

الخطاب الإعلامي في الإعلام التقليدي ووسائل التواصل
الاجتماعيين مصداقية الخبر وموضوعية التناول في
الجزائر.

**Media speech, in traditional media and social media between the
credibility of information and the objectivity of transactions in Algeria.**

الدكتور : بداني فؤاد*

المركز الجامعي أمين العقال الحاج موسى أقي أخموك،
تامنغست - الجزائر -

المخلص:

نشهد اليوم في الساحة الإعلامية فوضى كبيرة في الممارسة والتلقي من جراء تعدد المصادر التي تنقل الأحداث وظهور ما سمي بصحافة المواطن كنتيجة للتطور الحاصل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وامتلاك وسائل النشر والتسجيل، فشهدت تغيرات جذرية في الممارسة الصحفية والإعلامية وهو الأمر الذي توقعه عالم الاتصال الأمريكي "مارشال ماكلوهان" في نظريته الحتمية التكنولوجية، وفكرة أن الوسيلة هي الرسالة وفي هذه المقالة التي هي عبارة عن دراسة وصفية لما حدث من تناول إعلامي في الإعلام التقليدي والإعلام الجديد لعدة مواضيع تفاعل معها المجتمع الجزائري وخاصة رواد الرأي العام الافتراضي أي مستخدموا وسائل التواصل الاجتماعي، منها موضوع التربية والسيارات والصحة والعدالة والكثير من المواضيع التي عبّر عنها المجتمع الجزائري المتفاعل عبر منصات الإعلام الجديد - الأمر الذي أثار بدرجة كبيرة على المهنة الصحفية وخاصة في القيم الإخبارية التي تعتبر الركيزة الأساسية لأخلاقيات المهنة الصحفية، فكيف تميز الخطاب الإعلامي للإعلام التقليدي والإعلام الجديد أثناء تناول القيم الإخبارية في المواضيع الاجتماعية المتمثلة في التربية والصناعة والعدالة.

الكلمات المفتاحية: الخطاب الإعلامي، القيم الإخبارية، الإعلام الجديد، وسائل التواصل الاجتماعي.

Abstract:

We are living to day the revolution of new media so as the result of this revolution the emergence of citizen journalism cause to Ease of possession the means of communication and information ; this development in media and communication technologies and the ownership of publishing and recording means give use another meaning of Media values like theory of The American "Marshall McLuhan" in his theory of technological

determinism, and the idea that the medium is the message. In this article, which is a descriptive study of what happened in the media communication and information Algerian and the new media , several topics with which the Algerian society interacted, especially the pioneers of virtual public opinion, in the social media, including the issue of education, cars, health, justice and many of the topics expressed by the Algerian society Interacted across new media platforms. This has greatly affected the journalistic profession, especially in the news values, which are the main pillar of the ethics of the journalistic profession. How did the media discourse of traditional and new media be distinguished while dealing with news values in the social issues of education, economic and section of industrial.

Keywords: media discourse, news values, new media, and social media.

مقدمة :

إن الإعلام نشاط اتصالي يتم من خلاله تزويد الناس بالأخبار والوقائع السليمة والأحداث الصحيحة من خلال نشر كل ذلك عبر مختلف وسائل الاتصال الجماهيري وهو كمهنة تقوم على أسس من الأخلاق وحب التحلي بها لكل صحفي وهي: السلطة والواجب، الحرية والمسؤولية والحقيقة، التعددية، الاختلاف، الصالح العام واحترام الآخر وهي مفاهيم فلسفية من الواجب على الصحفي أن يلتزم بها الصحفي فهي تساعد على إدراك "المعنى" لماذا؟ ويتساءل: لماذا أقوم بهذا العمل ولا أقوم بذلك؟ ما المحددات الكبرى لأفكارنا وسلوكنا؟، ما نوع القيم أو المسؤولية أو الأخلاق الواجب الالتزام بها في ممارسة الإعلام؟ ومن الذي يحددها؟ أين تبدأ وأين تقف حرية التعبير؟، كيف نضمن التعددية والاختلاف والعدالة؟

أولاً: مدخل مفاهيمي:

1-الخطاب: يعتبر مفهوم الخطاب أحد أكثر المفاهيم رواجاً في حقل العلوم الانسانية والاجتماعية كما أنه يشترك ويتقاطع مع العديد من التخصصات ومجالات البحث اللغوي ولقد ذكرت مادة (خطب) اثنا عشر مرة موزعة على اثنا عشر سورة دلالية، شكلت خلالها حقلاً دلالياً خاصاً بها يتوافق وشروط الثقافة

التي وجد فيها قصد تحديد المعنى الدلالي لأي كلام يكون مكون من المتكلم والكلام على حدّ تعبير الفيلسوف ارسطو في فكرته حول الخطبة والخطيب(شرشار، ع.ق. 2006: 09)، كماورد في قاموس" اللسان" لابن منظور، أن الخطاب والمخاطبة: مراجعة الكلام وقد خاطبه بالكلام مخاطبة وخطابا، هما يتخاطبان. والمخاطبة صيغة مبالغة تفيد الاشتراك والمشاركة في فعل ذي شأن.(ابن منظور. 1993: 856) ومعنى ذلك أن شرط قيام الخطاب هو التشاركية والتفاعل بين المرسل والمستقبل .

كما حاول العرب القدامى تطوير نظرية التلقّي وأن المعنى يتجاوز مفهوم اللفظ أو الجملة بدليل أن المتكلم في تعبيره عن حاجاته لا يتكلم بألفاظ أو جمل، لكن من خلال نص وطريقة تلقي النص هي من تعطي المعنى الحقيقي للكلام والفهم الصحيح للدلالة .

