

المضامين الإعلامية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بين احترام أخلاقيات النشر، والسعي
لإثارة الجماهير

Contents of social media between the Respect of ethics and
manipulation of people

د. إبراهيم بعزیز، جامعة الجزائر - 3، الجزائر.

تاريخ التسليم: (2016/03/08)، تاريخ القبول: (2017/03/23)

Abstract :

: 1112

The purpose of this paper is to highlight the implications of new media contents, In terms of ethics, values and moral principles. especially in this era, where a citizen (a user) can produce and publish contents, on his personal page and electronic site, or by sending it to channels and media institutions. a number of new applications and electronic sites appeared in last few years. they permit to produce and publish different kinds of media content (text, picture, video...).

Some of these contents submitted to principles and criteria of publishing, in contrast, many individual seek to become a famous person, by manipulating people and attracting the attention of mediatic and political circles. Several issues and problematic, such as principles and moral values of edition, journalism, and the credibility of contents, and some other themes are examined and analysed in this article.

Keywords : internet, contents, edition ethics, public

تحاول هذه الورقة العلمية أن تسلط الضوء على بعض الجوانب الأخلاقية والقيمية المتعلقة بمضامين لصحافة الالكترونية أو الإعلام الجديد. خاصة في هذا العصر الذي أصبح فيه المواطن أو المستعمل ندرا على إنتاج محتويات إعلامية ونشرها سواء ل فردي في صفحة أو موقع أو منتدى، أو إرسالها لتنتشر عبر الفضائيات والمؤسسات الإعلامية. وقد ظهرت في السنوات الأخيرة العديد من المواقع والتطبيقات الالكترونية الجديدة، التي تسمح بإنتاج مختلف المضامين (المكتوبة، السمعية البصرية)، ونشرها. ورغم أن من هذه المضامين يخضع لمعايير وآداب النشر، إلا أن نسبة كبيرة منها يهدف فقط لقياس الشهرة، من خلال إثارة الجماهير، وجلب اهتمام الأوساط السياسية والإعلامية. إن هذا التغير حصل في البيئة الإعلامية، يجعل العديد من القضايا والإشكاليات المرتبطة بأخلاقيات النشر، وقيم مهنة الصحافة، مصداقية ودقة المضامين، حقوق التأليف، وغيرها من المواضيع تبرز وتطفو على السطح، وهو ما استرعى انتباهنا، وجعلنا نخضع هذه الجوانب لمجهر الدراسة والتحليل في هذه الدراسة.

الكلمات المفتاحية: شبكة الانترنت، المضامين، أخلاقيات النشر، الجمهور.

مقدمة:

هدت الساحة الإعلامية في السنوات القليلة الأخيرة، مجموعة من التطورات والتغيرات، سواء على مستوى الوسائل والتقنيات الاتصالية، أو على مستوى الأطراف الفاعلة والمشاركة في العملية الاتصالية، فقد اتسعت البيئة الاتصالية بشكل مطرد، أفضى إلى ميلاد وبروز عدد كبير من الفضاءات الاتصالية الجديدة، أفرزتها التطورات الحاصلة بالخصوص في تطبيقات ومواقع شبكة الانترنت، وفي أجهزة التصوير والتسجيل والتواصل بين الأفراد.

وقد صاحب هذه الارتفاع المتنامي في قنوات الاتصال والتفاعل، تزايد متواصل في عدد المستعملين لهذه الفضاءات الاتصالية الجديدة، التي شكلت ما أصبح يعرف اليوم في الأوساط الأكاديمية الإعلامية بالإعلام الجديد (new media)، أو صحافة المواطن (citizen journalism)، الذي ينتج محتواه، في غالبية الأحيان، المواطنون الهواة، والمهتمون ببعض القضايا (المجتمعية، السياسية... الخ)، أو الذين اجدون في أماكن حدوث بعض الوقائع، فينقلون هذه الأحداث باعتبارهم شاهدي عين عليها، وقد لاحظنا كيف أصبحت تعتمد الفضائيات والقنوات الإعلامية على هذه المضامين في تغطياتها اليومية لمختلف الأحداث.

ولهذا فقد ازدادت نسبة المضامين التي ينتجها الأفراد بشكل كبير، سواء لتنتشر عبر القنوات والوسائل الإعلامية التقليدية، أو عبر المواقع والتطبيقات الالكترونية الجديدة، كمواقع التشبيك الاجتماعي، ومواقع بث تسجيلات الفيديو، المدونات الالكترونية، ومنتديات المحادثة الالكترونية... الخ. وكنتيجة لانتشار هذه نامين وتداولها بين الأفراد المستعملين أو في الأوساط الإعلامية، برزت عدة إشكاليات طرحها الباحثون والمهتمون بهذا الشأن، على غرار حقوق المؤلف، وأخلاقيات النشر وآداب الصحافة، ومدى دقة هذه المضامين المنشورة وخضوعها لمعايير المصادقية. وسنحاول من خلال هذه الورقة أن نناقش هذه الزوايا والإشكاليات.

