

المبادئ الأخلاقية والأدوار المهنية للصحفيين في البيئة الإعلامية الجديدة دراسة نقدية

Ethical principles and professional roles for journalists in the new media environment (Critical study)

جمال شعبان شاوش¹

¹كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3 (الجزائر)

chabanechaouche.djamel@univ-alger3.dz

تاريخ نشر المقال: جوان/2021

تاريخ قبول المقال: 2021/04/04

تاريخ إرسال المقال: 2021/04/03

ملخص

تشهد مهنة الإعلاميين والصحفيين في الوقت الراهن تغييراً عميقاً، وهذا بفضل هيمنة تكنولوجيات الاتصال الرقمية التي أفرزت نماذج ووظائف جديدة على الممارسات الصحفية والإعلامية وعلى طبيعة إنتاج وبناء المضامين الإعلامية ونشرها. والحقيقة، أنها أثرت وبشكل كبير أيضاً على القيم المهنية والأخلاقية للصحفيين وعلى هيكلية بناء وتحرير الأخبار والمحتويات في المؤسسات الإعلامية. والأمر بهذا، يتجاوز مجال التحولات التقنية، ليشمل أيضاً سوسيولوجيا المهنة الصحفية بتحول هوية الصحفيين والإعلاميين إلى هوية رقمية. وهذا سيدفعنا لطرح أسئلة جوهرية عن طبيعة البعد الوظيفي والأخلاقي للمهنة الصحفية في البيئة الرقمية، وتأثيرها بنشاط وممارسات الهواة، وبطغيان وهيمنة زمن اللحظة والفورية في الإنتاج، أين أصبحت المعلومات والأخبار متوفرة في كل وسائل الإعلام وفي كل الوسائط والتطبيقات والشبكات الاجتماعية ومدونات المستخدمين. كما سنتطرق إلى بعض الاكراهات الجديدة التي مست بشكل كبير نسقية المهنة وتأثير ذلك على القيم الأخلاقية وعلى الأداء المهني للصحفيين.

الكلمات المفتاحية: الصحفي الرقمي، مهنة الصحفي، الثورة الرقمية، الهوية المهنية، أخلاقيات المهنة.

Abstract

The profession of journalists has undergone at present a profound and rapid change, unprecedented, and this is due to the dominance of digital communication technology which has an effect on media practices, values of professional ethics and the sociology of the journalistic profession.

For that, we will try to know the nature of the functional and ethical structure of the media and journalistic profession in this digital environment, which has changed the practices and the identity of professional journalists, especially as we live in a time distinguished by the tyranny of urgency and immediacy where information and news became available in new media, applications and social media, as well as in user blogs.... We will try to evoke the multiple constraints in the media field, which have systematically affected the structure of the media profession, the quality of information and ethical practices

Key words: Digital journalist, journalist profession, digital révolution, Professional identity, Professional ethics.

مقدمة

تؤكد الكثير من الدراسات في مجال الإعلام والاتصال، على أن نسقية المهنة الإعلامية والصحفية تشهد في الوقت الراهن العديد من التغييرات العميقة والواسعة، وهذا بفضل سيطرة التقنية في الممارسة المهنية للصحافيين، والتي ساهمت في تحويل بنية الوظائف الفعلية للمهنة الصحفية والتي تعد من العوامل الأساسية المساهمة في تشكيل ونشر المحتويات الإعلامية بكل أنواعها وأشكالها، وهذا التحول الذي يمتد ليشمل الجانب السوسيو- مهني للصحفي وكل ممارساته الفكرية والعملية ومختلف أدواره المهنية، يستند في طابعه العام إلى هيمنة التكنولوجيا الرقمية التي أنتجت نماذج جديدة في عمليات الإنتاج والبناء الإعلامي وأشكال متنوعة للتواصل مع الجمهور العريض. ومن هذا المنطلق، فإن كل هذه التحولات انعكست على القواعد المهنية والمبادئ الأخلاقية للصحافيين؛ وعلى هيكليّة ونظام التشكيل والسرد الإعلامي للأخبار، الوقائع ومختلف الأحداث، كما فتحت المجال لعدد كبير من الجمهور للتعبير عن آرائهم وانتقاداتهم واختياراتهم ومشاركتهم في إنتاج المحتويات (...). وهذا دون نسيان طبيعة التنظيم وسوسيولوجية المهنة الإعلامية والصحفية التي أصبحت تستند على نماذج وعلاقات جديدة، تشكلت في فضاء إعلامي تفاعلي فرضته هذه الثورة الرقمية، التي تقوم بشكل كبير على نظام الخوارزميات (algorithmes) بكل أشكالها وممارساتها المختلفة. وهكذا، فإن التحولات المركزية للمهنة الصحفية بمحدداتها التقنية والمهنية والمعرفية، أصبحت تتطلب وحسب المختصين الكثير من القدرات والكفاءات التقنية المتعلقة أساساً باستخدام التكنولوجيا الرقمية، والتحكم بالأنواع والأشكال والأساليب التحريرية التفاعلية، وبمختلف الأساليب الفنية المساهمة في بناء الأخبار وتقديمها للجمهور في لحظات من الزمن الفوري والأني، خاصة في الفضاء الرقمي التفاعلي بمشاركة الجمهور الواسع، وهذا يدعم ظاهرة النشر الذاتي والتعبير الحر والنقاش المتنوع في الفضاءات الإعلامية الجديدة والابتعاد عن الرؤية التي تركز فقط على مركزية الوسيلة الإعلامية. يمكن أن نشير هنا إلى بروز "صحافة المواطن" (Journalisme citoyen) أو "الصحافة التشاركية" (participatif journalisme)، كلها تشير إلى ظهور نوع جديد من الصحافة التي تخضع لمساهمات وإكراهات الجمهور النشط والمتشعب فكرياً واجتماعياً وأخلاقياً.¹