فأصبح البحث في خطاب يتم فيه تحميل المفردات والجمل بدلالات يقتضيه موضوع الخطاب، غير أن هذا المفهوم تعرض عبر مراحل زمنية إلى تهجير دلالاته واستبدالها بشبكة دلالية تنتمي إلى نسق ثقافي مختلف بمدلولات غريبة وغريبة عنه، بحجة تحديث المصطلح بما تقتضيه الثقافة الحديثة إلى تغيير مفهومه الاستعمالي إلى التلقّي وهو أمر يمكن وصفه بأنه إقصاء اصطلاحى لمعظم ما يتصل بجهاز المفاهيم المستعمل الآن في الثقافة العربية الحديثة مع مراعات المستجدات في مفردات اللغة العربية .(عبد الله، إ. 1997: 229)

أما في الفكر الغربي فقد نشأ هذا المفهوم فلسفيا ولايزال حتى اليوم، فنظر أرسطو طاليس إلى الخطابة على أنها صناعة قائمة على مجموعة من المكونات قائلا: (...أما اللاتي ينبغي أن يكون القول فيهن على مجرى الصناعة فتلاثة: إحداهن الإخبار عن أي الأشياء تكون التصديقات، والثانية ذكر الاتي تستعمل في الألفاظ والثالثة أنه كيف ينبغي أن ننظم أو ننسق أجزاء القول)(ارسطو، ط. 1983: 181) نستخلص من مقولة أرسطو ثلاثة عناصر للخطابة الإقناع والبراهين أي الاسلوب أو التنظيم أو البرهان في ترتيب أجزاء القول كما يقصد ارسطو في فهم الخطاب إلى ثلاث مكونات أساسية وهي المحتوى أي الإخبار عن وجود أشياء وجب تصديقها والمركب الثاني هي اللغة أي الحامل للمعاني والمكونات اللفظية للخطبة أو نص الخطاب، أما الجزء الثالث هو التنسيق أي شكل الخطبة الذي يعطيها معني إدراكي قصد التفاعل للوصول الى معاني سليمة صحيحة، لذلك يمكن تلخيص الثلاثية في اللغة ومبنى النص ودلالة المحتوى.

أما ظهور مفهوم الخطاب بأبعاده الابستيمولوجية المستقلة كان مع مؤلفات ميشال فوكو M. Foucault من خلال محاولته فهم بنائية الخطاب واكتشاف الدعامة الميكانيكية التي تحفظه في مكانه، وصولاً إلى الأسس التي تحركه ولا يكون هذا الفهم إلا إذا قيس بمجالات فكرية متشعبة أي تعدد معاني التفسير من أيديولوجية فكرية إلى منطلق استدلالى ابستيمولوجي محايد عن النظريات السابقة المحصورة في المبنى والمعنى والوسيلة، فقد ربطه بالفلسفة على أنه عملية عقلية منظمة تنظيماً منطقياً وعلى أنه سلسلة من العمليات العقلية الجزئية أو تعبير عن الفكر بواسطة سلسلة من الألفاظ والقضايا التي يرتبط بعضها ببعض.

وحسب ميشال فوكو ينبغي تصور الخطاب كمجموعة أجزاء غير متصلة وظيفتها التكتيكية غير متماثلة ولا ثابتة لإدراك المعنى الدلالي من أصل الكلام وبصورة أدق يجب أن لا نتخيل عالماً لخطاب مقسماً بين الخطاب المقبول والخطاب المرفوض بل يجب أن نتصوره كمجموعة عناصر خطابية (فوكو، م. 1990: 109)

كما قام فوكو بتفكيك بنية الخطاب نفسه منطلقاً من فكرة الجزء إلى الكل معتبراً المنطوقات هي أصغر جزء في الخطاب فحسبه أن المنطوق لأول وهلة جزء لا يتجزأ من الكل لأنه قابل لأن يستقل بذاته، ويقوم علاقات مع عناصر أخرى مشابهة له، فالمنطوق أبسط جزء في الخطاب لأنه هنا بسط فوكو مصطلح الخطاب إلى المعنى الحقيقي وهو النطق أي مراعاة مخارج الحروف والاصوات للدلالة الصحيحة على الخطاب. (فوكو، م. 1999: 104).

2- الخطاب الاعلامي:

أما عن الخطاب الإعلامي هو منتج لغوي اخباري منوع في اطار بنية اجتماعية ثقافية محددة وهو شكل من اشكال التواصل الفعالة في المجتمع، له قدرة كبيرة على التأثير في المتلقي واعادة تشكيل وعيه ورسم رؤاه المستقبلية وبلورة رأيه وبحسب الوسائط التقنية التي يستعملها والمرتكزات المعرفية التي يصدر عنها الخطاب في مختلف وسائل الإعلام.

وهو يعرف كذلك بأنه نسق تفاعلي مركب متشابك يجمع بين اللساني والأيقوني، تتلاقى فيه العلامة اللغوية وغير اللغوية، يشترك في هذه الميزة مع خطابات اخرى ويختلف عنها في الوقت نفسه مثل الخطاب الاشهاري والسياسي والدعائي وبخاصة من حيث الشحن الايديولوجي وكل ذلك يشغل عبر اللغة

وعبر الصورة في الوقت نفسه، فهي الميزة التي تجعل الخطاب الاعلامي نسقا سيميائيا قابلا للقراءة والتأويل، عابرا للتخصصات ومعارف عديدة، بمعنى أوضح الخطاب الإعلامي لا يرقى إلى خطاب إلا إذا كان قابل للدراسة السيميولوجية والتحليل الإيقوني لاحتوائه على الدلالات والمعاني التي يريد الصحفي إيصالها إلى الجماهير وتبليغ الرأي العام. (حنيفي، ح. 2003: 26، 27)

ثانيا: مفهوم أخلاقيات المهنة الصحفية:

تعتبر أخلاقيات المهنة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة محدودة وجزءاتها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية والأخلاقية لأعضاء مهنة ما سواء فيما بين الممارسين أنفسهم أو اتجاه الغير، حيث جاء تعريفها في قاموس الصحافة والإعلام على أنها مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها منظمة أو مؤسسة لكافة أعضائها وتحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضه للتشريع وتطبيقاته من قبلا لقضاة فالأخلاق المهنية ليست مرتبطة ببساطة بممارسة السليمة للمهنة فحسب بل تنبع أساسا من الأهداف السامية للكلمة .