1 - مفهوم الإعلام الجديد:

يقصد بالإعلام الجديد (new media) كل وسائل الاتصال الجديدة والتطبيقات الحديثة المستعملة في مجال الإعلام والاتصال، والتي ارتبط ظهورها بشبكة الانترنت، حيث أن هذه الأخيرة قد تطورت خدماتها وتطبيقاتها ومواقعها، وأخذت عدة أشكال وأنواع، وازداد عدد مستعمليها بشكل مذهل فاق حتى مستعملي وسائل الإعلام التقليدية، ولذلك أصبح بعض الكتاب والمختصين يطلق عليها وسائل الإعلام الاجتماعية (social media)، وهي عبارة عن مواقع وتطبيقات يستعملها الأفراد سواء لبناء علاقات

ية، والتواصل مع الآخرين، أو لإنتاج مضامين إعلامية، قد تكون تسجيلات، صور، مقالات...الخ.

وقد راجت عدة تسميات ومصطلحات تستخدم لأداء نفس المعنى تقريبا، مثل صحافة المواطن، صحافة الانترنت، الصحافة الالكترونية، الصحافة الشعبية... وغيرها من التسميات المتداولة في الأوساط الإعلامية والأكاديمية.

ويشمل الإعلام الجديد كل التطبيقات الاتصالية الجديدة والمواقع الالكترونية التي برزت مع الجيل الثاني شبكة الانترنت، مثل مواقع التواصل والتشبيك الاجتماعي، ومواقع النشر الجماعي، ومواقع بث تسجيلات الفيديو، مواقع الويكي (wiki) منتديات المحادثة الالكترونية، والمدونات الالكترونية (blogs)، وغالبا ما يقوم المواطنون العاديون أو الهواة بنشر مضامين هذه المواقع والتطبيقات. بالإضافة إلى الصحف الالكترونية والمواقع الإخبارية والبوابات الإعلامية التي يعمل فيها وينشر مضامينها إعلاميون وصحفيون محترفون.

2 - الجدول القائم حول الجوانب الأخلاقية للصحافة الالكترونية:

تعد قضية الأخلاقيات المهنية من الأمور الهامة في الصحافة بصفة عامة، وتزداد أهميتها بالخصوص في مختلف أشكال وتطبيقات الصحافة الالكترونية (Reynolds, 2010, p.3)، لاسيما مع الانتقادات الكثيرة الموجهة لها ولممارستها، كتلك المعلقة بانتهاك حقوق المؤلف وأعمال الغير، الغذف، مضامين تنتهك خصوصية الأفراد، وتلفيق التهم ونشر المعلومات غير الصحيحة سواء عن الحكومات أو الأشخاص العاديين أو الأنبياء عليهم السلام والرموز الدينية. فالهامش الكبير من الحرية الذي تتمتع به، وصعوبة ممارسة الرقابة عليها، يجعل من الموائيق والقواعد الأخلاقية ذات أهمية كبرى، لوحيدة التي تجعل الممارسين لصحافة المواطن يلتزمون بالآداب والقواعد المتعارف عليها في الإعلام، وتحفيزهم على عدم تجاوزها وانتهاكها. لأن الحرية الكبيرة التي تتمتع بها التطبيقات الالكترونية قد تجعل الأفراد ينشرون كل الأخبار دون إخضاعها للتحخيص والرقابة الذاتية، فيتناولونها بطريقة جريئة ومثيرة سعيا لتحقيق سبق الصحفي، دون الأخذ بعين الاعتبار انعكاساتها وتداعياتها فيما بعد. فقد تنشر معلومات تمس بالأمن العام وتهدد استقرار بلد معين. ولهذا فإنه "من الخطأ النظر إلى ظاهرة الصحافة الالكترونية كقافلة خير وكفى، فقد حملت معها الكثير من التحديات التي يمكن أن تعصف بالصحافة كمهنة سواء كانت تقليدية أو الكترونية، وفي مقدمة هذه التحديات قضية الأخلاقيات في الصحافة الالكترونية، وهو جانب سلبي في هذا النوع من الصحافة حتى الآن، فعمليات السطو على حقوق التأليف

والنشر الخاصة بالآخرين على قدم وساق، والمصادقية و الثقة في كثير مما يتم تناوله من أخبار ومعلومات عبر هذا النوع من الصحافة محل شك (منير سليمان، 2008، ص 17).

ضافة إلى الكثير من المضامين التي تسيء للعقائد والثقافات... الخ. ولذلك "فقد تعاضمت لميثاق يحدد أخلاقيات المهنة في عصر تراجعت فيه ثقة الجمهور في الصحافة (Osborn, 2001, P.3)"، بسبب الأخبار والمعلومات الكثيرة غير صحيحة و المزيفة بالكامل، وهو ما ناهم بالفعل في زعزعة ثقة الجماهير واهتزت مصداقية الوسائل الإعلامية بصفة عامة، ووسائل وتطبيقات الإعلام الجديد بصفة خاصة.

"إن استحضار مسألة الضوابط الأخلاقية تثير بحق وباستمرار تساؤلات حول ما يمكن أن يكون للأخلاقيات المهنية (بالتوازي مع الانعكاسات القانونية) من آثار على الممارسة الحرة لوسائل الإعلام التقليدية أو الجديدة من جهة، وعلى مبدأ حرية التعبير المقدس من جهة أخرى. وإذا استثنينا بعض الأصوات الفردية الهامشية وغير المعنية في الحقيقة بعالم وسائل الإعلام، فإنه يمكننا القول بأن هناك إجماعاً دولياً حول ضرورة احترام هذه الضوابط أو هذا الشرط المتمثل في إقرار "مدونة سلوك (النجار وناجي، 2005، ص 155)؛ تكون قادرة على ضبط قواعد الممارسة الإعلامية وآدابها، في عالم يمكن أن يكون فيه أي شخص صحفياً وناشراً لمضامين متعددة، وفي عصر انتشرت فيه التطبيقات الإتصالية المتعددة الأشكال، متيحة فرصة لكل شخص لكتابة وبث مواد إعلامية بالصوت والصورة.

