

الحرية والمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي

Freedom and social responsibility on social media

عبد الكريم تفرقنيت *

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 - الجزائر

University of Algiers 3

taferkarim@yahoo.fr

تاريخ الاستلام: 2020/07/03

تاريخ القبول: 2020/10/12

الملخص

توضح الدراسة أنه ليس من السهل تحديد المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي كون شكلها ومضمونها مرتبطان بمواطنين عاديين، ينشرون في الغالب، دون توخي الدقة، وبأسماء مجهولة.

وتبقى العلاقة بين الحرية والمسؤولية الاجتماعية محل نقاش وجدل، لكن نظرا للآثار السلبية المترتبة عن سوء استخدام حرية التعبير في هذه المواقع جراء الأخبار الملفقة (فايك نيوز) وانتشار الأخطاء المهنية والتجاوزات الأخلاقية مثل القذف والتشهير وتضليل المعلومات والصور، بدأت عمليات تكريس المسؤولية الاجتماعية والالتزام بالأخلاقيات وذلك بإصدار تشريعات وقوانين، كما تجري محاولات لتحرير ميثاق شرف خاصة بمستخدمي المواقع التواصلية.

الكلمات المفتاحية: حرية التعبير؛ المسؤولية الاجتماعية؛ مواقع التواصل الاجتماعي؛ أخلاقيات المهنة الصحفية؛ ميثاق الشرف.

Abstract

The study shows that it is not easy to define social responsibility on social media because its form and content are related to ordinary citizens, who often publish, without being accurate, and with anonymous names.

The relationship between freedom and social responsibility remains a matter of debate and controversy, however In view of the negative effects of the misuse of freedom of expression on these sites due to fabricated news (Fake News) The spread of professional errors and moral transgressions such as defamation, and misleading information and images. Responsibility and ethics compliance processes started by issuing laws and legislations, and attempts are also being made to liberate covenants of honor for users of social media.

Keywords: freedom; Social Responsibility; Social Media; Professional ethics; Honor charters.

* المؤلف المرسل: د. عبد الكريم تفرقنيت taferkarim@yahoo.fr

مقدمة:

تأخذ مفاهيم الحرية والمسؤولية في مواقع التواصل الاجتماعي، أشكالاً ومضامين، مغايرة لما هو سائداً في وسائل الإعلام التقليدية. فالعملية الاتصالية في مواقع التواصل تخضع في جوانبها الاتصالية والاجتماعية والمهنية والأخلاقية لإرادة " المستخدمين " الذين هم في الغالب مواطنون عاديون يقومون بالإرسال والتلقي في نفس الوقت، بشكل واسع في كل أنحاء العالم، بتفاعلية عالية، ودون أي قيود جغرافية أو سياسية واجتماعية. وبهذا تطرح مسألة الحرية وعلاقتها بالمسؤولية، بمفاهيم وصيغ ترتبط بعالم البيئة الاتصالية الجديدة، وتختلف عن تلك الموجودة في الصحافة والإعلام.

فمواقع التواصل الاجتماعي مثل " فايسبوك "، " تويتر "، " ويوتيوب " وغيرها، تتميز بارتفاع عدد مستخدميها، وبانتشارها الواسع عبر العالم. وتتميز أيضاً بتوجه الجماهير نحو مضامينها، كونها تحوز السبق في الأخبار والصور، لذا تستعمل مصادراً للأخبار من قبل وسائل الإعلام التقليدية، وهي مسألة تثير الكثير من الجدل. ومن مميزات هذه المواقع كذلك هو أن المواطنين الذين ينتجون مضامينها، ليسوا بصحفيين محترفين، فهذه المضامين لا تأخذ صفات الإعلام والصحافة، ولا تلتزم بضوابطها، بل تكتسي صبغة العملية الاتصالية، وهي مضامين في غالب الأحيان ينتجها " هواة " يلاحقون السبق والانتشار، ولا تخضع للتدقيق في مدى صحتها ومصداقيتها، مما يجعل الأخبار والصور الواردة فيها معرضة للخطأ وللتلفيق.

مثل هذه الصفات والمميزات، تساهم في تكريس الحرية في مواقع التواصل الاجتماعي، لكنها تصعب عملية تحديد المسؤولية الاجتماعية فيها، وتجعلها معقدة، كون هذه المواقع ترتبط ببيئة اتصالية جديدة، تخضع لرغبات مواطنين عاديين، ينشرون مضامين مختلفة ومتعددة، بهويات مجهولة، في سياق نقص القوانين وغياب موثيق الشرف المهني المتعلقة بالمدونين في مواقع التواصل.

استناداً إلى هذه المعطيات نطرح الإشكالية الآتية: ما مدى هامش حرية التعبير الموجود في مواقع التواصل الاجتماعي؟ وكيف يتم تحديد المسؤولية الاجتماعية في هذه المواقع؟

وتتمثل تساؤلات الدراسة فيما يلي:

- ما هي طبيعة حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- هل يمكن تقليص هامش حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- من يحدد المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- بأي عوامل تتحدد المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي، العوامل الفردية أو الجماعية أو المؤسساتية ؟

أ- **أهمية الدراسة:** تبرز أهمية هذه الدراسة، كونها تناقش موضوعا من المواضيع المطروحة بحدّة في الظروف الحالية، التي تعرف انتشارا واسعا لمواقع التواصل الاجتماعي، وارتفاعا كبيرا لعدد مستخدميها من المواطنين العاديين، الذين يستعملون النشر الإلكتروني والتدوين عبر المواقع، دون الأخذ بعين الاعتبار للمعايير والمقاييس المعمول في النشر الورقي والإعلام ، وهذا ما أدى إلى ظهور الأخبار الملفقة (فايك نيوز) واختراق خصوصية الأفراد والقذف والتشهير.. ما يتطلب دراسة موضوع الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ، وتكريس أخلاقيات معينة، لتفادي التجاوزات و الأخطاء .

ب - **نوع الدراسة:** يتم التركيز في دراسات الإعلام والاتصال على أنواع معينة من البحوث، وما اتفق حوله الباحثون هو مقارنة موريس دفارجي Maurice Duverger التي تصنف أبحاث الإعلام إلى ثلاثة مستويات أو أنواع هي: الاستكشافية والوصفية والتفسيرية (أحمد بن مرسل، 2007، ص 49). وتستند هذه الدراسة على الدراسات الوصفية، الذي يرتبط بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية، ومنها قضايا ومشكلات علوم الإعلام والاتصال. واستخدامنا لهذه الدراسات (الوصفية) يجد تبريره؛ كونها تستند على " تقرير وتحليل الحقائق تحليلًا دقيقًا. فهي تتميز بكونها تنصبّ على الوقت الحاضر، أي تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة" (محمد زيان عمر. 1988. ص 118).

ج- **منهج الدراسة :** اعتمدنا المنهج المسحي، الذي يهدف في الدراسات الإعلامية إلى وصف خصائص جمهور معين وأنماط سلوكه. فهو يستهدف تسجيل وتحليل الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها، من خلال مجموعة الإجراءات

المنظمة التي تحدد البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها (محمد عبد الحميد. 1993. ص 183).

ويسميه موريس انجرس منهج البحث الميداني انطلاقاً من تعريف فيستينغروكاتز Festinger et Katz حيث " يتم اللجوء إليه عادة لدراسة ظواهر موجودة في الوقت الراهن، يطبق غالباً على مجموعات كبيرة من السكان يستطيع الباحث أن يأخذ منها بالتقريب كل ما يريد أن يكشف عنه" (انجرس. 2006. ص 106).

وفي المنهج المسحي بالغرض الذي نرجوه، والهدف الذي نتوخاه من دراستنا، وهو معرفة مدى هامش حرية التعبير المتاح في مواقع التواصل الاجتماعي، مع رصد ومتابعة عمليات تحديد المسؤولية الاجتماعية في هذه المواقع من خلال ما تسنه الدول والحكومات من تشريعات وقوانين.