وقد عرفها جون هو نبرج (John honbreg) على أنها تلك الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي وتمثل قانونا أساسيا للعمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة، صادقة وواضحة، فهي تطبق لحماية المصادر وتحقيق الصالح العام لا غير، فعن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها تتحقق أخلاقيات المهنة الصحفية وكما أن الأخلاق المهنية للصحافي وردت في الصحافة الاشتراكية " لبروخوف (Iberkhove) " بأنها "... تلك المبادئ والمعايير الأخلاقية لم تثبت قانونيا بعد ولكنها مقبولة في الوسائل الصحافية ومدعومة من قبل الرأي العام والمنظمات الشعبية والحزبية... "وهنا يمكن القول أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي تلك الأخلاق المتعلقة بمهنة الإعلام وتتشكل من مجموعة القيم المتعلقة بالممارسة اليومية للصحفيين وجملة الحقوق والواجبات المترابطين للصحفي، قصد تنظيم العمل الصحفي وتجنب الوقوع في القذف والتظليل والإشاعة، فأخلاقيات المهنة الصحفية هي بمثابة دستور قوانين منظمة لحدود الصحفي كي لا يتجاوز الحقوق والحريات العامة باحترام قوانين الإعلام، هي كذلك مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أداءه لمهامه أو بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجداستحسانا عند الجمهور كما أنها أيضا جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها بشكل إرادي في أداءه لمهامه كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام.

وتتلخص أخلاقيات المهنة فيما يلي:

1-الصدق: هو الدافع لأدبيات التعامل مع (المادة) الإعلامية، فالحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي والوصول إليها ليس عن الطرق الملتوية ولا القصيرة المشوبة بما يخدش دقتها وصدقها وواقعيتها، بل يمكن الوصول إليها عن طرق صعبة ولكن سليمة تكون مدعاة السرور وجلب الاطمئنان إلى التميز ومقارنة العمل من شخص إلى آخر في مجال المصادر الصحفية سواء كانت أو إذاعة أو تلفزيون، ذلك لأن الوسائل الإعلامية تسعى إلى الوصول إلى الحقائق عند الناس أو في واقع الوقائع ضمن بيئتها وزمانها، لأن الحقائق ليست دوما في متناول من يريدونها فلا بد من الوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة. (يعقوب ع. ح : 2008، ص17)

2-احترام الكرامة الإنسانية: مما يقتضبه عرض الأخبار والصور بما لا يمس هذه الكرامة جماعية كانت (فئة أو ثقافة أو دين) أو فردية (مثل عرض صورة شخص دون إذنه) إن هذا يقتضي استعمال وسائل قانونية سليمة للحصول على المعلومات، بحيث لا يجوز استعمال أساليب الخداع أو التوريط أو الابتزاز أو التلاعب بالأشخاص مثل التسجيل أو التصوير غير قانوني، كلها أفعال يعاقب عليها القانون وخاصة قانون الاعلام .

3-النزاهة: وتعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الإشهار وبين الصالح العام والصالح الخاص (الاعتبارات الذاتية)، كما تفيد النزاهة التجرد من الهوى والاستقلالية في العمل وعم الخضوع لأي تأثير أو رقابة داخلية(المنشأة) كانت أم خارجية (الجمهور) والضغوط السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية بجميع أشكالها.

4-المسؤولية: وهي التي توجب على الإعلامي أن يتحمل نتائج نشاطه الصحفي فيعمل على التأكد من صحة أخباره، بمعنى انه لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته والحذر في نشره. (عبد النبي ع.!. 1989: 34).

5- العدالة: وهي تفيد بأن المواطنين متساوون في الحقوق وكما هم متساوون أمام وسائل الإعلام ومن هنا تأتي ضرورة الحرص على أن تكون هذه الوسائل تعبيراً عن فئة أو ثقافة أو جهة دون أخرى وأن العدالة تقتضي توخي الحكمة في عرض الأخبار والصور والابتعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة والتهويل والإثارة الرخيصة.

6- الاخلاق الصحفية: "ذلك الفرع من الفلسفة الذي يساعد الصحفيين في تحديد الصحيح الذي يجب أن يفعلوه وهي من ناحية ما تعد فلسفة أخلاقية (أو علوم معيارية السلوك) ذات نهج يمكن أن يوصف بأنه افعال ارادية، فالأخلاق الصحفية ينبغي أن توضح الخطوط الارشادية والقواعد والمعايير والقوانين والمبادئ التي تقود الصحفي. (يعقوب .ع.ح.م. 2008: 17).

ثالثا - وسائل التواصل الاجتماعي المصداقية:

أ- مفهوم وسائل التواصل الاجتماعية أو الشبكات الاجتماعية Social Network:

هي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو ما يعرف باسم ويب "2.0" "تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجتمعون حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، مدرسة، عقيدة، ثقافة شركة ... الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (مازن الدراب، 2009). وهي حلقات اجتماعية كما في الحياة اليومية، إنما الفرق أنها عبر الانترنت وهي تضم مواضيع خاصة وعامة من كتابات وصور وأفلام ودرشات وتعارف.

كذلك هي مواقع مبنية على فكرة الشبكات الاجتماعية التقليدية حيث تتواصل مع أفراد جدد لا تعرفهم عن طريق أفراد تعرفهم مثل "Face Book و MySpace" "Tweeter".

ولقد صنفها مختصو المعرفة والمعلومات أنها من بين المواقع التي من الممكن إذا وظفت أن تسهم في إعلاء قيم المعرفة والنقد والمراجعة وحوار الذات وهي القيم التي ينطلق منها أي مشروع تنموي ثقافي وحضاري لنشر المعارف والعلوم وانماط عيش للشعوب.

الصورة رقم 01 : صورة تجمع إيقونات ترمز إلى مختلف مواقع التواصل الاجتماعية الأكثر استخداماً *



*الصورة من تصميم الباحث بالتصرف

تعدّ مواقع التواصل الاجتماعي إعلماً بديلاً: ويقصد به "الموقع الذي يمارس فيه النقد وتبادل الأخبار ويولّد أفكاراً وأساليب لها أهميتها، أيضاً هي طرق جديدة للتنظيم والتعاون والتدريب بين أفراد المجتمع وربما الأكثر أهمية الذي يشير إلى أن البديل يتناول الموضوعات الحساسة في الآليات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والتوترات بين السيطرة والحرية وبين العمل والبطالة، بين المعارضة والحكومة ومن ثم يتضاءل البديل إلى إن يصبح نمطاً للاتصال الجماهيري.