ناقشت الجمعيات والهيئات الصحفية والاتحادات المختلفة (كاتحادات كتاب الانترنت، والمدونين...) ل ضرورة وضع ميثاق شرف يحتوي على مجموعة من القواعد الأخلاقية والآداب الواجب احترامها من طرف المدونين والمشتغلين في الصحافة الالكترونية بصفة عامة. فأمام "الثورة الحالية التي تشهدها الوسائل التعبيرية التقنية نتيجة استخدام تكنولوجيات المعلومات والاتصال الجديدة، لم تهن عزيمة الأسرة الدولية الإعلامية والصحافية عن مواكبة هذه التحولات المذهلة والمعقدة التي طرأت على رهانها الرئيسي المتمثل في حرية التعبير، وذلك بإعادة طرح سجلات الأخلاقيات والضوابط المهنية والتفكير فيها أثناء الأزمة ذاتها. وذلك بالرغم من أن هذا العمل يشكل تحدياً غير مسبوق باعتبار ما أحدثته هذه الوسائل الجديدة من طفرة جماهيرية غير متوقعة تستحيل السيطرة عليها وتنظيمها. وذلك بعدما كان عالم وسائل الإعلام، خلال فترة ما قبل العهد التكنولوجي الجديد، قادراً على إبقاء تلك الجماهير بعيداً عن مجال نشاطه ووسائله ومواقع صناعة المعلومة والكلمة وتوزيعها أو نشرها (النجار، وناجي، 2005، ص 165).

ويمكن القول أن المواثيق الأخلاقية لممارسة الصحافة الالكترونية لها أهمية كبيرة تفوق أهمية القوانين والتشريعات الردعية، خاصة وأن مضامين تطبيقات الاتصال الجديدة من الصعب ممارسة رقابة الردع مع ناشريها، وبالتالي فإن التحفيز بمواثيق الأخلاقيات والآداب من الأمور الناجعة جدا لتجنب الممارسات اللاأخلاقية، فينبغي أن يتم حثهم على التحلي بروح المسؤولية والالتزام ولو بحد أدنى من الأعراف والآداب، وممارسة رقابة ذاتية على المضامين التي ينشرونها، والتي من شأنها أن تحدث نتائج غير محمودة العواقب، كما قد تسبب لطرف أو ثقافة أو مجتمع معين.

3 - إشكالية المصادقية في مضامين الإعلام الجديد:

نظرا إلى العدد الكبير من المعلومات المنشورة عبر شبكة الانترنت من طرف الأفراد، ونظرا إلى الدعاية والشائعات والمعلومات الكثيرة غير الدقيقة، يطرح كثير من المؤلفين إشكالية مصادقية ما ينشر على الشبكة، وبالأخص ما ينشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقات صحافة المواطن، "فهناك جدل مستمر حول أهلية هذا النوع كصحافة حقيقية على خلفية عدم مصادقية المحتوى وعدم وجود جهاز تحريري متخصص يعمل فيها (مصطفى صادق، 2005، ص18)". وهو ما جعل بعضهم يعتبر الانترنت سيلة لا تخضع لأخلاقيات مهنة الصحافة والنشر. ول الكاتب الإيطالي المشهور "أمبرتو إيكو": الانترنت يخبرك بكل شيء ولا يخبرك بأن هذه المعلومة صحيحة أو غير صحيحة (الفلاح، 2007، ص14)، وهو يشير إلى صعوبة تحديد مصادقية ما ينشر على الشبكة العنكبوتية. ويشير الدكتور "محمد القضاة" إلى أنه تم طرح قضية مصادقية الصحافة الالكترونية في كثير من الحوارات، كما تطرح تساؤلات حول ضياع الحقيقة في ركاز الترويج والتزيق والآراء الكثيرة غير المضبوطة، وهي أسئلة تضع الصحافة الالكترونية أمام مسؤوليتها ومدى مصادقيتها مقارنة بالصحافة المكتوبة اليومية والأسبوعية التي تتوخى الدقة والمهنية العالية في أخبارها وأطروحاتها، فهل تمارس الصحافة الالكترونية دورها بشفافية ومهنية وواقعية؟ أم أنها تلهث وراء المفبركات والعناوين العريضة والمهيجات والإثارات والآراء غير الناضجة؟ أم أنها تبحث عن الشهرة والكسب غير المشروع؟ أم أنها بدأت تغرق في الفتن والتشويه وقلب الموازين؟ أم أنها تغلب الباطل على الحق؟ أم أننا نتحامل عليها وبالتالي لم يعد بمقدورنا مساندة هذا التطور السريع في عالم الصحافة الجديدة التي لا تقبل الانتظار وقلم الرقيب وغيرها من الآراء التقليدية التي لا مجال لها في التجليات الجيدة للحياة؟