مصطلحات الدراسة :

- الحرية : ويقصد بها (الباحث) حرية التعبير، ويتم تعريفها بأنها "حق الفرد في اتخاذ الآراء دون تدخل وفي التعبير عن رأيه. ويشمل هذا الحق حرية البحث عن المعلومات أو الأفكار من أي نوع ونقلها بغض النظر عن الحدود، وذلك إما شفاهة أو كتابة أو طباعة، سواء كان ذلك في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها، وذلك في حدود القانون من أجل حماية النظام العام" (بن خرف الله . 2003. ص 18).

- المسؤولية الاجتماعية: نتجت عن "التداعيات والتطرف في تطبيق فلسفة الحرية ، وبرز دور المجتمع كجهة معينة في التأثير فيما تنبئه وسائل الإعلام (..) وبأن تلتزم هذه الوسائل الجماهيرية بخدمة المجتمع بدلاً من خدمة من يملكونها" (المشاغبة. 2014 . ص 134).

ويقصد (الباحث) بالمسؤولية الاجتماعية في الانترنت عموماً وفي مواقع التواصل الاجتماعي على الأخص، بأن يكون الأفراد والمجموعات، والهيئات والمؤسسات مسؤولون عن تصرفاتهم تجاه المجتمع. فالتحلي بالمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل يعني التصرف بالأقوال والممارسات فيما يبث وما ينشر من أخبار ومعلومات وصور وفيديوهات، والالتزام بالتحقق من صحتها والتأكد من مصادرها، حتى لا تكون أخبار ملفقة وكاذبة، وصور مفبركة. فالمسؤولية الاجتماعية تتلخص في الالتزام بالأخلاقيات الاجتماعية ولا تتعارض مع قيم ومبادئ المجتمع، ولا تسيء للأفراد والجماعات .

- **مواقع التواصل الاجتماعي :** " هي صنف من المواقع يقدم خدمات على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد ملمح تام للعموم Public Profile أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد، كما تتيح بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين-قائمة أصدقاء" (الحمامي. 2012).

- **أخلاقيات المهنة الصحفية :** يعرفها مجمع المصطلحات الإعلامية، بأنها " مجموعة من القواعد المهنية أو الأخلاقية المتضمنة في موثيق شرف مهنية، يفترض أن يلتزم بها الإعلاميون في ممارستهم دون توقيع عقوبات في حال الخروج عنها ". وتعرفها الموسوعة الإعلامية بأنها " مجموعة من المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لأرائهم وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة، وهذه المعايير المهنية تقوي إحساس الصحفي بالمسؤولية الاجتماعية " (رزاقى. 2013. ص 25). وفي الصحافة، يتم وضع هذه الأخلاقيات في موثيق شرف، يقوم بتحضيرها وتحريرها الصحفيون.

- **موثيق الشرف:** تضم مجموعة القواعد والضوابط الأخلاقية والمهنية التي ينبغي أن يلتزم بها الصحفي ويتم تصنيفها في غالب الأحيان إلى حقوق، يجب أن ينالها الصحفي، وواجبات يجب عليه أن يلتزم بها الصحفي. وهذه الموثيق تنبثق عن مجالس أخلاقيات المهنة، التي يعرفها جون ميريل بأنها "مجالس تقوم بوظيفة استشارية تقدم مقترحات تعبر عن الممارسات القوية لوسائل الإعلام بدون خوف من القانون والجزاءات ، فهي تحسن من أداء الصحافة لصالح خدمة المجتمع وتقرض القوانين العرفية التي ينبغي أن يلتزم بها الصحفيون من الناحية الأخلاقية" (المشابعة. 2014. ص 139).

ويعتمد مفهومي أخلاقيات المهنة الصحفية وموثيق الشرف على معادلة الحرية والمسؤولية الاجتماعية في الإعلام، والتي تركز على التوازن بينهما ، فعنصر الحرية والمسؤولية ضروريان في مهنة الإعلام والصحافة. لكن في مجال الانترنت، ورغم الصعوبات المسجلة، فإنه تجري محاولات بهدف الوصول إلى تشكيل مجالس أخلاقية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وصياغة موثيق شرف لعملية التدوين في هذه المواقع.

ج- **خطة الدراسة:** اعتمدنا على ثلاث محاور رئيسية هي:

1. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي.
2. مفهوم حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي.

3. مفهوم المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي.

1. نشأة وتطور مواقع التواصل الاجتماعي

1.1 مفهوم ونشأة مواقع التواصل الاجتماعي

يطلق على مواقع التواصل الاجتماعي عدة تسميات منها: المواقع الاجتماعية، شبكات التواصل الاجتماعي، الشبكات الاجتماعية، شبكات الإعلام الاجتماعي، وسائل التواصل الاجتماعي. من تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي أكثر شيوعاً لدى الباحثين، تعريف " بويد واليسون " الذي يذكر أن " مواقع الشبكات الاجتماعية هي صنف من المواقع يقدم خدمات على تكنولوجيا الويب تتيح للأفراد ملصح تام للعموم Public Profile أو شبه متاح للعموم في إطار نظام محدد ، كما تتيح بناء شبكة من العلاقات والاطلاع على شبكة علاقات الآخرين- قائمة أصدقاء" (الحمامي. 2012).

مواقع التواصل الاجتماعي، هي أيضاً " منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمستخدم بإنشاء حساب خاص به، ومن ثمة ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والهوايات، أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية" (فضل الله. 2011. ص181).

كما يتم تعريفها كونها " مواقع على الانترنت يتواصل من خلالها ملايين البشر الذين تجمعهم اهتمامات أو تخصصات معينة ، ويتاح لأعضاء هذه الشبكات مشاركة الملفات والصور وتبادل الفيديو وإنشاء المدونات وإرسال، وإجراء المحادثات الفورية." (حسنين. 2011. ص181).

ظهرت ملامح مواقع التواصل على الانترنت في عام 1994 في الولايات المتحدة الأمريكية، فبين نهاية التسعينيات من القرن العشرين، كان ميلاد العديد من منصات الشبكات التي وجهت إلى الجماعات العرقية المقيمة في الولايات المتحدة الأمريكية مثل "أسين افوني" الذي كان جل مشتركها من الآسيويين، و"بلاك بانث" التي اشترك فيها الزوج، و"ميجن" الموجهة لأمريكا اللاتينية (لعياضي، 2014، ص 13).

خلال الفترة الممتدة بين سنوات (2002-2005) ظهر جيل جديد من المواقع الاجتماعية، جمعت أكبر عدد من المشتركين في مناطق العالم المختلفة وعرفت ذروة شهرتها، مثل

Friendster "فرنديستر" في عام 2002، و My space "ماي سبيس" في عام 2003، الذي كان أشهر مواقع التواصل آنذاك، وموقع Bebo "بيبو" عام 2005، فموقع Facebook "فايسبوك" في عام 2004.

ويربط الخبراء مواقع وشبكات تواصل اجتماعي معينة بمناطق ودول معينة؛ فايسبوك مرتبط بالولايات المتحدة الأمريكية، و"أوركوت" بالهند، و"ميكس" باليابان، و"لونارستورم" بالسويد، و"بيبو" ببريطانيا و"فرينديستر" بجنوب شرق آسيا، و"هاي فايف" بالبرتغال وأمريكا اللاتينية، و"ساي وورد" بكوريا (اللبان، 2011، ص 83).

2.1 خصائص وتداعيات مواقع التواصل الاجتماعي

تتجلى خصائص وتداعيات مواقع التواصل في عديد من المجالات، نورد هنا في ثلاثة مجالات تتعلق بالمجالات التي لها علاقة مباشرة بمجالنا الإعلامي وهي:

1.2.1 خصائص وتداعيات مواقع التواصل الاجتماعي على المجال الإعلامي

برزت تحولات في صناعة المضامين الإعلامية وأدوار المستخدمين، وتغيرت العلاقة الموجودة بين الصحفي وبين الجمهور الذي أصبح يتفاعل معها ويشارك. ومن بين مظاهر التغيير:

- أصبحت "مضامين الهواة" في المواقع مادة أساسية لوسائل الإعلام المكتوبة والسمعية البصرية .

