما على الفاعلين في المشهد الإعلامي وكذا الدارسين والباحثين في المجال والراغبين في الخوض في دراسة موضوعات تخص الشق الأخلاقي لممارسات صحافة المواطن ضرورة إمعان النظر في البيئة الإعلامية الجديدة ورصد طبيعة الممارسات التي تتم فيها لمعرفة أهم الإشكالات والانزلاقات التي تكتنفها وهذا لا يتأتى إلا من خلال:

- تجاوز النظرة الأحادية القاصرة لصحافة المواطن واعتبارها غير مهنية بشكل مطلق وذلك في سياق مقارنتها مع وسائل الإعلام التقليدية، بغية الاستفادة من إيجابياتها مثل السرعة والآنية والاستقلالية ومحاولة التركيز أكثر على مؤشرات أخرى كالفاعلية الاجتماعية والتعاطي مع المشكلات التي يعاني منها الفرد والمجتمع بحرية وانفتاح أكثر من وسائل الإعلام التقليدية نظرا لعدم خضوعها للتوجهات الإيديولوجية، السياسية وكذا المادية.
- التركيز في دراسة الموضوعات التي تتناول أخلاقيات ممارسات صحافة المواطن إلى جانب الضوابط المهنية والقانونية على الضوابط والمعايير التقنية والتكنولوجية على غرار التحرير الإلكتروني، الاختصار، الربط، خاصية الذكاء الجماعي، نظام التصويت وكذا مدى التحكم في إعدادات الخصوصية لما لها من تجليات مضمونية بارزة على الموضوعات المنشورة التي تعكس الإدارة الجيدة للمجتمع الافتراضي وضبط الشق الأخلاقي للممارسات التي تتم عبره.
- مراعاة خصوصية الوسيلة الإلكترونية في تناول أخلاقيات الممارسات التي يكون مصدرها المواطن الصحفي وذلك من منظور الدراسات التحليلية نتيجة اختلاف البنية والهيكل التصميمي لها خاصة ما تعلق بالمعايير والضوابط التقنية والتكنولوجية، حيث يحوز كل نمط من أنماط صحافة المواطن على خصوصية تقنية متفردة تختلف عن باقي الأنماط الأخرى وبالتالي يتوجب على كل دارس في هذا السياق التفتن لهذا الجانب حتى لا تكون رؤيته قاصرة ونتائجه فيما بعد غير قابلة للتعميم.
- النظر للموضوع من منظور أخلاقي جديد يقوم على اعتبار شبكة الانترنت أداة ووسيلة جديدة لتحقيق التواصل بعيدا عن الغايات الخبيثة والمصالح الشخصية وهو ما يتطلب من جميع الأطراف سواء الصحفيين المهنيين أو الهواة حماية التوجه العام للمعلومات والأخبار، إما من خلال مشاركة المدونين والهواة وقيامهم بدور الرقيب على عمل وسائل الإعلام التقليدية أو

تطوير مشاريع إعلامية بديلة وهو أمر ممكن التحقيق لتفادي الانزلاقات الأخلاقية الخطيرة التي تطل الممارسات الإعلامية للهواة في ظل الفضاء الرقمي.

- تكثيف الجهود والعمل على سد الفراغ التشريعي والقانوني الذي تعاني منه صحافة المواطن وجل الممارسات المرتبطة بها و التي يكون مصدرها الهواة والمساهمين، وذلك بإشراك كل المختصين والفاعلين في المجال ومحاولة إيجاد صيغة جديدة للقوانين التي يمكن من خلالها ضبط وتقنين الفضاءات الرقمية .
- ضرورة تجاوز المفهوم المعياري للأخلاقيات المهنية والمرور إلى مفهوم الأخلاقيات الاجتماعية القائمة بالأساس على التربية الإعلامية والامتناع الذاتي بعيدا عن مبدأ العقاب والجزاء، وهو في تقديرنا السبيل الأسلم والأكثر منطقية لتجاوز الطفرة الإعلامية الحالية التي يشهدها الفضاء الإعلامي .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المراجع العربية:

1. إبراهيم منكور. (1975). معجم العلوم الاجتماعية (الهيئة المصرية العامة للكتاب، المحرر) القاهرة .
2. أحمد بن راضي الكثم. (جوان، 2016). فاعلية انودج تعلم قائم على المشروعات باستخدام الويكي wiki في تنمية المهارات التدريسية لدى الطلاب والمتعلمين. (جامعة بور سعيد، المحرر) مجلة كلية التربية (20).
3. أحمد زكي بدوي. (1978). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (الإصدار 1). بيروت: مكتبة لبنان.
4. أحمد زكي بدوي. (1993). معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية (الإصدار 2). بيروت: مكتبة لبنان.
5. أحمد سعيقان. (2004). قاموس المصطلحات السياسية والدستورية والدولية. بيروت: مكتبة لبنان.
6. أحمد عادل درويش. (2018). التفاعلية والاندماج الرقمي في الاعلام الجديد (الإصدار 1). المنصورة: دار المكتبة العصرية.
7. أسامة محمد خليل الزباني. (2014). دور اخلاقيات المهنة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية في المستشفيات الحكومية الفلسطينية (رسالة ماجستير). (جامعة الاقصى، المحرر) القدس.
8. الجمعي حجام. (2014). اخلاقيات الممارسة في الصحافة الجزائرية من الالتزام بنقل الحقائق الى الاحتراف في صناعتها. مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية (27).
9. السيد صلاح الصاوي. (بلا تاريخ). ، مواقع ويكي (Wikis) الوثائق والأرشيف (دراسة تحليلية لسماتها وأهميتها في مجالات التعاون بين الأرشيفيين والمستفيدين. تاريخ الاسترداد 27 نوفمبر، 2019، من <https://www.researchgate.net>
10. الصادق رابح. (2007). المدونات والوسائط الاعلامية. تأليف منشورات جامعة البحرين (المحرر)، المؤتمر الدولي الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. المنامة.