(القضاة، 2009، ص15). وعليه يبدو أن الغموض لا يزال يلف ما ينشر على الشبكة، ولأزال العديد من الناس لا يتقنون فيه، وهو ما يجعلهم ربما يلجأون إلى ما هو مكتوب بحثا عن الدقة والمعلومات الصحيحة والموثوقة. ولذلك فإن " حول مصادقية صحافة المواطن سوف يستمر في

المستقبل (MacKinnon, 2007, p.12)، خاصة مع التطورات المستمرة للتطبيقات الإعلامية المختلفة شبكة الانترنت، ولاسيما مع الاعتماد المتزايد عليها من طرف القراء وحتى الإعلاميين. وعليه فإن "در العديدة التي ترتبت عن صحافة المواطن، أعادت طرح قضية كانت في البدايات الأولى للصحافة، وهي معرفة ما هي المصادر الموثوقة (Kilman et Pecquerie, 2007, p.12)". هذا أنت كذلك تطبيقات صحافة المواطن "حل نقد من الصحافة المحترفة بافتراق الموضوعية عنها بعدها عن المهنية، وتعبيرها عن الذات أكثر من الموضوع، كما أنها لا تخضع لمعايير مهنية أو أخلاقية، بل تتجاوز القانون ولا تعتد به، فضلا عن كونها لا تتمتع بجهاز تحريري يميز بين الصحيح والخطأ، بما في ذلك الكتابة واللغة، ويلخص فينسنت ماهر (vincent maher) عدة نقاط ضعف في صحافة المواطن، وأطلق عليها three deadly E's وهو يشير لأوائل الأخلاق ethics والاقتصاد economics ومدخل نظرية المعرفة epistemology، وهي الجوانب التي تمثل غموضا وتاخلا وهشاشة في صحافة المواطن (مصطفى صادق، 2008، ص184). وعليه فإن جانبا مهما من الانتقادات وجهت من طرف وسائل الإعلام التقليدية، التي اعتبرت هذه التطبيقات الجديدة غير ذات قيمة، ولا تنقل أي معلومة جدية. وما تجره لا يعدو أن يكون سوى تعاليق أو نزوات دون الحديث عن الثلب والشتائم (النجار، وناجي، 2005، ص118).

ولكن رغم كل هذه الانتقادات ورغم ما يقال حول مدى مصداقية الانترنت وما ينشر عبرها، إلا أن هناك ما يؤكد وجود مصداقية إلى حد ما، ووجود بعض العوامل التي تمكن القارئ، من التأكد من صحة خبر معين، كوجود روابط لمصادر أخرى، تحليل القارئ مباشرة إلى مصدر الخبر، كما أن المقال نجده أحيانا مرفقا بأرشيف يمنح خلفية تاريخية للموضوع، تشمل عددا كبيرا من النصوص حول الموضوع والتسجيلات المصورة، كما يمكن للانترنت أن تمزج بين الصحف والفضائيات والإذاعات ووكالات الأنباء، واضعة بذلك حدا لأحادية المصدر، أي أن الخبر ينقل عبر كل هذه الوسائل الإعلامية مجتمعة، شيء الذي يعزز مصداقية المضمون الإلكتروني من خلال تعدد مصادره ووسائله ووسائطه. فتنقية ميديا تقدم مضامين إعلامية مرفقة بالصور والصوت وأفلام فيديو مسجلة، وهو ما يعطي لهذا المحتوى مصداقية إلى حد بعيد، فليس هناك ما هو أصدق من الصورة ولا سيما الحية منها. بالإضافة أن اعتراف بعض الهيئات الحكومية بالصحفيين المواطنين في بعض الدول، وقيام النقابات والجمعيات الصحفية بضمهم إليها ومنحهم تكريمات وجوائز، يعد نوعا من أنواع منح الثقة والمصداقية لهم. مثلا "أثناء الانتخابات الأمريكية 2004 أصدر الحزبان الديمقراطي والجمهوري أوراق اعتماد صحفية

إلى المدونين (bloggers) لتغطية مؤتمرات ونشاطات الحزبين، مما يؤثر وقتها إلى مستوى جديد من التأثير والمصداقية للصحفيين غير التقليديين (مصطفى صادق، 2008، ص 187).