- مشاركة المستخدمين (الجمهور) في إنتاج الرسالة والمضامين الإعلامية، وأطلق عليها "صحافة المصدر المفتوح" كون مادتها تتجسد من القراء، حسب Andrew Leonard أنديري ليونارد 1999. (صادق. 2011. ص 15)

- تنوعت مصادر الأخبار وتوسعت، وأضيف مصدر "شهود العيان" .

- رفع الاحتكار عن الخبر، وأصبح يقدم من قبل العديد من الجهات وليس وسائل الإعلام لوحدها.

- مساهمة الجمهور في عملية الأجندة الإعلامية، وترتيب الأولويات للمواضيع المتناولة في الإعلام.

- تم تجاوز فكرة حراس البوابة والقائمين على العملية الاتصالية والإعلامية. ففي مواقع التواصل الاجتماعي، أصبح المستخدم هو من يستقي الخبر وينشره دون اللجوء إلى أي مسؤول فوقي.
- اعتماد مواقع التواصل على الهوية المجهولة، جعلها تسقط في بعض الأحيان في التضليل الإعلامي.
- تعدد الأخطاء الإعلامية، وقد وصل الوضع إلى حد تشويه صورة الواقع وممارسة التضليل الإعلامي.

2.2.1 خصائص وتداعيات مواقع التواصل الاجتماعي على المجال السياسي

من بين أهم الخصائص والتداعيات على المجال السياسي:

- تحقيق الديمقراطية الرقمية، بتوفير بيئة ملائمة لإبداء الرأي والتصويت وتنظيم المظاهرات والإضرابات.
- المشاركة السياسية: تحولت مواقع التواصل إلى فضاء عام للأفراد يشاركون من خلاله بصفة غير مباشرة في الحياة السياسية حيث "يتبادل الناس أفكارهم وآراءهم، ومن خلال مناقشتهم يؤثرون على الفعل السياسي أو السياسات والقرارات الحكومية" (عبد الفتاح . 2012 . ص 47) .
- تشكيل الرأي العام: من خلال القيمة المعلوماتية، وسرعة إيصاله للمعلومات، وقد أنتج مواقع التواصل رأيا عاما إلكترونيا يتميز بالتفاعل الآنية والتجدد المستمر، والمرونة والسهولة في القياس (الهماش. 2009)
- حشد الجماهير للتضامن، وللمساهمة في حركات تغيير الأنظمة مثلما حدث خلال ما سمي بـ "الثورات العربية".
- استغلال مواقع التواصل من قبل بعض الأنظمة وبعض أطراف المعارضة، في الدول التي تعرف صراعات ونزاعات داخلية ، لبث الإشاعات وتسريب الأخبار الكاذبة وممارسة التضليل الإعلامي.

3.2.1 خصائص وتداعيات مواقع التواصل على المجال الاجتماعي

- من بين أهم تداعيات مواقع التواصل الاجتماعي على المجال الاجتماعي، أنها تؤدي في بعض الأحيان إلى العزلة الاجتماعية وفقدان الإحساس بالأسرة وبالأصدقاء في الواقع ، والهروب

من المجتمع الواقعي وبناء المجتمعات الافتراضية، التي تتميز بالعالمية وبالتشارك في المصالح والاهتمامات وتقاسم نفس الاعتقادات والعادات ، والتضامن بين أعضائها، وباستعمال أسماء مستعارة وهوية مستعارة، فالأفراد يقدمون غالبا بيانات غير مطابقة للواقع . كما تتميز هذه المجتمعات بتوفير فرصا للحرية.

2. حرية التعبير في مواقع التواصل الاجتماعي

1.2 مفهوم حرية التعبير في الصحافة

حرية التعبير هي "حق الفرد في اتخاذ الآراء دون تدخل وفي التعبير عن رأيه. ويشمل هذا الحق حرية البحث عن المعلومات أو الأفكار من أي نوع ونقلها بغض النظر عن الحدود، وذلك إما شفاهة أو كتابة أو طباعة، سواء كان ذلك في قالب فني أو بأية وسيلة أخرى يختارها، وذلك في حدود القانون من أجل حماية النظام العام". (بن خرف الله. 2003. ص 18) وأما حرية الصحافة، فتعني "حرية الجهر بالآراء والأفكار(..) والصحافة حرة في نشر هذه الآراء في حدود القانون(..) ولوقاية النظام الاجتماعي" (بن خرف الله. 2003. ص 18)

يتضح من خلال هذا، أن حرية التعبير شاملة ، بينما حرية الإعلام تخص الإعلام، وإن كانت حرية التعبير تطلق على الإعلام بصفة مجازية. كما يتضح أيضا أن حرية الصحافة والإعلام مرتبطة بالنظام الاجتماعي، فإذا تطلب الأمر حماية ووقاية هذا النظام ، يتم تحديد حرية التعبير .

1.1.2 من ضمانات تحقيق حرية التعبير في الصحافة

حتى تتحقق حرية التعبير و الصحافة ينبغي توفر عدة ظروف وشروط، أهمها أن يسود الجو الديمقراطي والتعددية في مختلف المجالات السياسية والإعلامية والاقتصادية والثقافية، وأن تتوفر قوانين تنص على هذه الحرية وتحميها من الضغوط والقيود. ومن ضمانات حرية الصحافة أن يكون النشر حرا من أي رقابة مسبقة. وأن يكون النشر والتوزيع مفتوحين دون رخصة. وأن لا يعاقب على الانتقادات الموجهة لأي حكومة أو حزب رسمي. وأن يكون نشر "الخطأ" محمي في ميادين الرأي والاعتقاد. (قسايسية، 2011) .

2.1.2 من شروط توفر حرية التعبير في الصحافة

لا يمكن أن تكون حرية التعبير والصحافة إلا في بيئة ومناخ داعمين للديمقراطية والحريات العامة، وعلى رأسها حرية إنشاء وتشكيل الأحزاب السياسية والتداول على السلطة. وتتطلب حرية التعبير شروطاً ومبادئ من بينها ما يلي:

- التأكيد على مبدأ الفصل بين السلطات الثلاث: التنفيذية والتشريعية والقضائية.
- وجود نظام نيابي ديمقراطي تعددي، يستند إلى رأي عام قوي ومستدير وانتخابات حرة ونزيهة.
- إتاحة الفرصة لمختلف وجهات النظر في التعبير عن آرائهم ونشرها في وسائل الإعلام والاتصال.
- التعددية في وسائل الإعلام والاتصال، والتنوع في الاتجاهات والمضامين (المشاقبة. 2014. ص6).

وهناك من يضيف شروطاً تتعلق بالحقوق الاقتصادية وحقوق ممارسة المهنة، وتتمثل في عقد اتفاقيات جماعية بين نقابات الصحفيين وإدارات المؤسسات الصحفية، لضمان مستوى معيشي لائق للصحفي، في الأجور والعلاوات وتنظيم ساعات العمل والإجازات. وحماية الصحفيين من اضطهاد رؤسائهم المباشرين. وكذا توفير الإمكانيات للصحفي من الوصول للمعلومات والاطلاع على الوثائق. (أبو خليل. 2011. ص 144).

2.2 حرية التعبير وحدودها في الانترنت والمواقع

من المظاهر التي أصبحت تؤثر على حرية التعبير في وسائل الإعلام التقليدية في الدول الديمقراطية، إقرار عدة إجراءات مقيدة للحرية بتبريرات مثل مكافحة الإرهاب، وتقاضي الفوضى، وحماية الديمقراطية، إضافة إلى تنامي ظاهرة تركيز هذه الوسائل في عدد قليل من الملاك، مما زاد من اعتمادها على القوى الاقتصادية والسياسية التي حكمت سيطرتها عليها مثلما حدث في فرنسا عام 2016". (الخبر. 2017. ص 3).