وتبرز مظاهر هذا التحول في تغيير مرجعية المعايير والقواعد المهنية التي تحكم سلوك ومهام الصحافيين؛ والتوجه نحو الإنتاج الإعلامي الذي يقوم على الاستعجال في النشر والعودة إلى مصادر الانترنت، وما ينشر بشكل مباشر عبر المواقع والمنصات الالكترونية والوسائط الاجتماعية ومختلف المدونات الالكترونية (...). وبهذا، فقد أصبح الصحافي يعتمد إلى حد كبير على البيانات الشاملة ومحركات البحث ومختلف الفاعلين والوسطاء المؤثرين، نخص بالذكر في هذا الإطار، الوسائط الاجتماعية مثل: "غوغل" و"فيسبوك" و"تويتر" (Google, Facebook, Twitter) مما يؤدي في نظر الكثير من المختصين، إلى انتشار المعلومات المضللة وغير الموضوعية والتركيز فقط على الأخبار السريعة والمثيرة (Scoop)³ لاستقطاب الجمهور، وهذا سيؤثر نسقياً على السياق المهني والبعد الأخلاقي

والمعرفي للصحافي وعلى الوسيلة الإعلامية ذاتها.

وهذا ما يقودنا لطرح تساؤلات جوهرية عن طبيعة البناءات الوظيفية والقيم الأخلاقية للمهنة الإعلامية والصحفية في البيئة الرقمية التي تتسم بالتحول المستمر ومعرفة طبيعة معالجتها للأحداث والوقائع والأخبار في ظل هيمنة التكنولوجيا الرقمية، خاصة مع تنوع استخدام التطبيقات الرقمية وتوسع نشاط وممارسات الصحافي الهاوي ونشاط الهواة (amateurs) التي تنطلق من الفعل الذاتي وخارج دائرة المتابعة القانونية والإرادة الواعية والمسؤولية المهنية، وهذا يساعد على بناء واقع مهني جديد مضطرب؛ أين يندمج فيه التخصص المهني للصحافيين والمحترفين وتنتشر وتمتد فيها لممارسة التي تمزج بين الخبر والرأي والدعاية والوصف الظاهري للأحداث (...). وهذا لغرض إرضاء الجمهور المتفاعل وكسب ثقته ومنافسة وسائل الإعلام الأخرى.⁴ كل هذا سيؤثر بشكل مباشر على قيمة الأخبار وعلى نوعيتها. تزداد حدة هذه الأزمة وتعمقها في ابتعاد الصحافيين عن إنتاج الأخبار الحقيقية وهيمنة صحافة السوق (Journalisme de marché) والنشاط التجاري الذي يعطي الأهمية للقيمة التجارية والتسويقية للخبر.

وهكذا، فإن هذا الدراسة ستحاول إبراز عدد من المسائل الرئيسية المتعلقة جوهرياً بهذا التحول السريع الذي شهدته الممارسة الصحفية والإعلامية في ظل هيمنة الثورة الرقمية، وانعكاساتها على مصداقية المعلومات وقواعد التنظيم الإنتاجي والتحرير وعلى مكانة ودور وصورة الصحفي، كعدم الالتزام بأخلاقيات المهنة وفقدان القيم المهنية، وبروز عامل التوتر في استعمال التقنيات من طرف الصحافيين والضغط المتزايد من قبل المؤسسات الإعلامية؛ لتحقيق الأرباح وضمان أعلى نسبة من المتابعين على حساب نوعية وجودة المحتويات الإعلامية والصحفية.

1. الثورة الرقمية وتعددية الممارسات الصحفية .

أدت الثورة الرقمية إلى تعزيز نشاط الممارسة الصحفية، بإنتاج محتويات متنوعة، تستخدم فيها الصور والفيديوهات والتعليقات ومختلف التطبيقات التي تتميز بشكل أساسي بالتفاعلية والفعالية والسرعة والفورية، وترجمة كل المعلومات المتحصل عليها على شكل رسوم بيانية، ومقاطع الفيديو (...). والاعتماد على المحتويات الأكثر جاذبية من الناحية المرئية. ضمن هذا الإيقاع الزمني السريع، يعيش الصحفي في بيئة مهنية تتسم بهيمنة التواصل المستمر والانتشار الواسع للمعلومات والأخبار والتطبيقات التي تركز على معرفة وجهات النظر الجديدة لتوقعات القراء، ومواقف، واهتمامات، وآراء، وأحكام الجمهور.⁵

وهو ما يعني أن العمل الصحفي، أصبح يستند في جزء كبير منه على الأخبار والمضامين المتنوعة، التي تنتشر وتبث في الفضاءات الرقمية والمواقع الإلكترونية. وقد بينت الكثير من المعطيات المرتبطة بالمهنة، أنه وبسبب سرعة ريثم الإنتاج الصحفي في غرف الأخبار وعلى المنصات الرقمية التي تتسم بالآنية في عرض الأخبار، لم يعد للصحافيين الإمكانات الضرورية، للتأكد من مصداقية المعلومات والمضامين المتداولة عبر الواب.⁶ خاصة، أن التطورات الرقمية الأخيرة، زادت من إيقاع النشاط المهني