11. الصادق رايح. (2010). اعلام المواطن بحث في المفهوم والمقاربات. *المجلة العربية للاعلام والاتصال* (06).
12. الصادق رايح. (2013). *فضاءات رقمية قراءة في المفاهيم والمقاربات والرهانات* (الإصدار 1). بيروت: دار النهضة العربية.
13. الصادق لحمامي. (2011). *الميديا الجديدة والمجال العمومي. مجلة الاذاعات العربية* (03).
14. الصادق لحمامي. (سبتمبر، 2013). *الصحفيون واخلاقياتهم في زمن الميديا الجديدة.* (المركز الثقافي الاعلامي، المحرر).
15. الصادق لحمامي. (2016). *الاذاعة والتلفزيون والميديا الاجتماعية في السياق العربي. سلسلة بحوث ودراسات اذاعية* (العدد 78).
16. أماني المهدي. (18 مارس، 2019). *المجال العام من الواقع الفعلي الى العالم الافتراضي - معايير التشكل والمعوقات -*. تاريخ الاسترداد 30 نوفمبر، 2019، من المركز الديمقراطي العربي: [/https://democraticac.de](https://democraticac.de)
17. أميرة محمد السيد أحمد. (2015). *الاعلام الرقمي والحراك السياسي* (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
18. أمينة نبيح. (2011). *المدونون العرب بين الصحافة البديلة والتعبير الحر*. تأليف مؤسسة كونارد اديناور ومعهد الصحافة وعلوم الاخبار الاخبار (المحرر)، *ملتقى صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال - مثال الدول الافريقية والعربية -*، (الصفحات 85-53).
19. أنور محمد فرج. (مارس، 2017). *دور المجال العام في ترسيخ الحكم الرشيد*. مجلة جامعة التنمية البشرية، 03 (01).
20. أهداف شبكة شام. (مارس، 2011). *تاريخ الاسترداد 14 مارس، 2020، من شبكة شام:* [/http://www.shaam.org](http://www.shaam.org)
21. باديس لونيس. (2012). *صحافة المواطن واعادة تشكيل مفهوم الجمهور*. مؤسسة كنوز الحكمة، (المحرر) *مجلة الحكمة للدراسات الاعلامية والاتصالية* (10).

22. باسل الطويس، و آخرون. (2012). ظاهرة ويكيليكس جدل الاعلام والسياسة بين الافتراضي والواقعي (الإصدار 1). (المركز العربي للبحاث ودراسة السياسات، المحرر) بيروت.
23. بسام عبد الرحمان المشاقبة. (2012). اخلاقيات العمل الاعلامي. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
24. بيريح حسين موسى. (2015). فن الاخراج الصحفي لمواقع الجرائد الالكترونية (الإصدار 1). عمان: دار غيداء.
25. تحسين شرادقة. (2018). المعايير والتشريعات الاخلاقية للاعلام الجديد (الإصدار 1). عمان : دار الوراق.
26. تركي الشخي. (بلا تاريخ). الويكي - تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتربية - . كلية التربية - قسم تقنيات التعليم، المحرر).
27. ثريا السنوسي. (2016). تكنولوجيا الاتصال ومسالة الاستعمالات المقاربات النظرية والتغلغل الاجتماعي (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
28. جمال الزرن. (31 جوان، 2007). سلطة التدوين. مجلة شؤون عربية (130)، الصفحات 160-187.
29. جمال الزرن. (2009). صحافة المواطن المتلقي عندما يصبح مرسلا. المجلة التونسية للاعلام والاتصال .
30. جمال بلعشي. (2016). استراتيجيات توظيف صحافة المواطن ومضامين المستخدمين في قاعات الاخبار. (منشورات اتحاد اذاعات الدول العربية، المحرر) سلسلة بحوث ودراسات اذاعية (78).
31. جورج صدقة. (2008). الاخلاق الاعلامية بين المبادئ والواقع (الإصدار 1). بيروت: مؤسسة مهارات.
32. جوستين ليفي. (2011). فايسبوك تعلم كيف تصمم حملتك التسويقية القادمة (الإصدار 1). (احمد حيدر، المترجمون) بيروت: دار العربية للعلوم ناشرون.

33. جوهر الجموسي. (2014). الصحفي المواطن والحاجة الى رسم الحدود قانون الاتصال الالكتروني مثالاً. تأليف معهد الصحافة وعلوم الاخبار (المحرر)، فعاليات ملتقى صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال، (الصفحات 140-113). تونس.
34. حسام الدين، محمد. (2003). المسؤولية الاجتماعية للصحافة (الإصدار 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
35. حسني محمد نصر. (2017). قوانين وأخلاقيات العمل الإعلامي. العين : دار الكتاب الجامعي.
36. حسين علي ابراهيم لفلاحي. (2017). التفاعلية وما بعد التفاعلية في الاعلام الجديد نمط اتصالي جديد استخدامات متعددة (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
37. حسين علي ابراهيم لفلاحي. (2017). صحافة التحري والاستقصاء التحقيقات الصحفية الاستقصائية (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
38. حسين علي ابراهيم لفلاحي. (2020). الاعلام التقليدي والجديد وتقنيات الثورة الرقمية مظاهر الاستخدام و آليات التوظيف (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.
39. حسينة بوشيوخ. (افريل, 2014). بيئة العمل الصحفي واثرها في ممارسة اخلاقيات المهنة دراسة حالة. مجلة رؤى استراتيجية (06).
40. حصاد 2017: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي. (27 ديسمبر, 2017). تاريخ الاسترداد 23 نوفمبر, 2019، من شبكة النبا المعلوماتية: m.annabaa.org
41. حكيمة جعيد. (جوان, 2018). مسؤولية الصحفيين المخلين بمواثيق الشرف. مجلة دفاتر السياسة والقانون، 10 (19)، الصفحات 301-316.
42. حنان احمد سليم. (2013). صحافة المواطن والمستقبل. القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية.
43. حنان علال. (مارس, 2018). اخلاقيات المهنة في زمن الاعلام الجديد. مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد الثاني (01)، الصفحات 132-148.