أما في الانترنت، فقد ساد الاعتقاد لدى المهتمين الأوائل والمتحمسين للانترنت أنه وسيط يصعب على التنظيم الرسمي التحكم فيه وفرض الرقابة عليه. وذلك انطلاقاً من ثالوث الانترنت المقدس (تقنية الوسيلة - طبيعة المحتوى - التوزيع الجغرافي للمستخدمين). فشبكات الانترنت صممت بهدف تقاضي حرب نووية (أو حتى لا تتأثر شبكة تبادل المعلومات بحرب نووية، وكان هذا في أوج حدة الحرب الباردة) ومن ثم، فإن هندسة الانترنت وبنية حزام المعلومات تقاوم

الرقابة، وتحقيق حلم التحرر المدني من خلال تقنية منخفضة التكاليف للمستخدمين، ووسيط تفاعلي بالغ الأهمية للأفراد وللحكومات" (نونسياتو.2011) .

لكن هذا المفهوم للحرية المطلقة في الانترنت، بدأ يتقهقر في الولايات المتحدة الأمريكية - مهد بداية الانترنت وتطوره - من خلال الآثار التي خلفها تنازل الدولة عن ملكية الشبكة العالمية لصالح شركات خاصة أصبحت تحكم قبضتها على تسيير الانترنت وتمارس الرقابة على مضامينه. كما ساهم سوء استخدام الحرية والإفراط في نشر الأخبار والصور الملفقة، في فرض وضع شروط للمسؤولية الاجتماعية التي ينبغي أن تسود في الانترنت وفي مواقع التواصل الاجتماعي .

3. المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي

1.3 مفهوم المسؤولية

لا تعني المسؤولية فقط قول الحقيقة، ولكن أيضا احترام القانون والصدق في طريقة حصول الصحفي على المعلومة. وإذا ما انجرفت الصحافة في خرق القوانين فإنها ستفقد احترام قرائها واحترام الشعب. وقد نبه مفكرون وأكاديميون إلى مصداقية الأخبار والتحقق منها، فقال "مارك كوين" Mark Quine وهو كاتب أمريكي ساخر، له عدة مؤلفات مشهورة من بينها توم سوير "الناس الأغبياء - الذين يشكلون الأغلبية الساحقة من هذه الأمة وجميع الدول الأخرى - يصدقون كل ما يقرأونه بالصحف، وهنا يكمن الضرر." ورد عليه "بيتر ميلت" Peter Mellett وهو دبلوماسي انجليزي مهتم بالإعلام، بشيء من الاختلاف، فقال أن "النقطة الأساسية هي المصداقية، ولكي تحافظ وسائل الإعلام على مصداقيتها عليها أن تتحمل مسؤولية التحقق من كل ما تنشره ، وهذا يعني البحث بعمق، والتأكد من الحقائق بدقة" (كنعان. 2013. ص 107).

نتجت المسؤولية الاجتماعية في الإعلام نظرا " للتداعيات والتطرف في تطبيق فلسفة الحرية ، وبرز دور المجتمع كجهة معينة في التأثير فيما تبثه وسائل الإعلام (..) وفي أن تلتزم هذه الوسائل الجماهيرية بخدمة المجتمع بدلا من خدمة من يملكونها " (المشاغبة. 2014 . ص 134).

وفي الولايات المتحدة الأمريكية ، برز هذا التوجه من خلال مجموعة مفكرين، من بينهم "جوزيف بوليتزر" الذي كتب في عام 1904 مقالا حول الدور الأخلاقي والقيمي الذي يجب أن تقوم به الصحافة، من خلال مجموعة عناصر هي :

-تقديم المثل العليا .

- الحفاظ على حرية ومصادقية الإعلام.

- التحليل والتفسير الدقيق للمشكلات التي يواجهها المجتمع.

- الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية.

- حماية الصحافة من الخضوع لهيمنة الربح وتحقيق غايات أنانية ضد رفاهية عامة الناس(المشاعبة. 2014. ص 134).

وفتح هذا المقال، المجال للدفاع عن قيم المجتمع ، حيث ظهر عام 1947 تقرير لجنة هتشتر بعنوان " صحافة حرة ومسؤولة " الذي انتقد حرية الصحافة بالشكل السائد آنذاك ، وأسس للمسؤولية الاجتماعية.

2.3 نظرية المسؤولية الاجتماعية

بعد الحرب العالمية الثانية تشكلت لجنة من 12 عضوا أكاديميا، على رأسهم البروفسور "روبرت هوتشنز" ضمت أبرز نقاد الصحافة الأمريكية، وأجرت دراسة بتمويل من مجلة تايم الأمريكية ودائرة المعارف البريطانية على الصحف في البلدين. وقدمت تقريرا ، وتشكلت اللجنة الملكية للصحافة عام 1949، التي دعت إلى الالتزام بالمسؤولية الاجتماعية ، وتم تشكيل مجلس للصحافة .

كان هذا، بداية نشوء نظرية المسؤولية الاجتماعية جراء الانتقادات التي تعرضت لها نظرية الحرية المطلقة في الصحافة " وذلك لمواجهة جنوح الصحف في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية ولجئها إلى الإثارة والخوض في أخبار الجنس والجريمة ، فظهر معنى الحرية القائمة على المسؤولية، وظهرت القواعد والقوانين التي تجعل الرأي العام رقيبا على آداب المهنة وسلوكها"(حمزة. 2013. ص367). وقد حددت اللجنة الملكية للصحافة وظائف الصحافة في تقديم صادق وشامل عن الأحداث اليومية، والعمل كمنبر لتبادل التعليق والنقد، وتقديم صورة عن الجماعات المتنوعة للمجتمع. وإبراز أهدافه وقيمه (كنعان. 2013. ص107). وترتكز نظرية المسؤولية الاجتماعية على ضرورة وجود التزام إعلامي ذاتي بمجموعة من المواثيق الأخلاقية التي تستهدف إقامة توازن بين الحرية الفردية ومصالح المجتمع. (المشاقبة. 2012. ص60).

وقد برز التوجه العالمي منذ القرن الماضي، نحو الاهتمام بالمسؤولية الاجتماعية في الصحافة، عن طريق تأسيس مجالس أخلاقيات المهنة ، ووضع موثيق شرف ينجزها الصحفيون بأنفسهم حفاظا على مهنتهم وردعا للتجاوزات التي يرتكبوها، ولتوضيح الأمور، نعرض مفهوم المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي، ونتطرق إلى أنماط وعناصر هذه المسؤولية.

3.3 مفهوم المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي

نقصد بالمسؤولية الاجتماعية في الانترنت عموما وفي مواقع التواصل الاجتماعي على الأخص، بأن يكون الأفراد والمجموعات، والهيئات والمؤسسات مسؤولون عن تصرفاتهم تجاه المجتمع . فالتحلي بالمسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل يعني التصرف بمصادقية فيما يبث وما ينشر من أخبار ومعلومات وصور وفيديوهات، والالتزام بالتحقق من صحتها والتأكد من مصادرها، حتى لا تكون أخبار ملفقة وكاذبة، وصور مفبركة. فالمسؤولية الاجتماعية تتلخص في الالتزام بالأخلاقيات الاجتماعية ولا تتعارض مع قيم ومبادئ المجتمع، ولا تسيء للأفراد والجماعات. كما تتقاضي تناول الحياة الخاصة من خلال صور وفيديوهات مهينة أو محرجة لأصحابها وتتجنب تزرع الحقد والكراهية والنزاعات بين والشعوب ..

4.3 أنماط المسؤولية الاجتماعية في الصحافة

حتى نعرف أنماط المسؤولية الاجتماعية، التي يمكن تطبيقها والالتزام بها في مواقع التواصل نستعرض الأنماط التي تم تحديدها بالنسبة للإعلام التقليدي، وقد حددها "ديني اليوت" في ثلاث هي :

أ- مسؤولية الصحافة أمام المجتمع، فوسائل الإعلام، عليها واجب إمداد الجماهير بالمعلومات ، وبذل الجهد في عدم الإساءة للأفراد.

ب- مسؤولية الصحافة تجاه المجتمع المحلي بتحديد السياسات التي تحكم السلوك لجعل المعلنين والجمهور على علم بما يتوقعونه منها.

ج- المسؤولية أمام النفس: فالصحفيون مسؤولون أخلاقيا، عن أفعالهم وأقوالهم(موسوعة الموكاتل (2020).