وهناك من أطلق عليها اسم الشبكات الاجتماعية وهي مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الإنترنت، تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي بحسب الميولات والاهتمامات ويتم هذا عن طريق تصفح غير المنقطع لمواقع الشبكات الاجتماعية لأنها بالدرجة الأولى تعتمد علم استخدامها في تشغيلها وتغذية محتوياتها، كما تتنوع أشكال وأهداف تلك الشبكات الاجتماعية، فبعضها عام يهدف إلى التواصل العام وتكوين الصداقات حول العالم وبعضها الآخر يتمحور حول تكوين شبكات اجتماعية في نطاق محدد ومنحصر في مجال معين مثل شبكات المحترفين وشبكات المصورين والنخب السياسية التي تبدي آراءها حول سياسات الدول وأنظمة الحكم في بعض الدول ومناقشة الرأي العام حول القضايا المعاصرة التي تشكل توترات سياسية في العالم .

كما تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الشبكة ويتم نشر هذه البيانات علناً على الشبكة حتى يتجمع الأعضاء ذو المصالح المشتركة والآراء المتفقة حول قضايا معينة والذين يبحثون عن ملفات أو صور الخ أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل

الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء القدامى من الاتصال بعضهم البعض وبعد طول سنوات وتمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانيات التي توّطد العلاقات الاجتماعية بينهم وتعمل على خلق مجتمع افتراضي (محمد س.م./ آخرون . 2009م: 206)

ب- نشأة الشبكات الاجتماعية: لقد بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997م، ركّز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل فقد عرّف "ألسون" و "بويد" Boyd"، "Elson" الشبكات الاجتماعية علي أنها " مواقع تتشكل من خلال الإنترنت تسمح للأفراد بتقديم لمحة عن حياتهم العامة وإتاحة الفرصة للاتصال بقائمة المسجلين، التعبير عن وجهة نظر الأفراد أو المجموعات من خلال عملية الاتصال (Nicole B.E-1989: vol13)، كما تختلف طبيعة مواقع التواصل من موقع لآخر ولقد عرفت الشبكات الاجتماعية علي أنها " مجموعة من المواقع علي شبكة الإنترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب " web 2 " تتيح التواصل بين الأفراد في بنية مجتمع افتراضي يجمع بين أفرادها اهتمام مشترك أو شبة انتماء (بلد - ثقافة، دين، مؤسسة - شركة ... الخ) يتم التواصل بينهم من خلال الرسائل أو الاطلاع علي الملفات الشخصية، ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض وهي وسيلة فعالة للتواصل الاجتماعي بين الأفراد سواء كانوا أصدقاء نعرفهم في الواقع أو أصدقاء عرفتهم من خلال السياقات الافتراضية " كما أوجز "Sweet" (2009) مفهوم الشبكات الاجتماعية في أنها منظمة عصرانية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة وهناك من أطلق عليها باسم "الإعلام الاجتماعي": وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي والمتنقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبّل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية الرسالة للمرسل وحرية التجاوب معها للمستقبّل".

ويعرف "زاهر راضي" مواقع التواصل الاجتماعي باعتبارها: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها"، وتشير أيضا إلى: الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل

المنافع والمعلومات وهي كذلك بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع وهناك كذلك مصطلح جديد له علاقة بوسائل التواصل الاجتماعية ألا وهو الإعلام الجديد، لأن مع هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية ظهرت العديد من المفاهيم الجديدة والتي لا يوجد اتفاق علمي نظري حولها وهذا لاختلاف التوجهات النظرية والدراسات الاجتماعية، فكل مفكر وباحث يعطيها مفهوما إجرائيا يتماشى وطبيعة انتمائه النظري وحتى السياسي الاجتماعي فهذه التكنولوجيا خلقت أزمتا في كيفية دراستها وضبط مفاهيمها وهذا لسرعة تطورها وتشعب استعمالها وتنوع تأثيراتها، فالإعلام الجديد يختلف عن مفهوم وسائل التواصل الاجتماعية أو حتى الإعلام الاجتماعي فنجد الكثير من الباحثين والدارسين يسمونه بالإعلام البديل كونه يحل محل الإعلام الكلاسيكي التقليدي وبعد العديد من القراءات والبحوث يمكننا أن نفهم معنى الإعلام الجديد بشكلين فالشكل الأول وهو الذي يتم من خلاله نشر وتوزيع النسخ الإلكترونية لمحتويات وسائل الإعلام الكلاسيكية، من جرائد وتلفزيونات وإذاعات، أي هي عملية تزواج بين وسائل الإعلام التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعية الإلكترونية مثل "الفايسبوك" و"البيوتوب" وغيرها من الوسائل التي يمكنها نقل الأخبار والمعلومات بالنصوص والصور والأفلام بمعنى أدق مثل النسخ الإلكترونية لجريدة مكتوبة مثل جريدة "الشروق" أو "النهار" الجزائريتين لديهما نشر إلكتروني للنسخة المطبوعة، لكن لا يمكنها نشر النسخة الإلكترونية إلا بعد توزيع ونشر النسخة الورقية المطبوعة التي تمثل دخلها الأساسي في عملية الإعلام.

ويعرفه كذلك الباحث "عباس صادق" أن الإعلام الجديد هو الإعلام البديل وكذلك إعلام رقمي أي أنه يعتمد على تقنية تحويل المنتجات والمخرجات المادية إلى تطبيقات رقمية قابلة للنشر الإلكتروني في مختلف صيغ وأنواع وسائل التواصل الاجتماعي (صادق.ع.م.2001:184).

أما الشكل الثاني هو النسخ الإلكترونية لنفس وسائل الإعلام التقليدية لكنها محررة إلكترونيا أي أنها ليست مطبوعة في الأساس وإنما ذات إنتاج إلكتروني ويمكن أن نسميها كذلك بالصحافة الإلكترونية ونجد من أمثلتها في الجزائر حتى يكون المثال أقرب إلينا كباحثين وكجمهور لهذه الجريدة، "الشروق أون لاين"، فالملاحظ للتسمية يفهم طبيعة الجريدة فكلمة "أون لاين" "on ligne" تعني على الخط مباشرة أي في تواصل مستمر غير منقطع، سواء مع الجماهير أو مع مصادر الأخبار أو باقي المؤسسات الإعلامية. (صادق.ع.م.2001:182).