44. حنان كامل اسماعيل. (2012). دور المواطن الصحفي في الحراك السوري من وجهة نظر قادة الراي الاعلامي العربي الاردن والكويت ومصر انموذجا. (جامعة الشرق الاوسط، المحرر) عمان.
45. حورية طاهر. (2019). اخلاقيات الممارسة الاعلامية في القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر مقارنة تحليلية لمبداي احترام الخصوصية وقيم المجتمع للبرامج الاجتماعية (اطروحة دكتوراه). (جامعة عبد الحميد بن باديس، المحرر) مستغانم.
46. خالد لعلاوي. (2012). جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري - دراسة قانونية بنظرة اعلامية. الجزائر: دار بلقيس.
47. خالد لعلاوي. (19 جوان، 2016). واقع السياسة التشريعية الاعلامية في الجزائر عشية صدور اول قانون عضوي متعلق بالاعلام. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والانسانية، 03 (06)، الصفحات 264-306.
48. راضي، وسام فاضل؛ التميمي، مهند حميد؛. (2018). الاعلام الجديد تحولات اتصالية ورؤى معاصرة (الإصدار 2). العين: دار الكتاب الجامعي.
49. رضوان بلخيرى. (2014). مدخل الى الاعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات (الإصدار 1). المحمدية: جسور للنشر.
50. رمضان عبد المجيد. (جوان، 2013). مفهوم المسؤولية الاجتماعية للاعلام. مجلة دفاتر السياسة والقانون (09).
51. سامية تبيري، و نصرالدين غراف. (2018). مواقع التواصل الاجتماعي في خدمة العملية التعليمية (الإصدار 1). عمان: دار الايام.
52. سعاد فريظت. (2002). الضوابط الاخلاقية للصحافة المكتوبة في الجزائر دراسة تحليلية لجريدتي النصر والخبر. (جامعة عبد الحميد مهري، المحرر) قسنطينة.
53. سليم بوزيدي، و الجيدة حميطوش. (2016). الاعتداء على الحق في الصورة في ظل التطورات التكنولوجية. (جامعة عبد الرحمان ميرة، المحرر) بجاية.
54. سليمان صالح. (2012). اخلاقيات الاعلام (الإصدار 3). القاهرة، مصر: مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.

55. سؤدد فؤاد الالوسي. (2012). *ايدولوجيا صحافة الانترنت* (الإصدار 1). عمان: دار اسامة.
56. شريف درويش اللبان. (2011). *مداخلات في الإعلام البديل والنشر الالكتروني على الانترنت* (الإصدار 1). القاهرة: دار العالم العربي.
57. شريف درويش اللبان. (جوان, 2014). *الضوابط المهنية والاخلاقية والقانونية للاعلام الجديد. رؤى استراتيجية* (07).
58. شهرزاد بن عمار. (2019). *اخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين (اطروحة دكتوراه)*. (جامعة عبد الحميد بن باديس، المحرر) مستغانم.
59. شيرين علي موسى. (2015). *المواقع الالكترونية الاخبارية دراسة في المفاهيم والمصادقية* (الإصدار 1). القاهرة: دار العالم العربي.
60. صالح ابو اصبع. (2017). *التحول الى مجتمع المعلومات الخصائص والتحديات والتاثيرات* (الإصدار 1). عمان: دار مجدلاوي.
61. صبرينة برامة. (جوان, 2015). *صحافة المواطن والصحافة التقليدية. مجلة العلوم الاجتماعية* (20).
62. صلاح عبد الحميد. (2015). *الاعلام الجديد* (الإصدار 1). الجزائر: اطفالنا للنشر والتوزيع.
63. عادل خالدي. (17 مارس, 2019). *كيف ساهم الإعلام الاجتماعي في حراك الجزائر. تاريخ الاسترداد 23 سبتمبر, 2019, من معهد الجزيرة للاعلام: <https://institute.aljazeera.net>*
64. عاطف عدلي العبد، و نهى عاطف العبد. (2004). *نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية* (الإصدار 3). القاهرة، مصر: عالم الكتب.
65. عباس مصطفى صادق. (2008). *الاعلام الجديد المفاهيم الوسائل والتطبيقات* (الإصدار 1). عمان: دار الشروق.
66. عبد الامير الفيصل. (2014). *دراسات في الاعلام الالكتروني* (الإصدار 1). العين: دار الكتاب الجامعي.

67. عبد الجليل حسناوي. (2014). اخلاقيات المهنة في القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر دراسة وصفية تحليلية من خلال عينة من صحفيي وجمهور قناة النهار تي في (رسالة ماجستير). (جامعة الجزائر 03، المحرر) الجزائر.
68. عبد الرحمان عزي. (2014). قوانين الاعلام قراءة معرفية في النظام الاخلاقي في ضوء الاعلام الاجتماعي (الإصدار 1). اريانة: دار المتوسطة.
69. عبد الرحمان عزي. (2016). نظرية الواجب الاخلاقي في الممارسة الاعلامية (الإصدار 1). اريانة: دار المتوسطة.
70. عبد الرزاق الدليمي. (2015). اخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري.
71. عبد الرزاق الدليمي. (2016). الاعلام في ظل التطورات العالمية. عمان: دار اليازوري.
72. عبد الرؤوف فهدي. (2013). الاتصال عن طريق الويب لمعامل الهاتف النقال نجمة دراسة تحليلية لموقع ويب نجمة. (جامعة قسنطينة 03، المحرر) قسنطينة.
73. عبد العالي رزاق. (2013). المهنة صحفي محترف قوانين الاعلام واخلاقيات الصحافة في 22 دولة عربية التجاوزات في الممارسة المهنية. الجزائر: دار هومة.
74. عبد الفتاح كنعان. (2016). نظريات الاعلام (الإصدار 1). عمان: دار اليازوري.
75. عبد الله الزين الحيدري. (2007). الاعلام الجديد النظام والفوضى. ابحاث المؤتمر الدولي الاعلام الجديد تكنولوجيا جديدة لعالم جديد. المنامة : منشورات جامعة البحرين.
76. عزالدين بقدوري. (2017). اخلاقيات العمل الصحفي في المؤسسات الاعلامية الجزائرية دراسة ميدانية على الصحف الصادرة بمدينة وهران (اطروحة دكتوراه). (جامعة عبد الحميد بن باديس، المحرر) مستغانم.
77. علاء الدين محمد عفيفي. (2015). الاعلام وشبكات التواصل العالمية (الإصدار 1). الاسكندرية : دار التعليم الجامعي.
78. علي إبراهيم، محمد السيف، مينا العريبي، و عزالدين سنيقرة. (2013). دليل المحرر الصحفي. (الشركة البريطانية السعودية للابحاث والتسويق، المحرر) بيروت.