والدور الرقمي المفروض على الصحفيين، فهم مجبرون على التحقق بسرعة من موثوقية المصادر ومسايرة التدفق السريع للأخبار. والمؤكد أن النشاط الصحفي يرتبط بشكل خاص بمختلف الاستخدامات الجديدة للوسائل الإعلامية الرقمية، التي تتسم بالآنية، والفورية، وهذا ساهم بظهور علاقات اجتماعية ومهنية جديدة للإعلاميين والصحفيين⁷ خاصة في غرف التحرير وفي فضاءات وسائل الإعلام وصفحات ومواقع الأخبار. وفي هذا السياق، صرح المسؤول الأول في (وكالة فرانس برس)، " إريك شيرار " (Éric Scherer) قائلاً: " أن مهمة الصحفي لا ترتبط بالمعطى التحريري والتنظيمي الجاهز والقديم فقط، بل تتحدد أيضا بشروط مرتبطة بقابلية التسليم والاعتراف بسلطة التكنولوجيات الحديثة، التي ساهمت في تغيير البناء الإعلامي والمساهمة في ابتكار أشكال جديدة للصحافة، مثل صحفي الروابط والمحادثة الآنية، والبث المباشر، الصحفي الريادي (...) " وهكذا، فمهام الصحفي على عكس ما كان موجودا من قبل، أصبحت ترتبط بأدوار متنوعة وتكون بفاعلية وظيفية، لكنها تتضمن أيضا سلطة التمكن من الخدمات التفاعلية لبناء الأخبار وتقديمها بأشكال تحريرية لزيادة الاستقطاب والتتبع الواسع من طرف الجمهور، وهذا بمساهمة أيضا المضامين والمحتويات الإعلامية المتنوعة التي ينتجها المستخدمون الفاعلون والناشطون⁸ (UGC)(*) .

1.1 التكنولوجيا الرقمية و المهنة الصحفية : بين تعدد الخدمات ومشاركة المستخدمين

يؤكد بعض المختصين على هذه التكنولوجيا الرقمية، تساعد الصحفي ينفي عملية البحث عن المعلومات وبناء وبث الأخبار ومختلف المضامين، وتجاوز الكثير من المشاكل التقنية والزمنية في التحرير وفي الحصول على المعلومات، خاصة مع توسع مجال ونشاط "المدونون على الواب" (webloguers) وخدمات الوسائط المتعددة (Multimédia) وتكنولوجيا "النص التشعبي" (Hypertexte)، وكذلك " تطبيقات الصحافة على الخط"، (Journalisme en ligne) والتركيز على المعطيات والبيانات الشاملة (Big Data) وعلى مختلف المعطيات والبيانات المتاحة والمفتوحة (DataOpen).⁹ وفي هذا الإطار، يمكن أن نشير إلى قاعدة البيانات الموجودة بالفعل والمستخدم من طرف الإعلاميين في الولايات المتحدة (data.gov) وأيضا في بريطانيا العظمى (data.gov.uk). (...) ¹⁰ تعتبر لدى البعض من المهنيين، من أهمسمات العمل الصحفي المعاصر، بحيث يستعين بها يستعين في أداء الكثير من المهام، كنشر الصور واستخدام مقاطع الفيديو والروبورتجات في المضامين والمقالات التحريرية، واستخدام محتوى الوسائط المتعددة والأشكال التفاعلية والعودة إلى تقنيات السرد غير الخطية والأشكال الصحفية الرقمية "كخبر الواب الآني" و"تقارير الواب" و روبورتاج الواب". (reportage web) وسرد الملتيميديا (récit multimédia)، والأشكال السردية والتعبيرية المتحركة (Les récits cinétiques) والنصوص السردية التشعبية المترابطة فيما بينها(hypertextuels).

ومن هذا المنطلق، فإن الممارسة الإعلامية تغيرت على مستوى تصميم وبناء مضامينها، بفضل بروز بعض العوامل والعناصر التواصلية التشاركية الجديدة ومختلف آليات الممارسة الجديدة، كاستخدام

تقنية البث المباشر وتزايد عدد المساهمين الفاعلين وتجدد حضورهم في التنظيم والتركيب العام لإنتاج ونشر الأخبار، وكثرة استخدام البرمجيات والتطبيقات الرقمية التي تجذب القراء والمشاهدين.¹¹ وبهذا المعنى، فقد فرضت هذه الثورة قواعد جديدة للمهنة الصحفية التي تسعى للوصول إلى الجمهور الذي يتسم بالتنوع في المواقف والتصرفات والرغبات؛ والذي يفرض بصورة تفاعلية أشكالاً من الأنواع والكتابات الصحفية والتحريرية. وبهذا فإننا نتكلم اليوم حسب ما طرحه الباحث "باتريك شومبان" (Patrick Champagne) عن "الجمهور الذي ينتخب كل يوم على بعض المحتويات الإعلامية وعلى القوالب والمضامين الإخبارية المتنوعة (...)"، وأصبحت المهنة الصحفية تقوم على التفاعل المستمر ببعض العناصر الخارجية الفاعلة والجديدة، وعلى انخراط الجمهور بأفكاره وآرائه وتداخلاته وانفعالاته¹².

من هذا المنظور، ستتخطى كل المؤسسات الإعلامية في هذا الاتجاه الذي يأخذ أشكالاً واستراتيجيات متنوعة. يقول الباحث "دومنيك كارديو" (Dominique Cardon) "في هذا الشأن، إن الصحفيين يخضعون للضغط الدائم في الوقت الفعلي والحقيقي من طرف الجماهير وحتى من طرف زملائهم في المهنة، ويعتبره الكثير من الباحثين عائقاً جديداً للصحافيين؛ فهو بذلك لا يركز على المحتوى والقيمة النوعية للمعلومة، بل على الفعل الذاتي والمشاركة المباشرة للفرد دون تحديد هويته وفكره وانتمائه ومواقفه الأصلية والإيديولوجية¹³ وتكمن المشكلة الكبرى؛ في تجذر هذه الممارسة وترسيخها في ذهن العديد من الصحافيين، وقد طغت بشكل واسع على سلوكياتهم المهنية، لأن تقييم مساهمتهم ستكون لا محال من خلال التواصل الذي يعطي قيمة للبعد التقني واتساع مجال المشاركة وليس المعرفي. تضاف إلى هذه المشكلة، أن أغلب وسائل الإعلام لا تكثرث للممارسات والأفكار الحرة ولا لنوعية النقاش والحوار القائم على الأخلاق والتواصل العقلي والوعي الفكري، بل تعطى الأهمية كما أشرنا من قبل إلى ذلك، للبرامج والتطبيقات القادرة على إحصاء عدد النقرات والتصفح والتعرض للمضامين وهذا بالعودة إلى تقنيات متابعة وقياس حجم الجمهور لتوظيفه في المجال التجاري.¹⁴