كما أن محاولة تحقيق النجاح للمواقع والتطبيقات الالكترونية، وسعيها لجلب القراء والمعلنين، هو العامل الذي يجعل صاحبها يتحرى الصدق والدقة والمهنية، كي لا يفقد جمهوره ومعلنه، خاصة في عصر الانفتاح الإعلامي، وفي عصر تعدد التقنيات والتطبيقات الإعلامية على الشبكة والمتاحة لكل الأفراد والمؤسسات دون استثناء، لبث ونشر مضامين إعلامية. ولهذا فإن التطبيقات والمواقع الالكترونية يطمح لامتلاك مكانة مرموقة بين الكم الهائل من وسائل الإعلام الثقيلة والخفيفة، وفي ساحة إعلامية تعج بالمواقع الإخبارية والتطبيقات الإتصالية العديدة، لا بد لها وأن تتأشد المصداقية وتحترم الأخلاقيات المهنية وتلتزم بقواعدها، باعتبارها العامل الأساسي الذي يحدد نجاح أي وسيلة إعلامية، والذي يجلب الجماهير والمعلنين. وهذا ما يجعل الصحفيين الإلكترونيين "يصارعون من أجل المصداقية لأن الكثير ممن يكتبون وينشرون على الواب (web)، ليسوا أشخاصا مختصين ومتدربين في مجال الإعلام والصحافة، ولذلك فهم يسعون جاهدين لتحرير الدقة (Osborn, 2001, p. P08)، في ظل هذه الظروف التي تتسم بالوفرة المعلوماتية الكبيرة. يقول في هذا المضمار 'عاصم العابد': 'إن هذه السلطة الجديدة (يقصد الصحافة الالكترونية التي سماها بالسلطة الخامسة)، تعرف ما لها وما عليها، وتعرف أن المصداقية هي ركن متين من أركان قوتها ومنعتها ورسوخها، وتعرف أهمية تطوير بنيتها المهنية الداخلية، وتعزيز تقاليد الدقة والحيادية والنقص والتقيب والتحقيق الصحفي، وتعرف أن ما تنشره سريع الانتشار، فهي مواقع مقروءة في كل العالم (العابد، 2009، ص 12).

ثم إن مسألة المصداقية ليست مرتبطة فقط بالصحافة الالكترونية، فحتى الصحافة التقليدية تعاني نفس الاتهامات، التي أدت إلى التشكيك في ما يتم نقله وتقديمه للجماهير على غرار الصحافة الالكترونية. فمثل هذه الاتهامات كانت توجه من قبل لوسائل الإعلام التقليدية. كما أن كثير من المواقع والصحف الالكترونية تتهم لأنها كشفت حقائق ومعلومات صحيحة خفيت على وسائل الإعلام الأخرى، أو تغافلت عنها مثل جرائم حرب العراق، غوانتانامو (صالح، 2007، ص 299). فهناك الكثير من الاستطلاعات أجرتها مؤسسات علمية، بينت أن هناك أعدادا متزايدة من الجمهور أصبحوا لا يصدقون الصحافة ولا يثقون في المعلومات التي تقدمها، لاعتقادهم أن الصحفيين أصبحوا جزءا من اللعبة السياسية، وأوضح استطلاع أجرته رابطة محرري الصحف الأمريكية أن 36 بالمئة من الشعب الأمريكي متقدرون أن وسائل الإعلام يتلاعب بها الأقوياء، وأن الصحفيين ووسائل الإعلام جزء من اللعبة التي تستهدف السيطرة على الرأي العام وتشكيل الشؤون العامة، ويوضح استطلاع أجرته مؤسسة بيو (pew)،

عام 1996م أن 74 لجمهور يعتقدون أن وسائل الإعلام متحيزة سياسياً (صالح، 2007، ص147)، وهذا بسبب ملكيتها التي تعود في الغالب إلى الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى، والمتحالفة مع القوى السياسية في العالم. "يرى البعض أن نكتل الإعلام والطابع التجاري في ضمون الإعلام يدفع مستوى الصحافة إلى التدني (شفيق، 2008، ص52). كما "بين استطلاع أجراه مركز دراسات حرية الإعلام أن 88 بالمئة من الجمهور يعتقدون أن الصحفيين غالباً ما يستخدمون تكتيكات غير أخلاقية وغير قانونية في الحصول على القصص الاستقصائية، وأن ثلاثة أرباع الجمهور يعتقدون أن الصحفيين يسرقون أفكار الآخرين، وأنهم يقومون بفكرة القصص وينشرونها على أساس أنها قصص حقيقية (صالح، 2007، ص148). مع مجيء الانترنت استمرت مصداقية وسائل الإعلام التقليدية في الانخفاض، بسبب تورطها مع إيديولوجيات وتيارات جديدة (Nambiar, 2004, p.20). وهذا ما يجعلنا نستنتج أن قضية المصداقية والالتزام بأخلاقيات المهنة الصحفية مطروحة كذلك بالنسبة للصحافة التقليدية، وليست محصورة فقط على الأشكال المختلفة للصحافة الالكترونية. وعليه فإن تطبيقات الصحافة الالكترونية رغم كونها لا تزال في مرحلة طفولتها، ورغم أن الجمهور المستعمل لا يزال غير واثق من مصداقية مصادرها، إلا أن الوقت سيجعلهم يتعودون على بعض الأسماء والمصادر، ويجعلهم يتقنون فيها (Pavlik, 2001, p.127)، خاصة تلك التي اكتسبت شهرة وشيوعاً بين الأفراد. فمن المعروف أن الشهرة تجعل الفرد أو الوسيلة ذات مصداقية مشهودة من الجميع، فكلما كانت الوسيلة الإعلامية معروفة ومشهورة كلما زادت مصداقيتها، فيتقبل الجمهور تقريباً كل ما تنقله هذه الوسائل، وهذا ما يحدث لطبقات صحافة المواطن أو بعضها، التي اشتهرت وشاع استعمالها من طرف الجمهور ووسائل الاعلام التقليدية، حتى أصبح ما تقدمه يحظى بمصداقية كبرى لديهم، مما أدى إلى تهافت الوسائل الإعلامية التقليدية لتتأثر ما تقدمه.