79. علي خليل شقرة. (2014). الاعلام الجديد شبكات التواصل الاجتماعي (الإصدار 1). عمان : دار اسامة.
80. عمر راغب زيدان. (2017). التغطية الاخبارية للصراعات الدولية في القنوات الفضائية (الإصدار 1). عمان: دار النفائس.
81. فتيحة كيجل. (ماي, 2013). الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع فايس بوك انموذجا (رسالة ماجستير). (جامعة لحاج لخضر ، المحرر) باتنة.
82. فراس محمد العزة. (بلا تاريخ). معايير جودة المواقع الالكترونية وتصنيفها.
83. فضيل دليو، علي غربي، مسعودة كنونة، ميلود سفاري، و الهاشمي لوكيا. (1999). اسس المنهجية في العلوم الاجتماعية. (جامعة منتوري، المحرر) قسنطينة.
84. قانون الاعلام 14/04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري. (23 03, 2014). (16/06-19). (الجريدة الرسمية، المحرر) .
85. قانون الاعلام 12/05. (12 01, 2012). (02). 18-33. (الجريدة الرسمية، المحرر)
86. قراد، راضية. (2016). الصحافة المكتوبة واخلاقيات الممارسة في الجزائر دراسة ميدانية بمؤسسات صحفية (اطروحة دكتوراه). (جامعة قسنطينة 03، المحرر) قسنطينة.
87. كمال فليح. (ديسمبر, 2017). جرائم النشر المضرة بالافراد. (جامعة الاخوة منتوري، المحرر) مجلة العلوم الانسانية، المجلد ب (48)، الصفحات 139-129.
88. ليلى عبد المجيد. (2005). التشريعات الاعلامية. القاهرة: مركز جامعة القاهرة.
89. لينا الجيوسي. (جوان, 2011). سلطة التكنولوجيا وتكنولوجيا السلطة. (المركز العربي للابحاث ودراسة السياسات، المحرر) سلسلة دراسات واوراق بحثية .
90. ليندة ضيف. (جوان, 2017). التربية الاعلامية في ظل الاعلام الجيد شبكات التواصل الاجتماعي انودجا. المعيار (42)، الصفحات 264-243.
91. ماهر عودة الشمالية، محمود عزت اللحام، علي الضلاعين، و مصطفى يوسف كافي. (2015). اخلاقيات المهنة الاعلامية. دار الاعصار العلمي.

92. محمد السيد محمد. (2009). وسائل الاعلام من المنادي الى الانترنت (الإصدار 1). القاهرة: دار الفكر العربي.
93. محمد بدوي. (1995). الاخلاق بين الفلسفة وعلم الاجتماع. دار المعرفة الجامعية.
94. محمد بن حيدة. (2010). الحق في الخصوصية في المجتمع الجزائري. (الجامعة الافريقية العقيد احمد درارية، المحرر) ادرار.
95. محمد شومان. (يناير، 2012). اعلام المواطن -اتجاهات مستقبلية - (معهد الاهرام القومي للصحافة، المحرر) كراسات اعلامية وصحفية (01)، الصفحات 18-02.
96. محمد عابد الجابري. (2001). العقل الاخلاقي العربي دراسة تحليلية نقدية لنظم القيم في الثقافة العربية (الإصدار 1). (مركز دراسات الوحدة العربية، المحرر) بيروت.
97. محمد عبد اللطيف عبد العال. (2002). مفهوم الشرف والاعتبار في جرائم القذف والسب. القاهرة: دار النهضة العربية.
98. محمد منير حجاب. (2010). الإعلام والموضوعية (الإصدار 1). القاهرة : دار الفجر .
99. محمد منير حجاب. (2010). نظريات الاتصال (الإصدار 1). القاهرة : دار الفجر .
100. محمود علم الدين. (2008). الصحافة الالكترونية (الإصدار 1). القاهرة: دار السحاب.
101. محي الدين اسماعيل محمد الديهي. (2016). اسسس وقوانين الاتحاد الدولي للصحافة العالمية (الإصدار 1). الاسكندرية: مكتبة الوفاء.
102. مروى عصام صلاح. (2015). الاعلام الالكترونيالاسس ووافق (الإصدار 1). عمان: دار الاعصار العلمي.
103. مصطفى يوسف كافي. (2017). الاعلام المعاصر وتحديات العولمة. قسنطينة: الفادوك.
104. ممدوح رضا الجندي. (2018). المفاهيم الاعلامية الحديثة منظور كلي في البنية والتحليل (الإصدار 1). عمان: دار الراية.
105. منال هلال المزاهرة. (2014). مناهج البحث الاعلامي. عمان: دار المسيرة.
106. منال هلال المزاهرة. (2017). التشريعات الإعلامية العربية والدولية (الإصدار 1). عمان: دار المسيرة.

107. مها ساق الله. (08 اكتوبر , 2013). *تشريعات الاعلام الجديد*. تاريخ الاسترداد 13 جانفي , 2020
Maha saquallah: من
http://mahasaqallah.blogspot.com/2013/10/blog-post_8.html
108. نجود زعيم. (2012). *التدوين الالكتروني في الجزائر الواقع والتحديات* (رسالة ماجستير).
جامعة الاخوة منتوري، المحرر) قسنطينة.
109. *نظام العمل في شبكة شام*. (مارس , 2011). تاريخ الاسترداد 02 ديسمبر , 2020، من
شبكة شام: <http://www.shaam.org>
110. نها السيد عبد المعطي. (2015). *صحافة المواطن نحو نمط اتصالي جديد* (الإصدار 1).
العين: دار الكتاب الجامعي.
111. نهلة حفيظي. (2012). *تكنولوجيا الاتصال الحديثة والحملات السياسية دراسة تحليلية
مسحية لاستخدامات وتأثيرات الانترنت في الانتخابات للرئاسة الامريكية 2008* (رسالة
ماجستير). (جامعة الحاج لخضر، المحرر) باتنة.
112. نهى بلعيد. (2016). *ولادة صحافة المواطن*. (منشورات اتحاد اذاعات الدول العربية،
المحرر) *سلسلة بحوث ودراسات اذاعية* ، الصفحات 48-37.
113. ياسين قرناني، و امينة بكار. (2017). *تطبيقات الاعلام الجديد المفاهيم الخصائص الوظائف
الفرص والتحديات* (الإصدار 1). عمان: دار الايام.