نستخلص من هذا، أن المسؤولية الاجتماعية في الصحافة تتوزع على عديد الأطراف، التي تتحكم فيها وتديرها من حيث الرسالة، ومن حيث المرسل الذي هو الصحفي، كل هذا يتم مع المتلقي (الجمهور) وفي إطار مؤسسة إعلامية معينة وفي سياق مجتمع معين.

5.3 تصنيفات المسؤولية الاجتماعية في الصحافة

يمكن تصنيف المسؤولية الاجتماعية في الصحافة والأشكال التي تظهر فيها إلى قسمين، قسم أول يخص مسؤولية المضمون المقدم للجمهور، وقسم ثان يتعلق بالتزامات الصحفي في مهنته:

1.5.3 قسم مسؤولية المضمون الصحفي:

يبرز المضمون كعامل رئيسي في التأثير على الجمهور من خلال المادة المقدمة، سواء لغة مكتوبة أو صور أو رسوم أو فيديوهات وغيرها. ويقسم "لويس هودجر" المسؤولية في المضمون إلى ثلاث مستويات: مستوى الوظائف، ومستوى المعايير، ومستوى القيم المهنية، والصحفي والمؤسسات الإعلامية مطالب بمراعاتها:

- المستوى الأول: مستوى الوظائف الأساسية التي تؤديها الصحافة هي خمس وظائف حسب هودجر: الوظيفة السياسية أو الرقابة على الحكومة والقوى السياسية الأخرى. والوظيفة التعليمية، وتعني تقديم المعلومات المتوازنة والدقيقة، والوظيفة الثقافية التي تتلخص في عرض ما يجري في المجتمع والتأكيد على قيمه. والوظيفة الاقتصادية التي تخص تعريف الناس بالسلع والخدمات. و الوظيفة الخامسة، وهي حفظ إيقاع الحياة للفرد.

ويضيف نقاد بريطانيون وظائف ومسؤوليات أخرى، وهي إثارة الاهتمام بالقضايا العالمية كالبينة، وعدم إثارة النعرات القومية التي تهدد بالحروب وعدم الاستقرار في العلاقات الدولية.

- المستوى الثاني: مستوى المعايير، ويلخصه كل من "أجي والت" و"ايميري"، في خمس عناصر متداخلة: هي المعايير المهنية والممارسات الأخلاقية للصحفيين ولحراس البوابة من مسؤولي المؤسسات. ومعايير موثيق المؤسسة الإعلامية. والمعايير المهنية التي تضعها هيئات ضبط الإعلام وجمعيات الصحفيين والناشرين. ومعايير الفلسفات الإعلامية وقوانين الحكومات و توجهات الملاك والمديرين. و المعايير التي تمثل الحدود التي يضعها المجتمع .

- المستوى الثالث: وهو مستوى القيم المهنية، وهي معايير جمع الأخبار، كاحترام الخصوصية وتجنب خداع المصادر، وصراع المصالح. و كذا معايير كتابة الأخبار كالدقة والموضوعية والتوازن. (موسوعة الموكاتل . 2020) .

2.5.3 قسم التزامات الصحفيين وواجباتهم:

يطالب الصحفيون والمؤسسات الإعلامية بأن يلتزموا في ممارستهم المهنية بمجموعة من المسؤوليات والواجبات والالتزامات ، وهي أربع أنواع، مهنية، وأخلاقية، وقانونية ، واجتماعية:

- المسؤوليات المهنية : وهي تلك المتعلقة بطبيعة المهنة وأسلوب أدائها ، وتشمل : نقل الأخبار بدقة، دون تحريف أو تشويه. والالتزام قدر الإمكان بالموضوعية والصدق. وعدم الخلط بين الخبر والتعليق. واحترام أسرار المهنة والحفاظ عليها . والحرص على العمل من أجل التدفق الحر.

- المسؤوليات الأخلاقية: المتعلقة بأخلاق المهنة ومنها : الالتزام بالنزاهة ، وتقادي المصلحة الشخصية والمنفعة المالية. واحترام كرامة البشر وسمعة الأشخاص. وعدم التعرض للحياة الخاصة للأفراد.

- المسؤوليات القانونية: وهي ضمن الالتزامات القانونية التي تطبق على الصحافة والصحفيين : ومن بينها الالتزام بمواد وأحكام القانون . والامتناع عن التشهير والقذف والسب . وعدم انتحال آراء الغير . وعدم التحريض على أي عمل، غير قانوني، ضد أي شخص. وعدم نشر معلومات من شأنها التأثير في سير العدالة. والامتناع عن نشر أخبار ومعلومات جلسات المحاكم.

- المسؤوليات الاجتماعية: وهي تلك التي يلتزم بها الصحفي طوعية لإحساسه بمسؤولياته الاجتماعية، ومن بينها: احترام المسؤولية إزاء حقوق ومصالح الرأي العام واحترام حقوق الإنسان ومبادئ التعاون بين الشعوب وعدم الدعاية للحرب أو وعدم الحث على الكراهية القومية أو العرقية أو الدينية. الامتناع عن نشر الموضوعات والصور الخليعة (الجنسية) والتي تعرض على الجرائم والانحرافات الجنسية، والتي تشجع المخدرات. الالتزام بالقيم الثقافية المقبولة لدى المجتمع ومراعاة مبادئ والأسس حول القيم التي يتفق عليها المجتمع الدولي.

كما تدرج مسؤوليات أخرى ضمن المسؤوليات الاجتماعية التي ينبغي أن يلتزم بها الصحفي، باختلاف الظروف، وباختلاف الفترات، وباختلاف الدول والمجتمعات، وقد تتسع هذه المسؤوليات والالتزامات حسب ظروف البلد وحجم الحرية المتاحة، ومن بينها: الامتناع عن نشر المعلومات

المضادة للمصلحة الوطنية، ومنها الأمن القومي والأسرار الرسمية. والامتناع عن نشر المعلومات التي تضر بالحياة الاجتماعية. والامتناع عن نشر المعلومات التي تسيء للحياة الخاصة للأفراد . في بعض الحالات تتسع هذه المسؤوليات والالتزامات لتشمل عدم التحريض على الشغب، أو عدم الاستهانة بالدستور، وعدم إهانة رئيس الدولة، عدم الإضرار بالعلاقات مع الدول الأجنبية ، وعدم نشر الأخبار الزائفة والملفقة التي تحبذ على الحرب والصراعات. (أبو خليل . 2011. ص 146-147)

من خلال استعراضنا لأنماط المسؤولية الاجتماعية وتصنيفاتها في الصحافة بمختلف عناصرها، نلاحظ أنه، يمكن تطبيقها والالتزام بها في وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والإذاعات والتلفزيونات بدرجات نسبية، أما في الانترنت وفي مواقع التواصل الاجتماعي، فيبدو الأمر ليس سهلاً، نظراً لخصوصية هذه المواقع، فهي ليست وسائل إعلام تقليدية، فمضمونها ينجزه مستخدمون، أي مواطنون عاديون وليسوا صحفيون محترفون، كما أن أغلب منشوراتها تتميز بأنها مجهولة المصدر، كون الحسابات تفتح بأسماء مستعارة مجهولة . كما أن المضامين هي مضامين هواة لا يتم الإشراف عليها من قبل فريق والتحقق من صحتها. ونسجل بعض الأخطاء التي ارتكبت في المواقع على سبيل المثال.

6.3 من أشهر الأخبار الملفقة في مواقع التواصل في الجزائر

- حادثة حوار الشروق عن طريق فايسبوك مع سهى عرفات:

أنجز صحفي من جريدة "الشروق" عام 2015 حواراً صحفياً مع أرملة الرئيس الفلسطيني السابق "ياسر عرفات" عن طريق موقع فايسبوك حيث أرسل الأسئلة وتلقى الإجابات من خلاله . وقد تم تكذيب إجراء الحوار من قبل أرملة الرئيس الفلسطيني . وللإشارة فإن عنوان الحوار على لسان السيدة "سهى عرفات" يوحى بمسؤولية الرئيس الفلسطيني الحالي محمود عباس في حادثة موت عرفات. وقد اعتذرت جريدة " الشروق " للسيدة سهى عرفات وللرئيس الفلسطيني محمود عباس، في توضيح لها نشر في العدد رقم 4836، بتاريخ 13. 08. 2015 في الصفحة رقم 11 (الشروق. 2015. ص 11) .