لقد سمح هذا النوع الجديد من الممارسات الإعلامية في ظل الثورة الرقمية، الاستفادة من ديناميكية الابتكار التحريري والتكنولوجي والاعتماد على أشكال وأنواع جديدة من التركيب والتحرير والتقديم الصحفي والإعلامي، لكن في نفس الوقت، طرحت الكثير من الإشكاليات، خاصة فيما يتعلق بأخلاقيات المهنة والضوابط التي يلتزم بها الصحفي والإعلامي، وبروز بيئة معقدة في عملية إنتاج ونشر الأخبار دون الاهتمام بمصداقية وموضوعية المحتوى، ونحن نعرف جيداً أن، الممارسة الإعلامية والصحفية ترتبط بمدونة من الأخلاق والمبادئ التي يجب احترامها والالتزام بها وبمجموعة من المهام الأساسية باعتبارها سلوكيات تستجيب لحاجات "البحث عن الحقيقة" و"احترام الحقيقة".¹⁵

1.2 تجاوز التنظيم المهني التقليدي و زيادة الرهانات التكنولوجية :

من المؤكد أن الميزة الأساسية للثورة الرقمية هي نشر للأخبار والأحداث والفيديوهات والصور في زمنها الأصلي، أي في الواقعية المباشرة والتي تتميز بالمرونة والانفتاح وبديمقراطية الرأي، وهكذا، يبرز

الزمن الآتي المتصل بالحدث كعامل مؤثر في العملية الإنتاجية الصحفية أو الإعلامية كونه يقوم على عرض المستجدات المتصلة بالأحداث العاجلة والوقائع الراهنة. وهذا يتطلب التواصل بتنظيم زمني مستمر وإدارة عمل الصحفي في حالة من السرعة والاستعجال المفرط (travail en urgence).¹⁶ وهكذا يبدو أن التطور الذي شاهده الممارسة الإعلامية والصحفية، قد واكبه مع مرور الوقت وبشكل سريع تراجع التنظيم المهني دون التفكير أبداً في القيم الفعلية لنوعية وقيمة، ومصداقية الخبر، وفي غياب القيم الأخلاقية المهنية والواجب الذي يفرض احترام القواعد المهنية، وهذا يتنافى مع المعايير المهنية المتعارف عليها في النصوص الأخلاقية.¹⁷ كل هذا يسبب في نظر العديد من الباحثين والمختصين، مشاكل متنوعة؛ كونها تسبب التوتر والقلق جراء الإجراءات الاستعجالية والاحتمية الآنية في التعامل مع الجمهور والخبر، واختزال مجال المهنة الصحفية في "الوظيفة الإلكترونية والتقنية" فقط، لأن تزايد الممارسة التي تقوم على الاستعجال في نشر المعلومات فقط والاعتماد عليها بشكل مباشر، سيؤثر على نسقية وقيمة العمل الصحفي، لذا يجب على الصحفي مهما كانت مكانته داخل المؤسسة الإعلامية، القيام بوظائف الفرز والترتيب والتصنيف والتحليل واحترام التسلسل الهرمي للأحداث قبل نشرها وبثها.¹⁸

أصبح الصحفي يتحمل مسؤولية أخرى تتعدى المبادئ القواعد المهنية في إنتاج المحتويات الإعلامية وهي مسؤولية الخضوع لهيمنة التقنية. يرى الباحث "لومينيك فولتون"، (Wolton) Dominique¹⁹: في هذا الإطار، أن طبيعة المهنة الصحفية، قد تغيرت نتيجة لدخول التقنية كفاعل أساسي في الممارسة المهنية في كل مراحلها، ولا يمكن الاستغناء عنها، لكنها تبقى في موضع تساؤل عميق، بسبب الانزلاقات والانتهاكات الواضحة لمجال للأخلاقيات المهنية ونتيجة الإفراط في استخدامها، والاهتمام بأشكال النشر والتقديم والتفاعل فقط، وبذلك فقد عملت على تفكيك النسق المهني والأخلاقي لنشاط الصحفي، وابتكار أدوار مهنية جديدة تتعارض مع حدود القيم المهنية للصحفيين ونسقتها المرجعي وبهذا، تبقى ظروف عمل الإعلامي والصحفي غير مستقرة ومضطربة، بحيث حلت محلها تصنيفات وممارسات أخرى، تأثرت كثيراً بالتكنولوجيات الرقمية.²⁰

ويمكن أن نتكلم هنا عن قيام الكثير من الصحفيين ومن مستخدمي الانترنت والوسائط الاجتماعية وبعض وسائل الإعلام، ببث وتقاسم الصور المثيرة التي نشرها الرئيس الفرنسي ماكرون في 2019 على صفحته في شبكة (TWITTER) عن الحرائق التي شهدتها منطقة الأمازون والنظر إليها كموضوع مثير وجديد ومصدر رئيسي للخبر، لكن تبين فيما بعد أن تلك الصور التي تم إعادة نشرها والحديث عنها في الوسائط الاجتماعية من طرف الرئيس الفرنسي، قد تم التقاطها في أماكن أخرى وتعود لوقائع وسياقات أخرى (...)، ومثل هذه الممارسات تبين الانتهاكات الجديدة لمهنة الصحافة التي تقوم على نقل أحداث اللحظة الراهنة؛ دون مراعاة الطابع الأصلي للمضمون المتداول، وهذا يفرض تجديد الأطر القانونية والتنظيمية لحماية المصادر والتأكد من موضوعية الحدث ومن القيم الخيرية المتداولة على الوسائط الاجتماعية، خاصة من طرف الشخصيات السياسية.²¹

1. 3 الانزياح عن التخصص المهني للصحفيين وبروز الهوية الرقمية :