❖ المراجع الأجنبية

114. (s.d.). Consulté le 14 Janvier, 2019, sur fr.statista.com: - <https://fr.statista.com/statistiques/570930/reseaux-sociaux-mondiaux-classes-par-nombre-d-utilisateurs/>
115. Anderson, C. (2006, July 31). *Actually Existing citizen Journalism Projects and Typologies*. Consulté le 18 octobre , 2019, sur cyber.harvard.edu: <https://cyber.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu>
116. Armoogum, S. (s.d.). *Can Citizen Journalists produce Professional Journalism?*. Consulté le 18 octobre, 2018, sur fr.scribd.com: <https://fr.scribd.com>
117. Aubert, A. (2008). Rue 89 : un modèle horizontal de la production de l'information. (B.-s.-M. INA, Éd.) *Médiamorphoses* (24), pp. 104-99.
118. auchiha, Tahar. (2018). *les réseaux sociaux et la participation politique en Algérie*. Consulté le 25 Novembre, 2019, sur <http://journals.openedition.org>
119. Bégin, P. (2014, Janvier). Journalisme et Société -Pratiques et Discours Du Journalisme Citoyen-. (U. d. Québec, Éd.) Montréal.
120. Begum N, N. (2014, Septembre). Media Ethics : Different Perspectives. *international Research journal of social sciences*, 03 (01).
121. Bernier, M. F. (2002). Ethique et déontologie du journalisme. *Communication*, 26 (02).
122. çela, E. (2015, August). Citizen Journalism - Challenges for Albanian Media. *European journal of Interdisciplinary Studies*, 02 (01).
123. char, A. (2012). Oh my news ou quand chaque citoyen est un journaliste. *les cahiers du journalisme* (24).
124. Dugan, Molly A. (2008). Journalism Ethics and Independent Journalist. *Mc Georhe Law Review*, 39, pp. 801-811.
125. Eid, Mahamed; Ward, Stephen J.A. (s.d.). Eihcs New Media and Social Networks. *Global Media Journal*, 02 (01).
126. Fidalgo, J. (2013). Journalism is changing – and what about journalism ethics? Dans C. d. Sociedade (Éd.), *IAMCR Conference Ethics of Society and Ethics of Communication Working Group*, (pp. 27-01). Dublin.
127. Ford, H., & Sen, S. (s.d.). *Getting to the source: where does wikipedia get its information from?* Consulté le 14 octobre, 2019, sur <https://www.researchgate.net>

- 128.** Holland, Margaret. (2016). How you tube Developed into a successful platform for user – Generated content. *Elon journal of Under graduate Research communication*, 07 (01).
- 129.** Jézéquelle, Bernardette. (2008). *la boite a outils du responsable communication*. Paris: Dunod Edition.
- 130.** Joustch, - John. (2009). *l'ets tolk social Media for small Business*, (éd. version 2). (o. l. Business, Éd.)
- 131.** Joyce, Mary. (2007). *the citizen journalism web site « Oh my news » and the 2002 South korean presidential Election*. (B. c.-I. series, Éd.)
- 132.** Karimi, S. (2018, May). the virtual sphere and the Women's movement in post-Reform Iran. *International journal of contemporary Research and Review*, 09 (05), pp. 20430-20459.
- 133.** karjalutob, E. (2008). *A primer in social Media (examining the phenomenon its relevance pramise and risks*. smash lab edition.
- 134.** Kelly, J. (2009). *Red Kayaks and Hidden Gold: The rise challenge and values of citizen journalism*. (R. I. Oxford, Éd.) Oxford.
- 135.** kern, T., & hui-nam, s. (2008, April). (Social Mouvements as Agents of Innovation : citizen journalism in south korea. (G. R. programme, Éd.) *Legitimacy and Efficiency of politial systems* (73), pp. 36-5.
- 136.** Koumtingue, A. (2017). Exploitation des données des réseaux pour une analyse de la propagation épidémiologique, Mémoire de la maîtrise. (f. d.-u. sherbrooke, Éd.) Québec.
- 137.** Lits, Marc. (2014). L'espace public : concept fondateur de la communication. *Hermés*, 03 (70), pp. 81-77.
- 138.** Lunt, Peter; Livingstone, Sonia. (2013). fascination with the concept of the public sphere : critical reflections and emerging debates. *Media culture and society*, 35 (01).
- 139.** Manp, khairul Hulmi A; Adzharudi, Nor Azura. (2013). the role of user generated content (U.G.C) in social media for tourism sector, the wei International Academic conference proceedings. *he wei International Academic conference proceedings*. Istanbul.
- 140.** Meyer, P. public journalism and the problem of objectivity. Consulté le 31 Septembre , 2019, sur <http://www.unc.edu>
- 141.** Mirvajova, V. (2014). the Golden Age of citizen Journalism. *politologia journal*, 21 (01), pp. 160-149.

142. Motheson, D. *history of citizen journalism*. Consulté le 03 octobre , 2019, sur oxfordbibliographies: <https://www.oxfordbibliographies.com/>
143. Muge, Demir. (2011, number 04). Importance of Ethic, Credibility and Reliability in Online Journalism. *European journal of social science*, 24.
144. Ndonge, M. M . *Media Ethics in journalism and mass communication: Exploring Virtual World*. Consulté le 12 Decembre, 2019, sur academi.edu: <https://www.academi.edu>
145. Noor, R. (2017, January). Citizen Journalism vs mainstream Journalism :A study on chalenges posed by amateurs. *The journal of mass Media and communication*, 3 (1), pp. 77-55.
146. Parker, Kivin R; Chao, Joseph T. (2007). wiki as a teaching tool. *interdisciplinary journal of knowledge and learning objects*, 03.
147. Patterson, P., & C Wilkins, L. (2019). *Media Ethics issues and cases*. Ninth Edition.
148. péliissier, Nicolas; chaudy, serge. (2009). *le journalisme participatif et citoyen sur Internet : un populisme dans l'air du temp*. Consulté le 31 Juin, 2019, sur journals.Openedition.org: <https://journals.openedition.org/quaderni/512>
149. Perlmutter, David D; Schoen, Mary. (2007). If I Break a Rule, What Do I Do, Fire Myself?" Ethics Codes of Independent Blogs. *Journal of Mass Media Ethics*, 22 (01), pp. 37 -48.
150. Rebillard, F. (2011). creation contribution Recommandation:Les strates du journalisme participatif. *Les cahiers du journalisme* (22).
151. Stenger, Tomas; contant, Alexandre. (2013, Avril). Médias Sociaux : clarification et cartographie pour une approche socio- technique. *décisions Marketing* (70).
152. WACC. (2012, May 11). *wacc calls for code of ethics for citizen journalism*. Consulté le 14 Mars , 2020, sur WACC: <http://www.waccglobal.org/component/>
153. Ward, S. J. (2011). *RETHINKING JOURNALISM ETHICS, OBJECTIVITY IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA*. Consulté le 22 Juin, 2020, sur CENTER FOR JOURNALISM ETHICS: <https://ethics.journalism.wisc.edu/2011/08/31/rethinking-journalism-ethics-objectivity-in-the-age-of-social-media/>
154. wolf, M., Sims, . J., & Yang, H. (s.d.). *social Media ? what social media*. Consulté le 17 octobre, 2019, sur <https://pdfs.semanticscholar.org>
155. Zaganiaris, Jean. (2012). *ce communiquer vent dire (communication Espaces public*. Casablanca: Edition Afrique Orient.