- حادثة المتهم باختطاف الطفلة نهال :

ورد في موقع فايسبوك في صفحة خاصة بقناة وجريدة، صورة شاب، اتهم باختطاف الطفلة نهال في ولاية تيزي وزو، وتم بث الخبر مع الصورة. وكانت الطفلة اختطفت في 21 جويلية 2016، و وجدت أشلائها مفحمة في ظروف غامضة . وبعد أن انتشرت قصة اتهام الشاب، ظهر في فايسبوك وأكد أنه يؤدي الخدمة الوطنية في ولاية تمنراست، ولم يبرح ثكنته منذ أكثر شهرين، وتبين أن أحد أصدقائه أراد أن يمزح معه بهذه الطريقة.

7.3 صعوبة تحديد المسؤولية في مواقع التواصل الاجتماعي

يزداد اهتمام المستخدمين بمواقع التواصل الاجتماعي وبمضامينها، حيث يرتفع عددهم بشكل سريع وينتشرون على نطاق واسع، ويبلغ عدد مستخدمي فايسبوك على مستوى العالم في عام 2020 وفق ما تشير آخر الإحصائيات أكثر من 2 مليار مستخدم، ويزيد عددهم في الجزائر عن 20 مليون مستخدم. ومواقع التواصل مفتوحة للجميع. يكتب وينشر فيها المستخدم ما يشاء دون رقيب ولا حسيب. بأسماء مستعارة وهويات مجهولة. وهذا ما يجعل تحديد المسؤولية فيها أمر ليس بالسهل، سواء كانت مسؤولية قانونية جنائية أو اجتماعية.

وأصبحت وسائل الإعلام كالقنوات الفضائية تستعمل مضامين الهواة، مثل قناة الفرنسية "فرانس 24" التي تستعملها في تغطية الأخبار الدولية ببرنامج "مراقبون" الأسبوعي، ويوجد نحو 6 آلاف مراقب نشيط يرسلون هذه القناة بمعلومات وفيديوهات وصور (جمال بلعشي 2017).

بدورها تخصص قناة " بي بي سي" عربي، البريطانية منذ عام 2018 برنامجا خاصا للأخبار والصور في المواقع الاجتماعية تحت اسم "تريندينغ" يقوم برصد أهم ما يجري في الدول العربية. أما شبكة الأوروفزيون (اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الأوروبية) فتأخذ الأخبار والمعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي، وتقول "أن ماري لوبومورال" إحدى مسؤوليها أن الأوروفزيون تدعم التواصل مع مواقع التواصل، ولا يهم تلقي المضمون من أشخاص ليست لديهم المهنية بقدر ما يعني المؤسسة، صحة المادة وواقعيتها ووضوح المصدر(..) وتعتبر الشبكة أن شاهد العيان هو صاحب المعلومة، وتتعامل معه بشفافية" (أن ماري لوبومورال 2017). وكانت قناة "الجزيرة" القطرية من أوائل وسائل الإعلام التي اعتمدت "شاهد العيان" كمصدر في تقاريرها الإخبارية، وهي تخصص منذ 2019 برنامجا لمستخدمي مواقع بعنوان "نشركم".

8.3 جهود لتحديد المسؤولية في مواقع التواصل الاجتماعي

تعترف الشبكة الأوروبية الأوروفزيون (اتحاد الإذاعات والتلفزيونات الأوروبية) على أنه "يمكن لصحافة المواطن أن تكون لها مخاطر، وأهمها فقدان المصداقية، فهناك معايير فنية وتقنية لا بد من احترامها، ومن الأمثلة على ذلك قضية أوراق بنما أو بنما بابيرس Panama Papers التي خلفت تشنجا كبيرا." (أن ماري لوبومورال. 2017)

نعتقد أن أكبر عائق لمضامين مواقع التواصل الاجتماعي أو ما سمي مجازا " صحافة المواطن " وما تطلق عليه دراسات حديثة في المجال الافتراضي مصطلح " مضامين الهواة " يتمثل في مصداقية الأخبار والمعلومات والصور و الفيديوهاات الواردة فيها ، ولهذا فإن تحديد المسؤولية فيها ، ينبغي أولا أن يبدأ بالتحقق مما يرد فيها، ثم بوضع قوانين تمنع بث وتداول المعلومات والأخبار الملفقة والصور المفبركة وغير الصحيحة في هذه المواقع التواصلية ، مع اعتماد موثيق شرف لمستخدميها، وتنبيه المدونون والمغردون من أخطار استعمال وتداول المواد غير الصحيحة والمفبركة.

وللتقليل من الأخطاء والتجاوزات المرتكبة، وتحديد المسؤولية في مواقع التواصل الاجتماعي، تبرز هذه الآليات الثلاث، وهي: التحقق من صحة المعلومات والصور والفيديوهاات، وتدعيم القوانين وموئيق الشرف لأخلاقيات النشر في الانترنت، ومكافحة الأخبار الملفقة:

1.8.3 التحقق من صحة المعلومات والصور والفيديوهاات

يعتبر التحقق من صحة الأخبار والمعلومات والصور، من أول الآليات والخطوات المعتمدة للتقليل من الأخطاء الاعلامية والأخبار الكاذبة (فايك نيوز) ، وقد اعتمدت هذه الآلية من القنوات الفضائية .

فقد اعتمدت القناة الفرنسية " فرانس 24 " لتقادي بث الأخبار والصور الملفقة، أساليب مثل فحص تفصيل الصورة، ألوان وأزياء رجال الأمن، ألوان طلاء الأرصفة وغيرها .. وهناك وسائل أخرى للتحقق كالبيانات الخفية للصورة، مثل ماركة جهاز التصوير، وتاريخ التصوير، والموقع الجغرافي وغيرها .. وقد وردت على قناة فرانس 24 صورة تظهر فتاة ملطخة بالوحل، وادعى ناشرها أنها فتاة أوكرانية تعاني من ويلات الحرب. ولكن تبين أن الصورة التقطت في إحدى مسابقات الصور في استراليا عام 2012 (جمال بلعيشي . 2017).

كما يتم التحقق من صحة الصور عن طريق وضعها في "غوغل صور" فنحصل على المواقع التي نشرت فيها الصورة وتواريخ نشرها ثم تجرى مقارنة ذلك مع ما يدعيه مرسل الصورة . وهناك أيضا موقع آخر، حينما ننزل فيه الفيديو الوافد، يفيدك بأسماء المواقع التي نشر عليها. كما يتم التحقق من الصور باستشارة المعنيين والمختصين .

ففي قناة " بي بي سي " البريطانية بثت عام 2017 صور لمجزرة ، تم الاعتقاد بأنها حدثت في سوريا في نفس العام، والحقيقة أنها صور لمجزرة وقعت قبل ذلك بسنوات في مدينة الفلوجة بالعراق ، أنجزها مصور ايطالي أعلم القناة بعد بثها خطأ أنه صاحبها وأن مكان وقوعها هو الفلوجة بالعراق وليس سوريا. وبعد هذه الصورة الخاطئة والملفقة للواقعة المزعومة أصبحت القناة تتوخى الحذر عن طريق أجهزة تحقق واستشارات واسعة ..

2.8.3 وضع قوانين ومواثيق الشرف متعلقة بالإعلام الالكتروني

نظرا لارتفاع حجم الأخطاء في نقل الأخبار والصور ترتفع أصوات تطالب بـ:

- سن تشريعات وقوانين تتعلق بمضمون ما يحتويه الانترنت، لتحميل المسؤولية في المواقع .
 - وضع مواثيق شرف للناشطين المستخدمين لهذه المواقع، تؤسس لأخلاقيات استخدامها.
- ونعتقد أن التقنين في مجال النشر الالكتروني على المستوى العالمي، ما يزال في بدايته، خاصة في مجال تحديد المسؤولية، فمثلا تحديد المسؤولية الجنائية في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي عن جرائم النشر الالكتروني، يطرح تساؤل من يتحمل المسؤولية المزود بالخدمة (البروفائدر) أم المستخدم أو الاثنين معا ؟ فمتى تبدأ المسؤولية القانونية للمزود والمحرر، ومتى تنتهي ؟ كما أن " التشريعات التقليدية القائمة غير قادرة في كثير من الظروف على تكيف الممارسات السلبية الأنترنتية قانونا ولاسيما فيما يتعلق بالتشهير والقذف، حيث أن أغلب المستخدمين يصنفون في دائرة المجهول" (السويدي. 2013. ص17).