تمتد مهام الصحفي لتشمل نشاط المراجع (الموظف) التقني الدائم والذي يقوم بجميع الإجراءات والوظائف المهنية الرقمية التي تتجاوز انتماءاته الفكرية والمهنية وتكوينه الشخصي؛ وهي وظائف تضاف إلى الأدوار التي كان يقوم بها في السابق كالبحث عن المعلومات وتقديمها للجمهور على شكل أنواع ومواد إعلامية مختلفة.²² لهذا، فقد قامت بعض المؤسسات الإعلامية، بتكليف الصحفيين للقيام بأدوار مهنية جديدة على المواقع الإلكترونية، لكن دون أن يتوفر الكثير منهم على التكوين المسبق والمعرفة المشخصة للقيام بذلك. وهنا يتحدث الكثير من الباحثين عن تحول الهويات المهنية للإعلاميين والصحفيين، والنظر فقط إلى قيمهم الأدائية الاستعمالية وسرعة تواصلهم مهنيًا في الفضاء الإعلامي الجديد.²³ وهذا سيكون سبب التجاوز الضوابط المرجعية لوظائف وأدوار الصحفي، والتي تقود تدريجياً لإلغاء عامل وعنصر الاحتراف (dé-professionnalisation) أو إلغاء التخصص المهني للصحفي، (dé-spécialisation) أو بالأحرى؛ عدم وضوح الحدود المهنية التي تحددها طبيعة التخصص المهني، خاصة مع استغناء العديد من المؤسسات الإعلامية عن الأدوار والوظائف الموضوعاتية (thématique) للصحفي في الممارسة.⁽²⁴⁾ وهذه التجاوزات في المهنة تظهر بشكل واضح في وسائل الإعلام العالمية والرائدة التي تستخدم الميديا الجديدة وكل الوسائل الرقمية والوسائط الاجتماعية المتاحة في ذلك.

يكن الرهان الأساسي للممارسة المهنية، حسب ما أكده الباحث "ريمي ريفل" (Rémy Rieffel) في وجود ما يسمى بتعدد وتنوع القدرات والكفاءات²⁵ وضرورة تأقلم الصحفي مع التكنولوجيات وخدماتها المتنوعة، كالذكاء الاصطناعي والاستفادة من المعارف السائدة التي تؤثر بشكل أو بآخر على الأداء المهني للصحفيين. وهذا التحول الذي يفرض شروط وأشكال جديدة في الأداء المهني؛ بحيث يجد الصحفي نفسه خاضعاً للقيود التنظيمية المتجددة بكل أشكالها المتنوعة والمتعددة، عادة ما يستدعي هذا الأمر، التمسك بالتقنية والاشتغال باستمرار تحت الضغط المستمر، واستخدام أساليب وآليات تفرز تجسيد الفعل الإبداعي في التحرير واختيار الصور والبحث عن المعلومات المتجددة والأكثر تداولاً.

رغم أن هذه الثورة الرقمية، تساهم في تعزيز نموذج التواصل التفاعلي المستمر مع الجمهور في الوقت الحقيقي، إلا أنها تفرز في الوقت نفسه على الصحفي ممارسة مهام تقنية رقمية جديدة، تتعدى الوظائف المرجعية السابقة (الانتظام المهني المعرفي)، وتعكس في نفس الوقت، نسقاً مهنيًا يقوم على تجاوز كل الوظائف المتعلقة بالتخصص المهني للصحفيين والمهنيين. يكون الصحفي هنا أمام تحديات جديدة، ومن أبرزها: تحقيق ما يسمى بأسطورة "الصحفي الذي يقوم بكل شيء" والاشتغال خارج التخصص والتنظيم المهني والبحث في كل الموضوعات، مهما كانت طبيعتها وخصوصياتها وامتداداتها المعرفية؛ وهو المدخل الرئيسي الذي يضع الممارسة الصحفية اليوم في مجال واسع محفوف بالمخاطر والتحديات.²⁶ هذا النوع من الممارسات، يعبر عن أزمة حقيقة لنفي التخصص المهني ولقيمة تقسيم

الأدوار حسب المواضيع والأنواع الصحفية داخل المؤسسة الإعلامية .

2. في شأن التحول النسقي للمهنة (الآنية والفورية).

ينظر العديد من الباحثين إلى الصحفي الذي يشتغل في البيئة الرقمية بنظر جديدة، تجسد بعض الممارسات التي تقوم على عناصر الآنية والفورية (l'immediateté) والتي تعتبر كمتغيرات أساسية في البناء الإعلامي. وفقا لذلك، فقد غيّرت من تنظيم وقت الصحفي وعمله؛ وأصبح يعيش واقعا جديدا، ويواجه تحديات كثيرة وأبرزها: نقل وبث ونشر الأخبار على الفور ومسايرة زمن الأحداث المباشرة، وكذلك، أضحت المؤسسات الإعلامية تدعم الخطاب القائم حولا للحظية المرتبطة بزمنية الحدث الآني من خلال تطوير التجهيزات والتطبيقات الرقمية؛ وتجسيد الإحساس بالحضور التزامني ووضع المشاهد أو القارئ في زمانية مشتركة معها، لضمان الاستمرارية وزيادة نسب الاستقطاب. وهذا لا يمكن تجسيده في الواقع، إلا بتمكن الصحفي من التقنيات الرقمية والتفاعلية التي تساهم في إنتاج وتحرير الأخبار ومعالجة الأحداث الآنية والجديدة في وقتها الحقيقي (وقت الحدث).²⁷ والواقع، لقد شكلت التغييرات التي طرأت على المشهد الإعلامي والفضاء الافتراضي وعلى الصحافة الرقمية، قفزة نوعية في كيفية إنتاج المحتوى الإعلامي، والاهتمام بمعيار زمنية لحظات (temporalité) الحاضر الحي، كون العالم اليوم وكما يقول الخبراء ليس سوى نظاما مركبا من الأخبار والمعلومات التي تصلنا كل لحظة عبر السيلان أو التدفق (Flux) الزمني المستمر عبر المواقع الالكترونية والوسائط الاجتماعية وعبر مختلف القنوات الإخبارية، والمدونات ومواقع "صحافة المواطن"؛ لكن على خلاف ذلك، فالتسابق للحصول على الأخبار السريعة والجديدة وكذا مسايرة تدفق المعلومات والفيديوهات والصور، قد يؤدي إلى تقديم معلومات ومضامين غير دقيقة وغير موضوعية، قد تمنع من استيعاب الظواهر والأحداث ومختلف التفاصيل الأساسية المتعلقة بها، وهذا عكس الشروط الموضوعية للمهنة التي تتطلب مسافة مهنية معينة وزمن لعرض الأخبار على الشاشة وفي في مختلف المواقع الالكترونية.