الملاحق

ملحق رقم 1

دليل التعريف الإجرائي للفئات

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قسنطينة 03

دليل التعريفات الإجرائية لأطروحة دكتوراه موسومة بـ

أخلاقيات المهنة الصحفية عبر مضامين صحافة المواطن

- دراسة وصفية تحليلية لعينة من الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك-

إشراف: أ. د جمال بن زروق

انجاز: كيجل فتيحة

في إطار انجاز أطروحة الدكتوراه نطلب من سيادتكم مساعدة الباحثة في تثبيت الاستمارة بعد قراءة الفئات قراءة دقيقة ثم:

- وضع علامة X أمام التعريف المناسب لمعناه في مضمون الدراسة.

- وضع 0 أمام التعريف الغير صحيح وبحاجة إلى ضبط مع إدراج الملاحظات إن وجدت مع جزيل الشكر.

ما مدى التزام مواقع صحافة المواطن العربية ممثلة في صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفايس بوك بأخلاقيات المهنة الصحفية؟

وهي إشكالية رئيسية تدرج تحتها مجموعة من التساؤلات الفرعية تم تقسيمها على النحو الآتي:
التساؤلات الخاصة بالدراسة التحليلية:

1- ما طبيعة المضامين المعروضة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك؟

2- ما هي الأخلاقيات الصحفية المعتمدة عبر مضامين صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك؟

3- ما هي المعايير التقنية والتكنولوجية التي تعتمد عليها صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك؟

التساؤلات الخاصة بالدراسة الميدانية والتي ارتأينا أن تكون من منظور الصحفيين المهنيين:

1- ما مدى معرفة المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية ؟

2- ما مدى التزام المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية بأخلاقيات المهنة الصحفية ؟

3- ما هي الأخلاقيات المهنية التي يلتزم بها المواطنون الصحفيون عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية ؟

4- ما هي التجاوزات غير الأخلاقية التي يقع فيها المواطنون الصحفيون عبر صفحات الشبكات الإخبارية ؟

في سياق إجراءنا لهذه الدراسة ارتأينا ضرورة إدراج مجموعة من الفرضيات التي يمكن أن تكون عاملا مساعدا في تفسير مشكلة دراستنا ، وتعمل على توجيه الباحثة في عملية ضبط فئات التحليل وتقسيمها فيما يخص الجانب التحليلي للدراسة، وكذا بناء استمارة الاستبيان فيما يخص الدراسة الميدانية بما يشكل في النهاية حلقة وصل بين جانبي الدراسة ، وقد خلصنا إلى صياغة الفرضيات الآتية والتي نتناول كل واحدة منها شقا أساسيا من مشكلة البحث.

الفرضية العامة:

يغلب عدم التزام المواطنين الصحفيين بأخلاقيات المهنة الصحفية من خلال المضامين المنشورة عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك.

الفرضيات الفرعية:

1- يغلب على صفحات الشبكات الإخبارية العربية تناول المضامين ذات الطابع السياسي والأمني أكثر من المواضيع الأخرى.

مؤشراتها:

- التنوع
 - الفورية
 - عدم التوازن
- 2- يغلب على المواطن الصحفي الناشط عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية عدم الالتزام الأخلاقي بقواعد الكتابة والتحرير الصحفي.

مؤشراتها:

- الدقة
 - الموضوعية
 - التجاذب الإيديولوجي
- 3- لا يحترم المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع.

مؤشراتها:

- الفاعلية الاجتماعية
 - افتراضية الخلفية التشاركية
 - عدم احترام آداب وقيم المجتمع.
- 4- لا يحترم المواطن الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية الناشطة عبر موقع الفيس بوك الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد.

- التدخل في خصوصية الأفراد
 - القذف والسب والتجريح
 - حماية السمعة من التشهير
- 5- تساهم المعايير التقنية والتكنولوجية في التزام المواطنين الصحفيين المشرفين على صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك بأخلاقيات المهنة الصحفية.

مؤشراتها:

- التحرير الإلكتروني.
- الاختصار (Keep It Short).
- الربط (Link It).
- التفاعلية (التعليق، الإعجاب).
- استخدام الوسائط المتعددة.
- نظام الخوارزمية.

- نظام التصويت.
- الذكاء الجماعي.
- الميثاق المهني الالكتروني الداخلي.

دليل التعريف الإجرائي للفئات:

فئات التحليل ووحداته:

قمنا بتحديد فئات التحليل الرئيسية والفرعية بعد الاطلاع على الصفحات عينة الدراسة وكذا شبكات التحليل الخاصة بتحليل هذا النوع من المواقع وتكبييفها مع إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وفروضها وتتمثل فئات التحليل في ما يلي:

- 1- فئة المحتوى: وتتعلق بكل المحتويات والمواد التي يتم نشرها عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفيس بوك وتقسم هذه الفئة إلى الفئات الفرعية الآتية:
 - 1-1- نوع الموضوعات المنشورة حسب النطاق الجغرافي: (محلي، عربي، دولي)
 - 1-2- نوع الموضوعات المنشورة حسب التقسيم الموضوعي: سياسية، اجتماعية، أمنية، اقتصادية، ثقافية، دينية.