ويسمىها "صادق عباس" بالإعلام الرقمي القائم على عملية الإرسال الإلكتروني للبيانات والمعلومات من الوسيلة إلى الجماهير في شكل جماعات أم في حالاته الفردية ومن الجماهير إلى الوسيلة أو القائم على الوسيلة الإلكترونية ليحقق مبدأ التفاعلية، بمعنى تحول الإعلام من شكله التقليدي الجامد إلى الشكل التفاعلي السريع الذي يسمح بتبادل الآراء والمعلومات بين الجمهور والصحفي في نفس الوقت وكل هذا بفضل وسائل التواصل الاجتماعية التي تعتمد كلها في الأصل على شبكة الانترنت العالمية، من أمثلة الإعلام الإلكتروني التفاعلي الجديد نجد التلفزيون التفاعلي الموجود في العالم الافتراضي فقط في الانترنت. (صادق.ع.م. 2001: 182)

ج- الفاييبوك "face book":

هو موقع للتواصل الاجتماعي يمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين من خلال إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية، من خلاله يتبادل الجميع آرائهم وأفكارهم ومقترحاتهم والرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء والأحداث وصفحات المناقشة ودعوة الأصدقاء لهذه المجموعات أو الأحداث أو الصفحات وقد ظهر هذا الموقع في وسط الحرم الجامعي وبالضبط انطلق موقع "فيسبوك" كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماش" (Face Match) التابع لجامعة "هارفارد"، وقد قام "مارك زوكربيرج" بابتكار "فيس ماش" في 28 أكتوبر من عام 2003 عندما كان يرتاد جامعة "هارفارد" كطالب في السنة الثانية وقد كان الموقع في البداية متاحاً فقط لطلاب جامعة "هارفارد" ثم فتح لطلبة الجامعات، بعدها لطلبة الثانوية ولعدد محدود من الشركات، ثم أخيراً تم فتحه لكل متصفح الانترنت، كما يمكن لمستخدمي فيسبوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم كل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها، فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها.

-كما يمكن للمستخدمين أيضاً الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية معتمدة على تقنية "كرة الثلج" في الانتشار والتوسع.

ويقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك إعلانات الشعار، فيمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية «profiles»، كما يمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء، كوضع افتراضي فإن عرض البيانات التفصيلية للملف الشخصي يكون مقتصرًا على

المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض الاستثناءات المحدودة الأخرى ويتضمن "الفايس بوك" عددًا من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه السمات سمة "Wall" أو "لوحة الحائط" وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم وسمة "Pokes" أو "النكزة" التي تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به) وسمة "Photos" أو الصور التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، كذلك سمة "Status" أو الحالة التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي، جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي للمستخدم وفقًا لإعدادات الخصوصية.

وفي يوليو من عام 2007، أتاح "الفايس بوك" إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط الذي كان مقتصرًا من قبل على المحتويات النصية فقط «textes» وبمرور الوقت بدأ "الفايس بوك" في إضافة العديد من السمات الجديدة إلى الموقع، ففي 6 سبتمبر من عام 2006 تم الإعلان عن سمة "NewsFeed" أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم، ففي بداية الأمر أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي "الفايس بوك" حيث شكوا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها بينما عبر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية كالتغييرات، التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات مع الآخرين، وردًا على تلك الحالة من الاستياء، قدم "زوكربيرج" اعتذارًا عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد، ومنذ ذلك الحين صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات، التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، وفضلًا عن ذلك فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم ولأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخرًا. (بسمّة.ش.ن. 2011: 22).

ومن أشهر التطبيقات على موقع "الفيسبوك" تطبيق "الصور photos"، حيث يُمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور إلى الموقع، كما يوفر فيسبوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوباكيت photo packets" و"فليكر flicker" الذين يضعان حدًا لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها لأنه في الماضي كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد لا أكثر وكذلك تم تقديم سمة "Face book Notes" أو تعليقات فيسبوك في 22 من شهر أوت لعام 2006 وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وفي 07 أبريل 2008، أصدر "الفيسبوك" 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.

رابعاً: الساحة الإعلامية جزائرية ووسائل التواصل في تناول الأخبار:

لا يختلف اثنان في أن وسائل التواصل الاجتماعي ألغت المسافات وقصّرت الزمن إلى أقصى درجة ومكنت كل مستعمليه ومرتابيه من لعب دور الإعلامي والصحفي وإن لم يكن متخصصاً متكوناً في المجال، فالصورة والخبر لا يستغرقان سوى بعض التقنيات البسيطة والسريعة الموجودة في متناول الجميع والتي سوّت بين الصحفي الحقيقي والهاوي، بل دحرجت الإعلامي الحقيقي المتمرس والمتكون إلى مصاف الهواة وأكثر من ذلك إلى الانحراف.

- تشير الأرقام إلى أن أزيد من مليار و400 مليون شخص عبر العالم يستخدمون هواتف ذكية لأزيد من ست ساعات في اليوم، يتلقون من خلالها كما هائلا من المعلومات التي اتخذت من التكنولوجيا الرقمية المتنقلة رافدا لها وذلك ضمن توجه جديد للمشهد الإعلامي الذي يتجه إلى الاستعانة بشكل أساس بالتكنولوجيات الحديثة التي توفرها الهواتف الذكية، التي سيعرف الاستثمار فيها ارتفاعاً سيتجاوز حدود 65 مليار دولار سنة 2017، أرقام تعكس الأهمية التي يشكلها قطاع الاتصالات والتحديات التي يواجه وسائل الإعلام، المطالبة اليوم بالتأقلم والتكيف بالتكنولوجيا الجديدة التي خلقت إعلاماً جديداً لا يعترف إلا بالرقمنة والسرعة والدقة.