وفي نفس السياق، لقد طرحت الكثير من التساؤلات عن توجه الصحافة في ظل هذه الأوضاع الجديدة لتغطية ونقل الأحداث بشكل مباشر بالصوت والصورة والاعتماد على التعليقات المباشرة؛ أين تعطي غالبية وسائل الإعلام، خاصة التي تهتم بالأخبار السريعة، الأولوية للسبق في البث والنشر دون احترام أخلاقيات المهنة؛ والأمثلة كثيرة على ذلك. يمكن أن نشير هنا إلى التغطية الإعلامية للهجمات الإرهابية التي شهدتها فرنسا في سنة 2015 على مقر صحيفة "شارلي إيبدو" (Charlie Hebdo) ومتجر "هيبير كاشير"، (l'Hyper casher)؛ فالكثير من المحتويات الإعلامية المقدمة امتزجت مع الشهادات الخاطئة والمزيفة والأحداث التي نقلت بالهواتف الذكية، دون الاهتمام بموضوعيتها ومصداقيتها وتأثيرها على نفوس المواطنين، مما سمح بتوسع مجال "الذهان" (psychose) الذي يقوم على انقسام الأنا عن الواقع العقلي والذي من شأنه أن يحدث الكثير من الاضطرابات النفسية وفقدان القدرة على معرفة وفهم واقع الأحداث.²⁸ لذلك، فقد تعرّضت معظم الوسائل الإعلامية فيما بعد، لانتقادات كثيرة

سواء في طريقة العرض وبث الأحداث الآنية، بفضل الأجهزة والتطبيقات الرقمية المستخدمة والتي تتنافى وتبتعد عن مجال الأخلاقيات المهنية والمسؤوليات المهنية الصحفية. وهكذا فالأشخاص الذين تم مقابلتهم في موقع الحدث على سبيل المثال، تحدثوا عن تفاصيل الأحداث بخطابات تجسد انتماءاتهم الفكرية والإيديولوجية الذاتية، وعبروا عن ذلك، بشحنات عاطفية تتناقض ومنطق جوهر الحدث وسياقه ومبرراته.²⁹ وهذا يبتعد كلياً عن مبادئ المهنة الصحفية التي تستلزم التحقق من المعلومة والصور والتصريحات، قبل بثها أو نقلها على المباشر.

2. 1 الوسائط الاجتماعية الجديدة: التهديد الجديد لمهنة الصحفيين

أشار رئيس صحيفة نيويورك تايمز (New York Times) "آرثر سولزبيرجر" (Sulzberger) Arthur: "إلى أن هذا التحول الرقمي، يحمل في مجمله معطيات جديدة في التنظيم والتحرير وفي طريقة تشكيل وبناء المضامين وفي طريقة وصيغ استيعاب مختلف الأحداث والوقائع بشكل تفاعلي وديناميكي، (...) مضيفاً، لدينا أكثر عدد من المتابعين والمشاركين على الشبكات الاجتماعية وأكثر بكثير من المؤسسات الإخبارية والإعلامية الأخرى... تضم صفحة (The New York Times) على شبكة التواصل الاجتماعي (Facebook) أكثر من 1.7 مليون معجب ومتابع، كما تضم أيضاً صفحتنا الرئيسية على شبكة (Twitter) أكثر من 15.8 مليون شخص، قبل أن تصل في 2017 إلى 41.3 مليون... " ويضيف قائلاً: يتم القيام بعملية التغريد على كل مقال في صحيفة "نيويورك تايمز" تقريباً كل أربع ثوانٍ، مما يدل على المتابعة الفورية والمتواصلة للمحتويات من قبل المواطنين وما يصاحبه من ترقب لانتشار الأخبار والفيديوهات والأحداث الأخرى على الشبكة الاجتماعية القابلة للتداول والتعليق والنقد.³⁰ وهذا التصريح يدل ضمناً على أن هناك تغيراً واضحاً في انتشار وعرض الأخبار والمعلومات وطريقة الطلب عليها؛ لم يعد الجمهور يبحث عن المقالات الإعلامية الاستقصائية، والمقالات التحليلية الطويلة، بل يريد الحصول على المعلومات بشكل سريع على شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تتضمن المعلومات الأولية المباشرة، والموجزات، والعناوين الجديدة، والأخبار المختصرة (...)، ومن هذه الزاوية، يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية ومختلف الوسائط الرقمية، على أنها مؤسسات وفضاءات، تتنافس مع وسائل الإعلام، خاصة الإخبارية منها، نشير هنا إلى شركة المعلومات العالمية "Google" التي أتاحت للأفراد تطبيقات وبرمجيات متنوعة؛ للبحث والنشر المباشر للمعلومات والأخبار وتوظيف الروابط المتشعبة للموضوعات ذات الصلة بالحدث في الوقت الراهن³¹ وهكذا، أصبحت وسائل الإعلام تخضع باستمرار للنموذج الإخباري المباشر والمهيمن في المواقع الإلكترونية، كالوسائط الاجتماعية والمنصات الرقمية الأخرى، ومن أهمها الخدمات المجانية التي تقدم الأخبار باستخدام تطبيقات متنوعة، منها خدمات أخبار (Google News) التي تعتبر حسب الكثير من المهنيين والمختصين، كمصدر أساسي للحصول على الأخبار الجديدة وعلى مختلف أنواع المعلومات بطريقة مجانية، يمكن أن نضيف أيضاً في هذا الإطار، استخدام تقنية وخدمة تطبيق الفيسبوك المباشر ("Facebook Direct") من طرف الإعلاميين