2- فئة أهداف المحتوى: وتتضمن هذه الفئة طبيعة الأهداف التي تسعى الشبكات الإخبارية العربية إلى تحقيقها من خلال المواد والمحتويات التي يتم نشرها بواسطة المواطنين الصحفيين وتشمل المؤشرات التالية: إنتاج المحتوى ومشاركة المعلومات والأخبار، نقد المشاكل والظواهر الاجتماعية المختلفة، كشف التجاوزات وإظهار الحقائق، مناقشة القضايا والموضوعات السياسية والأمنية بكل حرية وموضوعية.

3- فئة الأخلاقيات المهنية: وتشمل هذه الفئة كل الأخلاقيات والمعايير المهنية التي يتوجب على المواطنين الصحفيين الالتزام بها عند تقديم ونشر المحتويات والمضامين عبر صفحات الشبكات الإخبارية وتشمل الفئات التالية:

3-1- فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي المجتمع: وتتمثل في مجمل القيم الأخلاقية التي يتوجب على المواطن الصحفي الالتزام بها بغية حماية مجتمعه والحفاظ على وحدته وتماسكه وتشمل المؤشرات التالية:

- الفاعلية الاجتماعية: أي أن المواطن الصحفي عبر صفحات الشبكات الإخبارية يكون فاعلا ويكون له موقفا متقدما من مشاكل الواقع المعقدة كلما كان حاضرا في فضاء الصفحة، ويتفاعل مع الأحداث والقضايا بنظرة نقدية، حيث ينتقد مشكلات المجتمع الذي يعيش فيه، ويكشف بعض التجاوزات من خلال نشر المحتويات باستمرار.

- الخلفية التشاركية: والمراد بها مشاركة المواطنين الصحفيين في صياغة وبناء المحتوى بطريقة تشاركية ونشره عبر مختلف المنافذ التي تتيحها الصفحة.

3-2- فئة الأخلاقيات المهنية التي تحمي الأفراد: وتضم مجموع الضوابط والأخلاقيات التي لا يلتزم بها المواطنين الصحفيين ويؤدي تجاوزها للمساس بخصوصية الأفراد وتعرضهم للقفز والسب والتشهير وتشمل المؤشرات التالية:

- التدخل في الخصوصية

- القذف والسب والتجريح

- التشهير

3-3- فئة قواعد الكتابة والتحرير الصحفي: وتشمل هذه الفئة المعايير والأخلاقيات المهنية التي من الضروري أن يكون المواطن الصحفي ملما بها وهي المعايير التي تدخل في صميم أخلاقيات الممارسة الإعلامية وتشمل هذه الفئة الفئات الفرعية التالية:

3-3-1- فئة التجاذب الإيديولوجي: وتشمل هذه الفئة المصادر الإخبارية الأساسية التي تعتمد عليها صفحات الشبكات الإخبارية العربية ومدى اعتمادها على المعلومات المستقاة من وسائل الإعلام التقليدية، وقيامها بعملية الغرلة وإعادة صياغة المحتوى ليعاد نشرة مرة أخرى أين يتم التعليق عليه وإبداء الرأي بشأنه.

3-3-2- فئة الموضوعية: وتخص هذه الفئة التزام مبدأ الحياد حيال الموضوعات المنشورة من قبل المواطنين الصحفيين وعدم التحيز لطرف معين على حساب طرف آخر سواء بالحذف أو بتغيب الحقائق والمعلومات حيث تتضمن هذه الفئة العديد من المؤشرات نذكر منها: عدم الحذف وتغيب الحقائق والمعلومات، عدم الانحياز في اختيار المصادر، عدم الانحياز باستخدام مصطلحات وتعريفات خاطئة، عدم تقديم الرأي كخبر، عدم التحيز بسبب نقص السياق (عدم تقديم خلفيات القصة الإخبارية)، عدم الانحياز بعدم توافق العنوان مع النص.

3-3-3- فئة الدقة: وتتناول هذه الفئة جمع المعلومات والتفاصيل حول الخبر قبل نشره من قبل المواطنين الصحفيين الذين يديرون الصفحات وتحري الدقة في اختيار المعلومات المستقاة للنشر عبر الصفحة ومن مؤشرات هذه الفئة: ذكر التواريخ، الأماكن، الشخصيات، المصادر، الأرقام والإحصائيات.

ثانيا / فئات الشكل (كيف قيل): وتشمل طريقة وشكل عرض المحتويات عبر الصفحات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفايس بوك من حيث التصميم والإخراج، آليات التوجيه والتصفح، أدوات الاتصال وكذا الخدمات التقنية المقدمة وغيرها حيث تم اعتماد شبكات تحليل الخاصة بمواقع الشبكات الاجتماعية بعد تكييفها مع متغيرات الدراسة وتساؤلاتها، وتتوزع فئات الشكل كالتالي:

1- فئة البيانات العامة: وتضم هذه الفئة تاريخ إنشاء الصفحة الرابط الخاص بها وكذا الشعار النصي لها.

2- فئة تصميم وإخراج الصفحة: وتتناول هذه الفئة الصفحات عينة الدراسة التحليلية من خلال التصميم والإخراج والذي يتضمن:

2-1- موقع اللافتة في الصفحة: (وسط رأس الصفحة، يمين رأس الصفحة، يسار رأس الصفحة، أسفل الصفحة)

2-2- المعالجة الجرافيكية للافتة من حيث المساحة واللون.

2-3- فئة الرمز (logo)

2-4- تصميم الصفحة من حيث عناصر: الجاذبية ، الصور، الصور المتحركة، الفيديو، الفيديو المباشر، الروابط التشعبية مخطط الموقع، شرائط الإبحار).

2-5- فئة العنق: وهو الحيز الفاصل بين رأس وجسم الصفحة والمراد به معرفة حالة العنق في صفحات شبكات الإخبارية من حيث توزيعه وتشكله.

3- فئة الولوج: ويقصد بها الوصول إلى الموقع أو الصفحة (إمكانية التحقق من صحة إنشاء الحساب بواسطة عنوان بريد الكتروني صالح أو رقم هاتف).