"كما أن الجمهور يثق في نظرائه من الأفراد الآخرين أكثر مما يثق في المحررين، ويعتمد عليهم في تحديد ما يقرأ. وتعتبر شهرة خدمة "المقالات الأكثر قراءة" و"الأكثر إرسالاً" أحسن مثال على ذلك، (الناس تجذبهم المقالات التي يقرأها الآخرون بدرجة أكثر) (Bowman and Wilis, 2003, P.59)، ولهذا نجد بعض القنوات تقدم في نهاية برامجها أكثر المقالات قراءة أو البرامج والتسجيلات مشاهدة عبر تطبيقاتها التفاعلية في موقعها الالكتروني، فكلما عرف المتلقي أن مادة إعلامية معينة لقيت نسبة معتبرة من المشاهدة والقراءة، كلما ازدادت رغبته في مشاهدتها، بدافع الفضول ومعرفة مضمونها الذي جلب عدداً كبيراً من الأفراد قبله. ومما يزيد كذلك من مصداقية تطبيقات صحافة المواطن، اعتماد وسائل الأخرى عليها كمصادر، سيما بعد أن أصبح يكتب فيها أكاديميون

وصحفيون (Ramachandran, 2006, p. 82) وأقلام مشهورة في الساحة الإعلامية والسياسية والثقافية. فقيام وسائل الإعلام بنقل مضامينها يعتبر بمثابة تشهير وإعلان لها، وبالتالي رفعا من درجة مصداقيتها لدى الجماهير.

الأخير، إذا كان ما تقدمه تطبيقات صحافة المواطن غير موثوق وتتقصه المصداقية، فإنها على الأقل تنبهنا وتجلب اهتمامنا لأحداث ووقائع وقضايا تستحق البحث والتغطية، فبعد أن تثير هذه التطبيقات قضية معينة، يقوم الصحفيون المحترفون بالاهتمام بها وتغطيتها، والتقصي حول حثاياتها. وعليه لو كانت مهمة الصحفيين المواطنين تكمن فقط في لفت الانتباه لقضايا معينة، لكانت مهمة ذات أهمية كبيرة، لأن تكوين الرأي العام وتوجيه اهتمامات الصحافة كاف بالنسبة للإعلام البديل، فهذا ما يطمح إليه غالبية الصحفيين المواطنين.

4 - الصحافة الالكترونية وإشكالية حقوق المؤلف:

أثار الاستعمال الكثيف والواسع لتطبيقات الصحافة الالكترونية من طرف الأفراد، إلى بروز مشكلة حقوق المؤلف والحقوق المجاورة، كما " نذرت تطبيقات المحتويات المنتجة من طرف الجمهور (UGC) دة إشكاليات أخلاقية، متعلقة بحقوق المؤلف (Lee, 2008, p.1459)، فطرحت عدة أسئلة في هذا السياق. فمن يمتلك حقوق المحتوى الذي ينتجه أفراد متعددون، هل الصحيفة أو الموقع هو المالك لهذه الحقوق أو أصحابها الذين أنتجوها، ثم ما هي القوانين التي يجب الاحتكام إليها في حالات وإشكاليات متعلقة بحقوق المؤلف، خاصة إذا علمنا أن هناك فراغ قانوني في هذا الشأن في غالبية الدول لاسيما المتخلفة منها. خاصة وأن كثير من تطبيقات صحافة المواطن والمواقع أصبحت نماذج اقتصادية وتجارية مربحة، فهل يستفيد المواطنون المشاركون من هذه الأرباح والمداخل، أم أن الموقع والمؤسسة المالكة هي التي تستحوذ عليها؟.

وقد حدث في مطلع سنة 2012 جدل سياسي كبير في الولايات المتحدة الأمريكية حول قضية الملكية الفكرية، المتعلقة بالمضامين التي تنشر عبر المواقع والتطبيقات الالكترونية الحديثة (خاصة عبر سبوك، يوتوب، ويكيبيديا)، التي يتم عبرها تحميل ونشر مضامين مختلفة، يتم تداولها بشكل كبير سواء بين الأفراد أو حتى بين المؤسسات، ونظرا إلى اندماج هذه التطبيقات ببعض المؤسسات الإعلامية، نلرا إلى انتعاش سوق الإعلانات عبر هذه التطبيقات، فقد احتدم النقاش بين القانونيين والإعلاميين والأكاديميين، حول الإشكاليات الأخلاقية والقانونية التي برزت. وقد دفعت هذه المشكلات الجديدة بعض الكتاب للتساؤل عن مستقبل ومصير ما يتم إنتاجه من مضامين وأفكار عبر شبكة الانترنت (Lessig,

(2001, P.134). التساؤل عن المالك الفعلي لحقوق تأليف هذه المضامين التي توصف بأنها تشاركية، أي أن عدة أفراد ساهموا في إنتاجها، مما يجعل حماية هذه الحقوق أمر صعب للغاية.