والصحافيين للحصول على الأخبار والتصريحات والصور، وكذلك لمعرفة انطباعات وانفعالات وتوجهات المسؤولين، خاصة السياسيين (...). كما قامت هذه الشبكة بتخصيص قسم خاص لعرض وتبويب وتصنيف "الأخبار" (Top News)، الذي يمنح إمكانية للمستخدمين من رؤية ومتابعة ومشاهدة الأخبار خاصة الرئيسية، ووفقاً لذلك، أكد الصحفي والباحث "إريك شيرير" (Éric Scherer) صاحب الكتاب المشهور : "هل ما زلنا بحاجة إلى صحفيين؟ أن مثل هذه الخدمات تسمح بتداول المعلومات بسرعة وبأشكال مختلفة أكثر من أي وقت مضى، خصوصاً مع تطوير الوسائط الاجتماعية التي تهتم بنشر وبث الأخبار في الوقت الحقيقي. لهذا السبب، فقد تخطى الأفراد عن استعمال وسائل الإعلام القديمة وتوجهوا إلى الشبكات الاجتماعية والميديا الجديدة، وهذا ما تبينه كل الإحصائيات التي تشير إلى أن نسبة كبيرة من شباب هذا الجيل الرقمي يتابع الآن الأخبار وكل المستجدات بشكل مستمر عبر شبكات التواصل الاجتماعية.³²

وفي نفس الإطار، قامت أيضاً شركة ميكروسوفت في إصدار تطبيق يسمى (Apple News) الذي يتيح للمستخدم متابعة الأخبار التي تتضمن الكثير من الصور ومقاطع فيديو والصور المتحركة من مصادر مختلفة، كما تساهم في تصنيف وتوفير مجموعة من المقالات التي تهتم المستخدم. وهكذا، سيتم الإغلاء من قيمة المعلومة المتداولة والمنتشرة والتي تتناول مواضيع متنوعة في هذه الخدمات، دون الاهتمام بالواقع واهتمامات ومشاكل الفرد والمجتمع وقضايا الساعة ومختلف القضايا التي يجب الحديث عنها. وفي هذه الحالة، سيتراجع أيضاً دور الصحفي ويحد هذا الأداء، من إرادته الإبداعية والتحريرية في البناء الإعلامي، ليترك المجال لهيمنة الخدمات التي وفرتها الثورة الرقمية، كالاهتمام بآنية الخبر وبأشكال ظهوره في التطبيقات وفي الشبكات الاجتماعية وهذا سيؤدي إلى زوال أو على الأقل تراجع بعض الأنواع الصحفية كصحافة الرأي والبرورتجات والاستقصاء وطغيان الأخبار المتشعبة بشكلها الخام. والخضوع لسلطة فورية الحدث، والتي يصفها الباحث "دومنيك فولتون" "بإمبريالية الخبر"³³ أين يتم اختزال وتقليص وقت المعلومات ومختلف الأخبار حرفياً في المدة الوحيدة والمختصرة للحدث أو في فضاء البث والانتشار، وهذا دون النظر إلى مصداقيتها وظروف إنتاجها وسياقها السردي التاريخي .

2.2. سلطة البعد التجاري وإكراهات الإشهار التفاعلي في المحتويات الصحفية .

لا تشمل التجاوزات مجال البحث عن سبق الصحفي لتغطية الأحداث و الوقائع فقط والاعتماد على التقنية في كل شيء، بل تمتد أيضاً إلى أشكال واستراتيجيات التأثير التجاري. والحال، أن الكثير من المؤسسات الإعلامية، تمارس استراتيجيات التلاعب بالمضامين الاشهارية ودمجها في الأنواع والمواد الصحفية وفي مختلف المحتويات التي تتميز بالتفاعلية، فهي تربط الشرط الوجودي للمحتوى الذي ينتجه الصحفي بالإشهار الذي يتعرض له القارئ أو المشاهد قسراً وبدون رغبة. يشير هذا التشكيل الجديد الذي يتجلى بأشكال تفاعلية، إلى البناء التجاري الذي يقوم على الاحتيال والتطويع والتفاعل الاندماجي مع المحتويات الإعلامية، وعادة ما يظهر هذا النوع الجديد من التأثير القسري، خاصة في المواقع الإخبارية،

كعائق يجب على القارئ أو المشاهد تجاوزه عن طريق النقر لضمان الوصول إلى المتابعة الشاملة للمقال أو لمشاهدة الفيديو. يمكن أن نشير هنا إلى عملية إدماج الإشهار (المضمون الاشهاري والتسويقي) في المحتوى الإعلامي في مجلة (Forbes) الأمريكية المشهورة، فقد اعتمدت على إستراتيجية إعلامية وتسويقية؛ تقوم بدمج الإشهار داخل المقالات والنصوص والمحتويات بشكل قسري والتي تقود القارئ مباشرة إلى المضامين الاشهارية أو إلى خدمات المؤسسات المشهورة .³⁴ هذه الاستراتيجيات التي تقوم بها بعض المؤسسات الإعلامية، تبتعد كلياً عن مجال الأخلاقيات المهنية التي تفصل وبشكل مباشر بين الاشهار والخبر. ونحن نعرف جيداً، أن القوانين التي تحدد مهام وأدوار وأخلاقيات الصحفي، تمنع الخلط بين مهنة الصحفي وممارسة الإشهار أو الخلط بين الإعلام والشهرة والنشاط التجاري. لذلك، انتقدها الصحفي وصاحب الموقع الإخباري (Mediapart) "ميديابارت" "إيدوي بلينيل" (Edwy Plenel) كثيراً وعمل على تجاوزها، بتقديم إستراتيجية بديلة، تركز على "الاشتراك" للحفاظ على استقلالية ونوعية المعلومات وضمان استمرار الصحافة الاستقصائية والابتعاد عن النماذج التجارية التي تؤثر على مصداقية المضامين، مع الاهتمام بكل ما يتعلق بالجانب الإخباري والمعرفي والنقدي للخبر، وبالصحافة المرجعية التي تساهم في تشكيل جمهور ديمقراطي حقيقي يبتعد عن كل إشكال التأثير التجاري.³⁵