وإذا كان هذا هو الشأن، بالنسبة للمسؤولية القانونية الجنائية، فإن حال المسؤولية الاجتماعية أكثر تعقيدا، كون عناصرها غير دقيقة وتخضع للظروف ولطبيعة المجتمعات. وهنا يتم الشدид على مسؤولية المدونين ودورهم في المجتمع من خلال ضرورة الالتزام بالحرية المسؤولة وبالأخلاقيات. ويرى "علي شمو" وزير الإعلام السوداني الأسبق ورئيس المجلس القومي للصحافة، أنه " ينبغي التزام المدونين بحرية مسؤولة واعتماد المعايير المهنية الأساسية كالمصادقية

والتوازن" (السويدي . 2013. ص 18). ويشير "فارس المهداوي" عميد كلية الإعلام بالجامعة العربية المفتوحة لشمال أمريكا إلى " الحاجة إلى منظمات ترعى المدونات و(مواقع التواصل الاجتماعي) لتوجيهها وتنظيمها. ووضع منظومة للقيم الأخلاقية" (السويدي . 2013 . ص 18).

ومع تزايد الأخطاء والأخبار الملفة في السنوات الأخيرة، في مواقع التواصل الاجتماعي بدأت دعوات دول وحكومات لإنشاء مدونات أخلاق لهذه المواقع ، مثل ذلك التقرير الذي أعده مجلس العموم البريطاني (البرلمان) بتاريخ 19 فيفري 2019، الذي وصف إدارة فايسبوك ب" عصابة رقمية" ودعا إلى ضرورة حماية خصوصية الأفراد. لكن تجربة الجمعيات والنقابات ومجالس الأخلاقيات المتعلقة المدونين والمغردين في مواقع التواصل الاجتماعي، مازالت في بدايتها، وتعرضوها كثير من العراقيل، أهمها أن أغلبية المدونين والمغردين مجهولو الهوية ، يصعب إخضاعهم لتكتل مهني أو نقابي. و يبدو الأمر معقدا أكثر في الجزائر، كون الصحفيين أنفسهم لم يستطيعوا الاتفاق على إنشاء نقابات وجمعيات قوية ممثلة لهم(توجد جمعيات ضعيفة التمثيل والتأثير) ولم يتمكنوا أيضا من تأسيس مجالس لأخلاقيات المهنة (ماعدا تجربة مجلس 2000-2004 التي لم تتكرر) وهذا يصعب المهمة لدى المدونين والمغردين في المواقع، الذين حاولوا إنشاء جمعية للمدونين في عام 2009 ، ولكنها فشلت قبل تأسيسها.

3.8.3 مكافحة الأخبار الملفة

سجلت مبادرات مختلفة لمكافحة الأخبار الملفة، عن طريق عدة وسائل منها : سن قوانين للردع بواسطة غرامات والحبس، وإنشاء صفحات لتصحيح الظاهرة إعلاميا، كما أن هناك مبادرات أطلقتها إدارات مواقع التواصل الاجتماعي :

- تشريعات وهيئات للردع : نذكر من بينها : مبادرة المفوضية الأوروبية التي أنشئت منذ عام 2018 إطارا يضم مجموعة من الخبراء لتعقب حقائق الأخبار الملفة ، والتفكير في تداعياتها واقتراح حلول لها، ودعت المفوضية مسؤولي " فايسبوك، و" غوغل " و" تويتر " لاتخاذ إجراءات حاسمة ضد الظاهرة. وأنشئت حكومات أوروبية وحدات خاصة لمواجهة الأخبار الملفة ، مثلما هو الحال في برلين وباريس، كما أنشئت الحكومة البريطانية عام 2017 وحدة خاصة في مجال الأمن الوطني لمواجهة "الأخبار الملفة". وصادق مجلس العموم (النواب) على قانون يمنع

نشر عبارات تتم عن الكراهية عبر المواقع وكذا الأخبار الملفقة ويفرض غرامة مالية. وفي إيطاليا تم فرض غرامات على فايسبوك بسبب سياسية فرض البيانات الشخصية. وفي فرنسا طرح الرئيس ايمانويل ماكرون عام 2018 قانون مكافحة الأخبار الكاذبة خلال الانتخابات .

أما في الدول العربية، فقد بدأت عملية التشريع لمكافحة الأخبار الملفقة ، في البحرين عام 2012 بتعديل قانون العقوبات. وفي الأردن، تم تعديل قانون الجرائم الالكترونية عام 2018 لتجريم الإشاعات والأخبار الكاذبة، بعقوبة السجن. وفي المغرب تم سن قانون محاربة الإشاعة والأخبار الزائفة في 2017، يتضمن عقوبات بالسجن وغرامات مالية. وفي مصر ينص القانون على عقوبة السجن لمن نشر أخبارا كاذبة (ملاك خليل. 2019. ص 11).

- صفحات إعلامية للتصحيح: من الأمثلة الإعلامية لمكافحة فايك نيوز: نسجل عدة تجارب ، ففي فرنسا، أنشأ موقع " الديكوديكس Les Decodeurs في جريدة "لوموند". و في الجزائر ، تم إنشاء عام 2019 صفحة في فايسبوك تحت عنوان Fake News dz لمعالجة الأخبار الملفقة في وسائل الإعلام (فاطمة الزهراء ينون. 2020). و في مصر، تم إنشاء صفحات على فايسبوك، في وسائل الإعلام، مثل صفحة " صحيح مصر " و " أخبار مصر ".

- مبادرات إدارات مواقع التواصل: أعلنت شركة غوغل ، التي تمتلك " يوتوب " عام 2018 عن " مبادرة أخبار غوغل" تتم بانفاق 300 مليون دولار على مدار ثلاث سنوات المقبلة لدعم الصحافة الموثوقة. كما أطلق مؤسس فايسبوك "مارك زوكربيرغ" في مطلع 2018 مبادرة "جعل فايسبوك أكثر إنسانية"(أحمد مدحت. 2019. ص 27).

ومنذ عام 2016 ، تتكبد مجموعة من الباحثين السويسريين والأوروبيين على تطوير خوارزميات جديدة للكشف عن المعلومات المضللة المتداولة عبر شبكات التواصل الاجتماعية ، لكنهم يحذرون من أن تدريب الآلات لتنفيذ العملية ليس بالمهمة السهلة (جير الدين ونغ هوى ساك. 2016)

خاتمة:

مع ازدياد استعمال مضامين الهواة لمواقع التواصل الاجتماعي في وسائل الإعلام التقليدية، تتزايد الأخطاء والأخبار الملفقة، وتصبح مهمة تحديد المسؤوليات صعبة بمختلف أنواعها الجنائية القانونية، الأخلاقية، والاجتماعية ..

فأنماط وأسس المسؤولية الاجتماعية، المتمثلة في مسؤولية المضمون الصحفي، وذلك باحترام حدود المجتمع. وفي التزامات الصحفيين وواجباتهم المهنية والأخلاقية والقانونية، والاجتماعية، المتجسدة في بنقل الأخبار بدقة، دون تحريف أو تشويه، والامتناع عن نشر الموضوعات والصور الخليعة، هي أنماط يسهل تطبيقها نسبيا في وسائل الإعلام التقليدية كالصحف والإذاعات والتلفزيونات.