5 - مضامين الإعلام الجديد بين "الحتمية القيمية" و"الحتمية التكنولوجية":

من بين الأفكار التي جاء بها الكاتب والباحث "عبد الرحمان عزي"، فكرة "الحتمية القيمية" التي تواجه وتقابل "الحتمية التكنولوجية"، التي تكلم عنها "مارشال ماكلوهان" فيرى "عبد الرحمان عزي" "أن الرسالة هي القيم (بوعلی، 2005، ص48)" (عكس مقولة ماكلوهان "الوسيلة هي الرسالة") في أن المحتوى هو مهم وليس الوسيلة في حد ذاتها، والأفكار والمعارف والقيم التي تنشر أكثر أهمية من الوسيلة. فإذا كانت صحافة المواطن نتاج تطور تكنولوجي حتم علينا التعامل معه كواقع، فإن قيم جديدة تفرض علينا كذلك أن نتعامل معها كحتمية، وأن نجعلها تلازم بالضرورة المحتوى الإعلامي، على غرار المصادقية والدقة وصحة المعلومات والأخبار، وضرورة المراقبة الذاتية التي يملها الضمير قبل السلطة أو مالك الوسيلة.

وبالتالي فالوسيلة الإعلامية ليست فقط ما ينبغي أن نهتم به، فالمحتوى يلعب دورا كبيرا وغاية في الأهمية، وتعد تطبيقات صحافة المواطن ومساهمة الأفراد في المضامين أحسن مثال يبين أهمية المحتوى على الوسيلة. فنحن بحاجة إلى "تقنين قيمي" أو "إعطاء الطابع القيمي" لما ينتج من محتويات، إما من طرف الأفراد عبر الإعلام البديل، أو من طرف الإعلام تقليدي السائد، خاصة في ظل الصناعات الثقافية والمعلومات المسوقة و المتدفقة من الإعلام الغربي والدول المتقدمة، وهو الإعلام الذي لا يراعي طبيعة الثقافات وقيم الشعوب التي يتوجه إليها، فما يهيم هو الربح والمال أكثر من نشر القيم والمبادئ السامية. وحتى الإعلام المحلي أصبح ينساق كذلك وراء رغبات الجمهور التي تنقسم في الغالب بالسطحية والابتذال، والتركيز المفرط على عامل الترفيه أو التسلية على حساب القيم والمبادئ السامية التي ترتقي بالعقل وتسمو بالنفس البشرية. وخاصة مع التطور الكبير الذي عرفته تطبيقات الاتصال الجديدة، التي فتحت مجال النشر والإعلام أمام جماهير غير محدودة العدد، لا تلتزم في كثير من الأحيان بأداب النشر والإعلام، لكونها غير متخصصة في هذه الميادين والأنشطة الجديدة، مما يجعل القيم والأخلاقيات من آخر اهتمامات هؤلاء الإعلاميين الجدد. ولهذا فإن الحتمية القيمية يجب أن تصاحب التطور التكنولوجي، وتقنيات الإعلام البديل وتطورها السريع يؤكد أسبقية وأهمية العامل القيمي على العامل التكنولوجي.

وعليه فإن "القيمة حتمية ضرورية عند دراسة الإعلام، وكلما اقترنت القيمة بالإعلام كلما كان التأثير إيجابيا على المجتمع، وكلما ابتعد الإعلام عن القيمة أو تناقض معها كلما كان التأثير سلبيا (بوعلی، 2005، ص48). وما يعرفه الإعلام حاليا من أزمة ثقة ونقص الاحترام لدى الجمهور، ما

إلا نتيجة ابتعاده عن قيم الصدق والموضوعية، وعدم تجنب الكذب والتضليل. وهذا ما أفضى إلى تسطيح ثقافة الأفراد وإخماد وعيهم. وإذا كان هذا الواقع في الإعلام عموماً، فإنه يزداد حدة في الوسائل السمعية البصرية. وحسب "عبد الرحمان عزي" فقد "أوقف المرئي الارتقاء في مجال الثقافة إلى حين، وأحدث قطيعة ابستمولوجية مع روح الثقافة وارتباطاتها بالقيمة خاصة (عزي، 2009، ص 12)، بالإضافة إلى "منع الإنسان والمجتمع من إمكانية تغيير الوضع (عزي، 2009، ص 30)، والاستسلام للثقافة السائدة بين الأفراد. و"تبيين العديد من الدراسات الأمبريقية أن كثرة مشاهدة التلفزيون تضعف القدرة على التفكير الكسل الذهني، بل إن هناك من أشار إلى أن هذه الثقافة السمعية البصرية تضعف الجانب الأيسر من الدماغ الذي يقوم بعملية التحليل والتنظير وتقوي الجانب الأيمن المتعلق باستقبال المعلومات ليس إلا (عزي، 2009، ص 47).

ويضيف "عزي" قائلاً: "يعيش الإنسان في المجتمع الحالي شرحاً صحيحاً بين العالم الذي تصنعه الصورة وإحساسه بهزال تجربته المعيشية التي تنجذب صوب ما هو مرتبط بالإشباع المادي الآني حتى وإن تناقض ذلك مع عالم القيمة. ونلمس هذه الظاهرة على مستوى الفرد والأجيال. ومن هنا يسهل علينا فهم طبيعة المجتمع الحالي في المنطقة العربية والإسلامية، إذ يتسم بغياب التوجه نحو القيمة وفقدان الطاقة الضرورية في تجاوز عوامل الانحطاط (عزي، 2009، ص 48).

وإذا كانت الصورة الفضائية قد مارست تأثيرها بشكل ملحوظ على جمهور المتلقين، فإن الصورة الرقمية المتداولة عبر الوسائط الالكترونية الجديدة قد استأثرت بانتباه المشاهد بشكل طاغي، فتنامى لتأثير وتعددت انعكاساته، فتجسدت نتائجه بشكل جلي في الأحداث السياسية وموجة الاحتجاجات التي عرفتة عدة دول عربية (تونس، مصر، ليبيا، سوريا...) وغير عربية (إيران، الصين...).