وأما عن البعد النظري لقضية علاقة الإعلام بالجمهور وظاهرة ظهور المواطن الصحفي أو المراسل، فحسب عديد المدارس والنظريات الاتصالية كان الاعتقاد السائد بأن وسائل الإعلام هي التي توجه الجمهور إلى ما يجب أن يفكر فيه مثلا في نظرية الأجندة أو ترتيب الأولويات وهناك نظريات تقر بأن حارس البوابة هو الذي يحدد المواضيع التي تمر عبر الرسائل من دون أخرى، وصولا إلى النظريات النقدية التي تعاتب وسائل الإعلام التي تخدم مصالح طبقة دون غيرها وينشر أو هام العدالة والمساواة، إلى أن ظهرت نظريات الاستخدامات والإشباعات وظهور الفروق الفردية والأذواق وإعطاء مساحة أكبر للجمهور كي يتفاعل مع الرسالة الإعلامية، بل حتى انقلب سؤال دراسات الجمهور من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور إلى ماذا فعل الجمهور بوسائل الإعلام، ما زاد الأمر تعقيدا وأكثر تفاعلا هو ظهور وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد منبر من لا منبر له فالكل ينشر ويعبر ويكتب وحتى ينشر الأخبار ويحللها ويعالجها وحتى يحررها ليقدمها بطريقة فنية بعيدة عن فنيات التحرير التقليدية ومتجاوزة أحيانا كثيرة أخلاقيات التحرير الصحفي طريقة سريعة وسطحية مميعة، إلا أنها تصل لكثير من الجماهير وتؤثر بدرجات متفاوتة والدليل على ذلك هو رضوخ وسائل الإعلام الثقيلة الكلاسيكية لهاته الوسائل لمسايرة الجماهير ومواكبة التطورات الحاصلة في الساحة الإعلامية الجزائرية، فيما يلي قمنا بتحليل المعالجة الإعلامية لبعض القنوات الإعلامية الجزائرية السمعية البصرية حتى تكون المقارنة عادلة كون الفايسبوك أصبح وسيلة إعلامية سمعية بصرية في مواضيع وأخبار التربية والاقتصاد والمرجعية الدينية وبالمقابل لها نقد بعض المواقع في وسائل التواصل الاجتماعي في نفس المواضيع :

أ /مواضيع التربية الوطنية وسوق السيارات والمرجعية الدينية في الإعلام الجزائري :

1- قناة التلفزيون الجزائري ENT.V.A:

لقد تميّزت المعالجة الاعلامية للتلفزيون الجزائري من خلال تحليل محتوى نشراته وبعض البرامج والحصص التي تناولت المواضيع الثلاث وباعتمادنا على المستوى التضميني:

1-1- موضوع التربية: ففي قضية مشاكل قطاع التربية كان التوجه الصحفي للتلفزيون غير

واضح في اتخاذ قراراته حول توضيح أسباب المشاكل الحاصلة في قطاع التربية، حتى يكون التحليل موضوعيا تابعنا برامج التلفزيون الجزائري منذ شهر جانفي 2018 الى يومنا هذا لم يتمكن صحفيو التلفزيون من تقديم معلومات وتوضيحات وافية بحيث تجعل الجمهور الجزائري يستغني عن باقي الوسائل، بالرغم من توفره على ميزة إيجابية وتعد نقطة قوة بالنسبة له وهي تلك النظرة الرسمية على

أن ما يبثه صحيح والتي يعطيها له الجمهور الجزائري، أي من خلال دراساتنا لجمهور التلفزيون الجزائري لمسنا بأن الجزائريون مازالوا يعتبرون محتويات التلفزيون الجزائري رسمية وصحيحة كونها الناطق الرسمي للسلطة حسب اعتقادهم وبالتالي لم يلعب التلفزيون الجزائري الدور الأساسي في تحسين وتوجيه الرأي العام حول قضية التعليم ومن أمثلة ذلك، حصة " ضيف الأسبوع " الذي استضاف فيه البرنامج وزيرة التربية الوطنية الحالية فكانت القراءة الأولية للبرنامج هي "التحلي بروح المسؤولية من جميع الأطراف الفاعلة في القطاع".

- وكما لمسنا تعتيمًا إعلاميًا وشحًا في المعلومات الرسمية التي توضح عديد التساؤلات والنقاط التي من شأنها تعالج القضية بطريقة موضوعية وبحرية تضمن الشفافية.

1-2- موضوع السيارات: أما عن قضية المشاكل الاقتصادية ومشكل "....خليها تصدى...." أو

مشاكل ارتفاع أسعار المواد الاستهلاكية المستمر فهي مهمشة أصلا في رزنامة برامج التلفزيون، الذي مازال يركز على عرض انجازات الدولة والتنمية وتوزيع السكنات.... الخ من النشاطات الحكومية التي تعمل على تبريد الغليان الاجتماعي والحفاظ على الاستقرار.

فقد شكلت الحملة الفايبروية على مبيعات سوق السيارات خطرا حقيقيا على استقرار الأسواق الأمر الذي رجع بالسلب على كبرى الشركات الاقتصادية الناشطة في مجال السيارات، وهي رسالة صريحة من الشعب للسلطة بغلاء المعيشة وضرورة احداث تنمية والاستقرار في أسعار المواد الطاقوية مثل البنزين، فالتلفزيون الجزائري بمختلف قنواته تجاهل هذا الموضوع واقتصر نشاطه الإعلامي على أنشطة الحكومة والتفويض بما يحدد له من مواضيع في المعالجة والحد من حرية التعبير للصحفيين العاملين بالتلفزيون كونه قناة عمومية ملك للسلطة .

1-3- موضوع المرجعية الدينية: وأما المرجعية الدينية فنلاحظ تحرك التلفزيون الجزائري في هذه

القضية بكل قنواته وشبكاته تحت شعار مكافحة التطرف الديني والتذكير بالمرجعية الدينية التي سطرته السلطة بتعيينها الرئيس الأعلى للمجلس الإسلامي ومفتي للدولة تحت المذهب المالكي، وانتماء الشعب الجزائري الى أهل السنة والجماعة، مع العمل على تكريس المؤسسات الدينية في تثبيت هوية الأمة والمحافظة على وحدة التراب الوطني وتجنب جميع أشكال العنف والتطرف والتأكيد على الوسطية والاعتدال في أحكام الشريعة الإسلامية

2- الشروق تي في: ECHOUROUK .T.V**2-1- في قضية التربية: بن غبريط تثير الجدل... من يريد رأسها؟ « ومن يحميها...؟ كانت**

جلّ عناوين وأخبار قناة الشروق ففي طرحها لم تكن موضوعية، فإذا أردنا أن ننقد مسؤولاً أو أي شخص وجب التحلي بروح المسؤولية واختيار الكلمات فمثلاً كلمة يريد رأسها فيها الكثير من الدلالات السلبية بمعنى يمكن أن نفهم بأن المتكلم يريد انتزاع رأسها عن جسدها أي إعدام أي قتل وهو عنف لفظي بغض النظر عن الشخصية أو إيجابية الطرح او مع المعارضة أو ضدها، فاستخدام العديد من الألفاظ والكلمات لها دلالات عميقة تؤثر على نفسية القارئ والجمهور بصفة عامة، فمن خلال متابعتنا لهذه القناة التي فعلا تملك جمهوراً وتحدث صوتاً في الرأي العام الجزائري وجدنا أنها متغيرة المواقف غير ثابتة على سياسة إعلامية واحدة، فهي تسمع كثيراً لحديث الشارع أي صحافة الرصيف Radio Trottoir واعتمادها بدرجة كبيرة على تفاعلية الجمهور في اختيار المواضيع وحتى الشخصيات كما أنها مواكبة لوسائل التواصل الاجتماعي، لكن الذي ينفذ من مصداقية أخبارها ومعالجتها الإعلامية لمواضيع التربية والمرجعية الدينية وأزمة سوق السيارات غير متوازنة وغير موضوعية .