4- فئة أداة الاتصال: وتخص هذه الفئة تحديد طبيعة الصفحة ونمط التواصل الاجتماعي الذي تقوم به (مجموعة عامة، مجموعة مغلقة، شبكة أصدقاء، حساب شخصي)

5- فئة اللغة المستخدمة: وتتضمن هذه الفئة طبيعة اللغة التي يتم توظيفها واستخدامها في إنشاء ونشر المحتوى عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية عينة الدراسة.

6- فئة توظيف الصور: وتشمل هذه الفئة طبيعة الصور التي يتم توظيفها وذلك من حيث احترامها للمعايير والأخلاقيات المهنية من حيث احترام حقوق الملكية الفكرية بذكر مصدر الصورة، عدم المساس بالقيم الأخلاقية المجتمعية والفردية.

7- فئة القالب: والمقصود بهذه الفئة سلامة اللغة، حجم النصوص، نوع الخط، حجم الخط، لون الخط.

8- فئة القرافيزم: وتتناول هذه الفئة مدى انسجام الصور مع النصوص والمحتويات التي ينتجها المواطنين الصحفيين، صفحة مثالية للعين، عدد الألوان، تناسق الألوان والقوالب.

9- فئة التوجيه والتصفيح : وتخص هذه الفئة العديد من الجوانب مثل مخطط الموقع شرائط الإبحار توافق النتائج مع عملية البحث نظام المؤشرات.

10- فئة الخدمات التقنية: وتتضمن هذه الفئة مختلف الخدمات التقنية التي تتيحها صفحات الشبكات الإخبارية العربية الناشطة عبر موقع الفاييس بوك وذلك من حيث وسائل التواصل ونشر المعطيات، روابط تحيل إلى مواقع شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى والمدونات، خدمة Rss خدمة الأجنحة الأحداث والتواريخ، نظام التصويت ، التسجيل في الأحداث أو في مجموعات الاهتمام التعليق على المنشورات، المساهمة في إنشاء المحتوى - مادة منشورة صور فيديو هات -.

11- فئة الخصوصية: وتشمل هذه الفئة إعدادات الخصوصية الخاصة بالصفحة وكيفية حماية المعطيات والبيانات والمحتوى بشكل عام من طرف المواطنين الصحفيين المشرفين على الصفحات وتشمل المؤشرات التالية: مراقبة المحتويات والعناصر وضبط الولوج إليها من طرف الجمهور العام، مراقبة التعليقات والصور التي ينشرها الجمهور وتحديد مضمونها، إخفاء المعلومات أو إبرازها بغرض المسؤولية وحماية الملكية الفكرية للمحتوى (نصوص صور فيديو هات).

- **الذكاء الجماعي:** وهي آلية يستخدمها المشرفين على الصفحات والمواقع بغرض التهذيب الجماعي للمعلومات ونشرها بشكل تشاركي حيث يمكن فتح المجال للجمهور العام بغرض التفاعل وتطوير المضمون .

الاختصار Keep It Short: والمراد به اختصار المعلومات أثناء الكتابة والتحرير الإلكتروني لصفحات الشبكات الإخبارية بغية تقديم مادة تحريرية مختصرة وبدون إطباب .

الربط Link It: وهي محاولة ربط المعلومات التي ينتجها الصحفيين المواطنين عبر صفحات الشبكات الإخبارية العربية والتي يتم تقديمها للجمهور بالمعلومات الأخرى، سواء داخل الصفحة أو على الشبكة.

نظام التصويت: وهي إستراتيجية مميزة للوالب الاجتماعيه حيث يتم تشجيع المستخدمين للمشاركة وإبداء آرائهم وإعطاء تقديراتهم حول المحتويات التي يتم نشرها عبر صفحات الشبكات الإخبارية من خلال التصويت التقييم وإعادة إرسال المحتوى.

نظام الخوارزمية: وهي عبارة عن أداة تقنية يتم من خلالها تدعيم الارتباط بين المساهمات التي يقدمها المواطنين الصحفيين والمتمثلة في المحتوى المقدم عبر المواقع والصفحات، وكذا مصادر المعلومات المختلفة عبر الشبكة بما يعزز صحة المحتوى وبالتالي مصداقيته .

○ وحدات التحليل:

اعتمدت الباحثة وحدة الزمن وهي الدقيقة بالنسبة لعنصر الفيديو هات التي يتم نشرها عبر الشبكات الإخبارية العربية بالإضافة إلى وحدة المساحة فيما يخص الصور المنشورة. (وحدة المساحة هي البيكسل) كما تم اعتماد وحدة الموضوع بشكل عام للتحليل والقياس.

أهم الملاحظات:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Kihal Fatiha
Documenting research in Journalism
An analytical descriptive study
A Thesis Submitted for the PhD Degree
In media and communications sciences

Abstract:

The current study is to conduct a kind of inquiry and cognitive distance to explain the practice of the citizen journalism on the Arab world and to know how practitioners are committed to this new journalism pattern of citizen journalists, amateurs and web-based journalists active on Facebook's news networks with the ethics of the journalistic profession. In addition, we tried to determine the extent to which technical and technological standards are used, which complement the ethical, professional and legal disciplines required by the new media in general and the citizen journalism in particular.

In order for the current study to be complete and consistent in its methodological construction, we adopted the descriptive and analytical approach in reaching the results and answering questions and hypotheses by dividing the study into two main parts, one analytical and the other practical. After adapting them to the requirements of the study as well as analyzing the content of a sample of news networks' pages active through the "Facebook" website, which were selected in time by the circular systematic random sampling method, while the source sample consisted of three news networks that were selected according to the available sample type.

With regard to the practical aspect, we adopted an electronic questionnaire to monitor the opinions and orientations of Arab professional journalists about the extent of the citizen journalists supervising the aforementioned news networks' commitment to the ethics of the journalistic profession, where the electronic questionnaire was distributed according to the snowball sample.

The study led to the following results:

- The pages of studied news networks respect the ethics of the profession by employing images .
- The privacy settings of the pages of the studied news networks are not well controlled, especially in terms of monitoring the published contents and controlling access to them by the general public, and comments on posts that harm the privacy of individuals .
- **Sham** and the Egyptian **Rassd** News Networks adhere to indicators of accuracy, and the most committed Sham news network is considered objective indicators.

Keywords: ethics, professional ethics, journalistic ethics, citizen journalism.