ولهذا فإن المقاربة القيمة للمضمون الإعلامي، وللممارسة الإعلامية أو الأداء الإعلامي يعد أمراً ضرورياً وحتمياً، خاصة في عصر أصبحت فيه القيم الأساسية التي تأخذ بعين الاعتبار، تتمثل في "الربح المادي" مهما كانت مصادره، و"السبق الصحفي" بغض النظر عن نتائج نشره، و"التسليّة المفرطة" مهما كانت مادتها الإعلامية، و"التضليل الإعلامي" مهما كانت مخلفاته، وتناقل المعلومات والأخبار والمضامين مهما كان مصدرها أو ناشرها. والعمل على تحقيق الشهرة مهما كان الثمن.

خاتمة:

يبدو من خلال ما سبق طرحه من أفكار وإشكاليات، أن فضاءات الإعلام الجديد وما ينشر عبرها من مضامين، سيشكل مواضيع للبحوث والدراسات الإعلامية في السنوات المقبلة، نظراً إلى أن تأثيراتها وانعكاساتها المختلفة بدأت تظهر جلياً في عدة مجالات، كان أبرزها على الإطلاق المجال السياسي، فقد

أشعلت مضامين الإعلام الجديد موجات عارمة من الاحتجاجات والمظاهرات، بدأت في دول غير عربية كالصين وإيران، ووصلت إلى عدة دول عربية، فأسقطت حكومات وأنظمة بعضها، وزعزعت بعضها الآخر وأجبرته على القيام بإصلاحات ولو شكلية، والنظر بجدية إلى مطالب الشعوب وشعاراتها. كما أحدثت هذه المضامين آثار أخرى في الميادين الاقتصادية، الثقافية والإعلامية، وأبرزت ظواهر تستحق مزيد من الدراسة والتحليل، لفهم مكنونها وطبيعتها وانعكاساتها.

قائمة المراجع:

- القضاة، محمد. (2009)، "مصادقية الصحافة الإلكترونية"، صحيفة الرأي الأردنية.
- النجار، رضا، وناجي جمال الدين. (2005). تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام بالمغرب العربي، تونس: إيسيسكو، ص ص 155-156
- ناصر بوعلي. (2005)، الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي، الجزائر: إ.ار الهدى.
- حسنين شفيق. (2008)، الإعلام التفاعلي، (إدم): دار فكر و فن، ص 52
- خلود الفلاح. (2007)، "الورق الإلكتروني وانحسار كل ماله علاقة بالمطبوع"، جريدة العرب.
- زيد، منير سليمان. (2008)، الصحافة الإلكترونية، عمان: دار أسامة
- سليمان صالح. (2007)، ثورة الاتصال وحرية الإعلام، الكويت: مكتبة الفلاح، ص 299.
- عاصم، العابد. (2009)، «الصحافة الإلكترونية الأردنية.. السلطة الخامسة !!»، صحيفة الرأي الأردنية.
- عباس، مصطفى صادق. (24/22 نوفمبر 2005)، «التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الانترنت»، مؤتمر صحافة الانترنت في العالم العربي الواقع والتحديات، جامعة الشارقة.
- عباس، مصطفى صادق. (2008)، «علام الجديد، المفاهيم و الوسائل و التطبيقات، عمان: دار الشروق، ص 184.
- عبد الرحمان عزي. (2009). إسات في نظرية الاتصال: حو فكر إعلامي متميز، ط. 2، بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- Bertrand Pecquerie et Larry Kilman. (2007) « Du journalisme citoyen au contenu fourni par les utilisateurs », Ejournalusa, n12.
- Bradely Osborn. (2001). "ethics and credibility in online journalism", current issues in journalism, the University of Memphis, Tennessee.

- Edward Lee, «warning up to user-generated content », University of Illinois law review, [Vol. 2008, No. 5], pp1459-1548
- George W. Reynolds .(2010). Ethics in Information Technology, Third Edition, -Boston : Course Technology.
- John V. Pavlik.(2001). Journalism and New Media, new york : columbia university press.p127.
- Karthik K. Ramachandran.(2006). THE EVOLUTION OF MEDIA INDUSTRIES AND THE PUBLIC SPHERE: DOES THE BLOGOSPHERE SERVE AS A PUBLIC SPHERE?, (Master of Arts in Communication), Georgetown University, pp82-83.
- Lawrence Lessig, (2001) The future of ideas : the fate of the commons in a connected world, (Random House, New York.
- Rebecca MacKinnon.(2007).”Blogging, Journalism and Credibility: The Future of Global Participatory Media”. Global Communication; Kyoto.
- Shayne Bowman , (July 2003)Chris Willis, We media, how audiences are shapping the future of news and information”.
- Sonora Jha Nambiar.(2004). SOCIAL PROTESTS, A SOCIAL MEDIA: PATTERNS OF PRESS COVERAGE OF SOCIAL PROTESTS AND THE INFLUENCE OF THE INTERNET ON SUCH COVERAGE, (unpublished doctorate dissertation), The Manship School of Mass Communication, Louisiana State University.