2-2- أما في قضية المشاكل الاقتصادية في ارتفاع الأسعار وعدم استقرار سوق السيارات،

تحت شعار "خليها تصدى....".

نستنتج من خلال التحليل أنها ركزت على أشخاص ومعينين في كونهم يسرقون جيوب الجزائريين وأنهم محميون من طرف النظام أو بعض عصابات النظام، كما تركز الشروق على استخدام مختلف تقنيات التحرير الصحفي لإظهار مشاكل سوق السيارات وخاصة في اعتمادها على وسائل التواصل الاجتماعي من خلال فتح مواقعها وقنواتها في تمرير رسائل بعض الجماهير، اعتمادها في عناوين النشرات والأخبار على الفيسبوك بنسبة 60% من أخبارها وبرامجها، هذا عن التحليل التعييني أما التضميني فيمكن القول أن الوسيلة الاعلامية تستعين فعلاً بوسائل التواصل الاجتماعي وتحقيق التواصل مع الجماهير لكن على أن لا يكون مبالغاً فيه وأن نعتمد على المعلومات الرسمية والبيانات الحقيقية وشخصيات معروفة ومصادر موثوقة كونها أساسيات أخلاقيات المهنة الصحفية .

2-3- قضية المرجعية: أما في مشكلة المرجعية الدينية فقد تبادت كثيراً هذه القناة في الاساءة

إلى عديد التيارات الاسلامية إن لم نقل الدين الاسلامي، فمن جهة تراها تستهزأ بالصوفية ومرات تقدم برامج تروج للصوفية بطريقة طردية بحيث تظهر على أنها تتقدمها، لكن في مضمونها تحاول الحفاظ

عليها، كما شنت هجوما شرسا على مقالات الشيخ " فركوس" على أنها فتنة ثم نراها في عديد البرامج تفصح المستور بحجة كسر الطابوهات والتفتح فتخدش الحياء العام للجزائريين، تميمع الحس العام نحو الاخلاق العامة .

فمن خلال هذه التحليلات والقراءات تغيب قيمة المصداقية والمعالجة الموضوعية للخبر الصحفي في ظل تنامي الإشاعة وتزييف الحقائق وطمس معالم الرأي العام الجزائري الحقيقي.

3-الفايسبوك ومواضيع التربية وأزمة السيارات والمرجعية الدينية :

لقد اخترنا عينات من مواقع وحسابات مختلفة تعبر عن المواضيع الثلاث بطرح جزائريين تصدرت بعض المواقع والحسابات:

أ- موقع : الجزائر .كوم/ aljazeera1.com-الفايسبوك يتحدى وزارة التربية بالجزائر

في 30ماي 2016 - خرج الاعلامي المخضرم سعد بوعقبة في عموده البارحة، نقطة نظام على صفحات يومية الخبر بعنوان مثر للجدل ويحمل الكثير من القراءات وهذا مقتطف من المقال المنشور "لا.. سلال ليس السادات.. وتيزي ليست تل أبيب؟! " فهنا سعد بوعقبة اطلق النار على وسائل الاعلام التي اخدت تأله وتمجد في السلطة وتستغل كل ما جاء في طريقها لهدف تعيين الانسان رب له القدرة المطلقة على تسيير كل الامور، فمن خلال هذا المقال الذي يعكس الرأي العام الجزائري أو بعض من أجزائه والذي ينتقد فيه الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والتربوية التي تعيشها الجزائر في فترة 2016 وما قبلها وبعدها.

فالقضايا المطروحة على الساحة والناجمة عن تفاعل إعلامي بين وسائل الإعلام التقليدية والجديدة أصبحت موضوع حديث كل الجزائريين وحديث الساعة لكي تؤسس لرأي عام جديد.

ب- موقع الجزيرة. نات www.aljazeera.net بعنوان : بن غبريط...وزيرة التربية المثيرة للجدل في الجزائر 23 سبتمبر 2016.

لكن قبل تعيينها في منصب وزيرة التربية الوطنية في حكومة عبد المالك سلال يوم 5 مايو/أيار 2014، تولت بن غبريط عدة مناصب ومسؤوليات، فقد ترأست مجلس الإدارة للوكالة الوطنية لتنميين نتائج البحث والتطوير التقني (1989-1992)، ثم أدارت المركز الوطني للبحث في الأنثروبولوجيا

الاجتماعية والثقافية بوهران، بن غبريط تخطط الأوراق وتحدث بلبة في قطاع التربية، أي منهاج وأيه أهداف

- هذا معظم ما جاء في المقال الذي ينتقد بشدة أداء وزيرة التربية بن غبريط وما أحدثته من تغييرات في المنظومة التربوية والرفض الجماهيري والاجتماعي لأدائها من خلال النقابات والإضرابات وفساد قطاع التعليم بكل مكوناته من المعلم إلى التلميذ، الأمر الذي انعكس على مستوى التحصيل العلمي والمعرفي لقطاع حساس وأساسي كونه مصنع الإطارات وركيزة بناء الأجيال .