أما في الانترنت وفي مواقع التواصل الاجتماعي، فيبدو أن تطبيق هذه الأنماط والأسس أمر مختلف، نظرا لخصوصية هذه المواقع، فمضمونها لا يقدم مادة إعلامية، يحررها صحفيون محترفون، يحسنون فنيات التحرير الصحفي، ولهم دراية بأخلاقيات المهنة الصحفية. فما تقدمه مواقع التواصل هو عملية اتصال وتواصل بين مستخدميها، يرسلون ويتلقون بهدف السبق والانتشار ، وذلك بهويات مجهولة في غالب الأحيان. وهو ما يصعب من عمليات التعرف عليهم وتحديد مسؤولياتهم في ذلك دون إجراء تحقيقات أمنية، التي تكون بعد إيداع شكاوى وتظلمات من قبل المتضررين من مضامين هذه المواقع التواصلية، فتحديد المسؤولية يكون بصفة بعدية ، أي بعد وقوع الخطأ أو التجاوز .

لكن هناك محاولات لتحديد المسؤولية الاجتماعية بصفة قبلية، أي قبل وقوع الأخطاء ونشر الأخبار الملفقة وحوادث تجاوزات، وذلك بسن تشريعات وقوانين لردع الظواهر السلبية. وهو ما تقوم به عديد الدول من خلال إجراءات قانونية لمكافحة فايك نيوز. والدعوة للالتزام بالأخلاقيات في شبكة الانترنت ومواقع التواصل، حيث أن حكومات وبرلمانات، وكذا هيئات ومجالس للإعلام وأخلاقيات المهنة الصحفية تبذل مجهودات من أجل إقحام شركات عالمية كبرى في العالم الافتراضي في مجال التقنين والأخلاقيات في هذا المجال، من أجل تحضير مواثيق ومدونات سلوك أخلاقية للمدونين والمغردين.

ومع كل هذه التحركات المسجلة في السنوات الأخيرة ، تبقى مسألة المسؤولية الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي محل نقاشات وجدل أكاديمي واجتماعي وسياسي بين مفهومي، إطلاق حرية التعبير والالتزام بصالح المجتمع.

قائمة المراجع

باللغة العربية :

• مؤلفات

- 1- أحمد بن مرسل، (2007)، **مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- 2- بسام عبد الرحمن المشاقبة، (2012)، **أخلاقيات العمل الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 3- بسام عبد الرحمن المشاقبة، (2014) **الرقابة الإعلامية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- 4- جميل أبو خليل فارس، (2011)، **وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير**، دار أسامة، الأردن.
- 5- جمال سند السند، (2013)، **وسائل التواصل الاجتماعي ودورها في التحولات المستقبلية**، الإمارات.
- 6- حسنين شفيق، (2011)، **الإعلام الجديد.. تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية**، دار الفكر والفن.
- 7- خضر وائل مبارك فضل الله، (2011)، **أثر الفيس بوك على المجتمع**، المكتبة الوطنية، السودان.
- 8- درويش اللبان شريف، (2011)، **مداخلات في الإعلام البديل**، دار العالم العربي، القاهرة.
- 9- داون نونسياتو، (2011) **الحرية الافتراضية.. حيادية الشبكة وحرية التعبير في عصر الانترنت**، ترجمة أنور الشامي، وزارة الثقافة والفنون، قطر.
- 10- رشيدة سبتي، (2014) **منهجية البحث العلمي (في العلوم الانسانية والاجتماعية)**، دار التنوير الجزائري.
- 11- طاهر بن خرف الله، (2003) **حرية الإعلام وحقوق الإنسان**، الوسيط في الدراسات الجامعية، العدد الأول، 2003.
- 12- عباس مصطفى صادق، (2008)، **الإعلام الجديد، المفاهيم والوسائل والتطبيقات**، دارالشروق، الأردن.
- 13- علي قسايسية، (2011)، **جمهور وسائط الاتصال**، الطبعة الأولى، دار الورسم، الجزائر.
- 14- فاطمة الزهراء عبد الفتاح، (2012)، **المدونات والمشاركة السياسية**، دارالعالم العربي، مصر.
- 15- محمد زيان عمر، (1988)، **البحث العلمي (مناهجه وتقنياته)**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

• مداخلات

1- متعب بن شديد بن محمد الهماش، (2009)، تشكيل الرأي العام الإلكتروني، مؤتمر تقنيات الاتصال والتغير الاجتماعي، جامعة الملك سعود، المملكة السعودية. (متاح على موقع <http://www.maktoobblog.com>)

2- ينون فاطمة الزهراء ينون، (2020)، معالجة صفحة Fake news dz على الفايستوك للأخبار الملفقة المنشورة على الموقع التواصل- دراسة تحليلية، الملتقى الوطني الثالث "الأخبار الملفقة في البيئة الإعلامية والاتصالية الجديدة- مسالة بحثية ضمن السياق الجزائري، جامعة الجزائر3، الجزائر.

• مقالات :

- 1- أحمد مدحت، (2019)، الأخبار الكاذبة ومواقع التواصل ..حرب حقيقية أم وهم دعائي، مجلة الصحافة ، معهد الجزيرة للإعلام ، العدد 13 .
- 2- أنماري لوبومورال، (2017)، تجربة الشبكة في استخدام مضامينالهواة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية.
- 3- جمال بلعشي، (2017)، تجربة القناة في استخدام مضامين الهواة، مجلة اتحاد الإذاعات العربية.
- 4- رمضان عبد الحميد، (2013)، مفهوم المسؤولية الاجتماعية للأعلام .. قانون الإعلام الجزائري نموذجاً، دفا تر السياسية والقانون بجامعة ورقلة، العدد التاسع - الجزائر .
- 5- صادق الحمادي، (2012)، كيف نفكر في مواقع الشبكات الاجتماعية.. إحدى عشر مسألة أساسية، مجلة أكاديميا الشهرية بجامعة منوبة، تونس، عدد ماي.
- 6- عبد العالي رزافي، (2014)، دور الإعلام الشعبي الإلكتروني في الثورات العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 22، كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، دار هومة ، الجزائر .
- 7- ملاك خليل، (2019)، قوانين بجرم الصحفيين من بوابة الأخبار الكاذبة، مجلة الصحافة، معهد الجزيرة للإعلام، العدد 13.
- 8- نصر الدين لعياضي، (2014)، تكنولوجيا وسائط جديدة وتكنولوجيا قديمة التفكير في عدة التفكير في مواقع الشبكات الاجتماعية في المنطقة العربية، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 22، تصدر عن كلية الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر 3، دار هومة ، الجزائر .

• مواقع الانترنت

- 1- ميلت بيتار، (2019) مسؤولية الصحافة ، <https://blogs.fco.gov.uk/ar/petermillet> ، اطلع عليه بتاريخ 02.05.2019 على الساعة 14.47.
- 2- موسوعة الموكاتل، المسؤولية في الاعلام،

<http://www.moqatel.com/openshare/Behoth/Fenon->

Elam/sahafa/mol14.doc_cvt.htm اطلع عليها بتاريخ 30.03 . 2020 على الساعة 21.46.

3- محمود العوضي (2011)، هل تحد بريطانيا من حرية بعد فضيحة نيوز أوقف ذي ورلد. (متاح

على موقع جريدة ايلاف <https://elaph.com/Web/news/2011>

4- جبر الدين ونغ هوي ساك (2016)، التحقق من المصادقية.. المعركة الطويلة للحد من انتشار

الأخبار الكاذبة على شبكة الأنترنت ، متاح على : www.swissinfo.ch/ara/business

اطلع عليه بتاريخ 05-04 - 2020 .

• دوريات وجرائد:

- 1- جريدة الخبر، (2017)، 2016 كانت صعبة على الصحافة، العدد 8493 .
- 2- جريدة الشروق، (2015)، توضيح حول حوار سهى عرفات، جريدة الشروق العدد 4826 .
- 3- جريدة الحياة اللندنية (2018)، الورق جسر " فيسبوك " إلى جمهور تهدده الاستخبارات ب" سوسيال ميديا "، العدد 20084.

باللغة الفرنسية:

- 1- Franck Leroy : Réseaux Sociaux . Actes Sud. France. 2013.
- 2- Harmes : Ces Réseaux Numériques Dits Sociaux : Paris . France .2011.
- 3- Pascal Lardellier : Le Pouce et la souris . Fayard .France. 2006.
- 4- Philippe Breton : Le culte de l'internet. Casbah Editions. Alger. 2004.