وفي الأخير يمكن القول أنّ مهنة الإعلام أكثر خطورة وتعقيدا لما لها من أبعاد تفوق السياسية، الاقتصاد والاجتماع لارتباطها بأمن الدول والحكومات ومستوى نظامها السياسي ودرجة رقي مجتمعها وعليه تظهر ضرورة التفكير حول طرق وأشكال التعامل مع وسائل الإعلام الجديد بشكل عام والصحافة الالكترونية بصفة خاصة في بلادنا، لأن الأمر يزداد تعقيداً في ظل غموض الفاعلين وعدم وضوح الأطراف الحقيقية التي تتفاعل في إطار الإعلام الجديد وأحيانا إضافة إلى تباينها في المستوى، الميول والطموح وتشعب النصوص القانونية وكذلك التباسها وقابليتها للتأويل والتفسير، لأجل وضع حد لذلك لا بد من توافر أخلاقيات في التعامل مع وسائط الإعلام الجديد، بالإضافة إلى تطوير الصحافة الالكترونية شكلا ومضمونا وذلك بسن قانون يساير التطورات التكنولوجية الحاصلة، بالإضافة إلى متطلبات وقضايا المجتمع.

ولأننا اليوم بحاجة ملحة لتنظيم حقل الإعلام الإلكتروني عامة والصحافة الالكترونية بشكل خاص في بلادنا، فيجب استحداث مؤسسات للضبط والمراقبة من أجل النمو والرقى بالإعلام الإلكتروني الذي لا يزال قليل الانتشار والاستخدام بالمقارنة مع الدول المتطورة.

ومنهيمن الخروج بمجموعة من النتائج:

- ضرورة إصدار قوانين إعلام جديدة تساير التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام الالكترونية، وذلك لن يتحقق بالرغبة والطموح فحسب، بل بالعمل والتجسيد الفعلي من خلال وضع نصوص تتوافق ومتطلبات، طموح وقضايا المجتمع الجزائري.

-الإسراع في إرساء أجهزة ضبط الصحافة الالكترونية خاصة لتجاوز مرحلة الغموض وغياب النصوص المنظمة من جهة، وتحقيقا لواقع صحفي الكتروني فعال ونشيط في سوق الاعلام الوطني والعالمي.

-العمل على نشر ثقافة النقد البناء مع الاستخدام الايجابي للصحافة الالكترونية من طرف القائمين بالإعلام وجمهور القراء المتفاعل معها، بهدف التعاون على إيجاد حلول للقضايا الراهنة المطروحة.

-خلق بيئة سليمة سياسيا، اقتصاديا، اجتماعيا وخاصة قانونيا بهدف تحقيق إعلام الكتروني حضاري يهتم بقضايا وشؤون المجتمع الجزائري الراهنة.

- تقنين وتنظيم مواقع التواصل الاجتماعي وانشاء أجهزة الضبط والمراقبة لكل ما ينشر ويتداول من مواضيع ومواقف.

- على الصحافة الرسمية والثقيلة أن تعيد مكانتها ومصداقيتها لمنافسة الاعلام الجديد من خلال الاحترافية والأنية .

- تدوين ميثاق أخلاقيات الإعلام الالكتروني و ايجاد قوانين تعاقب على التجاوزات الحاصلة في منصات التواصل الاجتماعية

و في هذا الصدد يقول صاموئيل هنتغتون: "ليست المشكلة الرئيسية في الحرية، بل في إيجاد نظام شرعي، فقد يحصل الناس على النظام بدون حرية، لكنهم لن يتمكنوا من الحصول على الحرية من دون نظام". (يوسف، محمد خيرت. 2015: 221)

قائمة المصادر والمراجع:

1. شرشار عبد القادر. (2006)، تحليل الخطاب الأدبي وقضايا النص، ج1، منشورات اتحاد الكتاب العرب، دمشق.

2. ابن منظور. (1993)، لسان العرب، ط2، دار احياء التراث العربي، بيروت، لبنان.

3. ابراهيم، عبد الله. (1997)، الثقافة العربية والمرجعيات المستعارة، ط1، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان.

4. ارسطو، طاليس. (1983) الخطابية، ترجمة عبد الرحمن بدوي، مكتبة النهضة المصرية، القاهرة.

5. ميشال، فوكو. (1990)، ارادة المعرفة، ط1، ترجمة: جورج ابي صالح، مركز الانماء القومي، بيروت.
6. ميشال فوكو . (1999)، حفريات المعرفة، ط1، ترجمة: سالم يفوت، المركز الثقافي العربي، بيروت، لبنان.
7. عبد الحليم موسى، يعقوب. (2008)، الصحافة والقيم الإخبارية، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
8. عبد الفتاح إبراهيم، عبد النبي. (1989)، سوسيولوجيا الخبر الصحفي دراسة في نشر وانتقاء الأخبار، ط1، الدار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
9. محمد سيد محمد وآخرون: وسائل الإعلام من المناادي إلى الانترنت، القاهرة: دار الفكر العربي، 2009م، ص206.
10. عباس مصطفى صادق: "الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات"، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص218
11. يوسف محمد خيرت (2015)، مؤشرات التقييم الإعلامي، ط1، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة.
12. بن بوزة، صالح (1996)، السياسة الإعلامية الجزائرية المنطلقات النظرية والممارسات- (1979-1990)، المجلة الجزائرية للاتصال، عن جامعة الجزائر 03، العدد 13، (09-60).
13. (مازن الدراب، 2009). متاح في http://knol.google.com/k/mazen_aldarrab
- [https://www.google.com/search?q=Danah+m+\(.+Boyd%2C+Nicole+B.Ellison-1989-+vol\(13&rlz=1C1RLNS_frDZ885DZ885&oq=Danah+m+\(.+Boyd%2C+Nicole+B.Ellison-1989-+vol\(13&aqs=chrome..69i57.1418j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=Danah+m+(.+Boyd%2C+Nicole+B.Ellison-1989-+vol(13&rlz=1C1RLNS_frDZ885DZ885&oq=Danah+m+(.+Boyd%2C+Nicole+B.Ellison-1989-+vol(13&aqs=chrome..69i57.1418j0j15&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
14. مازن الدراب 2009. متاح في http://knol.google.com/k/mazen_aldarrab

15. الجمهورية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية، قانون 82 / 01 المتعلق بالإعلام، العدد 6، بتاريخ 6 فيفري 82، ص 246 .
16. جريدة الخبر الأسبوعي العددان 28 أبريل، 4 ماي 1999، ص 24.
17. ج.ز.د.ش، جريدة رسمية، قانون 90 / 07 المتعلق بالإعلام العدد 14، بتاريخ 3-04-1990، ص 100
18. المجلس الأعلى لأخلاقيات المهنة.
19. ميثاق أخلاقيات المهنة الصحفيين الجزائريين، نص إجراء الطعن الصفحة 4 .