وفقاً لذلك، فإذا كانت الاستراتيجيات القائمة على الانتشار الرقمي والمجانية في الحصول على المعلومات، قد حققت نجاحات مذهلة في التأثير والمتابعة واستقطاب المشاهير والحصول على الموارد المالية، فإن الباحثة جوليا كاجي (Julia Cagé) تؤكد في كتابها (Sauver les médias) أن عنصر المجانية الذي بقي مهيمناً لفترة من الزمن، قد ساهم في الابتعاد من نوعية المعلومات والمضامين الموضوعية والتوجه نحو المحتويات التي تهتم بأشكال الإثارة والأخبار السريعة فقط. لهذا فقد تبنت العديد من الوسائل الإعلامية، استراتيجيات جديدة تقوم على خدمات الاشتراك (service par abonnement) لغرض الحصول على الأخبار والمضامين ذات النوعية العالية. كما فرضت آليات مهنية تقوم على بناء المضامين الإعلامية والصحفية ونشرها وتسويقها باعتبارها سلعة نوعية ومنتجات فكرية، تختلف تماماً عن المضامين التي تنتشر في المواقع الأخرى وفي المدونات والوسائط الاجتماعية؛ وهو العنصر الوحيد الذي يضمن إنتاج المضامين خارج التأثير التقني، ويحد من تدخل المساهمين الخارجيين والمشاهير في التنظيم المهني للصحفي وفي طريقة بناء المحتويات الإعلامية والصحفية.³⁶

والواقع، أن قيمة المحتوى الإعلامي مودعة في التشكيل الذي يعبر الاهتمام للفعل الكمي التقني " لحساب عدد نقرات" (clics) الجمهور، وهو المعيار الوحيد لتقييم المضمون الإعلامي، وقد يكون هذا الأمر هو الذي يجعل الصحفي اليوم يعطى الأولوية لقيمة حضور الجمهور عن طريق النقر، ويتم هذا على حساب الجودة والقيمة النوعية للمضامين الإعلامية. لذلك فقدت توجهت الكثير من الوسائل الإعلامية إلى الاهتمام بالمعلومات غير المهمة والثانوية، وتحويلها إلى تنظيم تقييمي بأشكال العرض المختلفة لتصبح معلومات مهمة وتحظى بمتابعة واسعة من طرف الجمهور، يمكن أن نشير؛ هنا إلى

زيادة الاهتمام بحياة المشاهير والسياسيين وتصريحات النجوم والأخبار التي تنتم بالمشاركة الواسعة بين المستخدمين³⁷ وكل هذا، أسس نموذجاً جديداً في المؤسسات الإعلامية يركز على الاشتغال الفوري لمتابعة "الزوار" و أيضاً " لحظات مشاهدة وقراءة المضامين" و معدلات الارتداد إليها، وهذا ما سيجعل من الصحفي كأداة إدارية وتقنية أكثر من كونه ذات تحريرية تمتلك معرفة مهنية وعقل نقدي وفاعل لجمع الأخبار الحقيقية، وهذا أيضاً ساهم بقدر واسع في زعزعة استقرار المبادئ المهنية والتقاليد الصحفية التي سادت في القرن الماضي؛ فلم يعد الصحفي يدافع عن المصلحة العامة للمجتمع وعن انشغالاته الجوهرية، وابتعد تدريجياً عن القيم والخيارات الموضوعية في تناول المواضيع وبنائها، لأننا نشهد تحولاً يتجه نحو "الطلب" بالمفهوم الاقتصادي والتجاري بناءً على ردود أفعال مستخدمي الإنترنت، أين يتم اختيار الأخبار وبناء المحتويات عن طريق الاستفتاء.³⁸

وتكمن المعضلة في الابتعاد عن المبادئ المهنية للصحفيين لصالح التفاعل العاطفي و"اقتصاد الانتباه"، (économie de l'attention) الذي أصبح متغيراً محورياً في عمليات التحرير والإنتاج الإعلامي، لغرض جذب انتباه الجمهور وتوجهه، وينظر إليه في العملية الإنتاجية الصحفية كمورد قابل للقياس الكمي، منخل التوظيف الخوارزميات و البرمجيات الرقمية في البناء الإعلامي، كاستخدام العناوين الجذابة والصور ومقاطع الفيديو وما إلى ذلك (...). وهذه الإستراتيجية تعطي الأهمية للغة الرقمية عن طريق قياس تفاعل الجمهور ومتابعته للمحتويات وكذلك انتباه المستخدمين، بناءً على قياس عدد مشاهدات الصفحة أو الوقت المستغرق في المشاهدة والقراءة ودرجة الاهتمام والتتبع الذي يثيره كل محتوى وشكل إعلامي.³⁹ وهذا يؤدي، إلى تفضيل معرفة ردود الأفعال المباشرة والإدراك المباشر والمحسوسات، الانفعالات على حساب البناء الموضوعي الذي يركز على قيمة الخبر والمضمون.

2. أشكال جديدة من السرديات الإعلامية : الاستعراض والإثارة

تسعى وسائل الإعلام في ظل هذه التغيرات الرقمية الجديدة، البحث عن الصحفيين الذين يستطيعون العمل في "الوقت الفوري"، والقيام بالكثير من الممارسات والمهام في آن واحد، مع التركيز على أنواع تحريرية عديدة؛ تقوم على هيمنة الجانب المحسوس على العقلي، ومنها ما يسمى بأخبار "سكوب" (Scoop)، تشير هذه الممارسة في شكلها العام إلى توسع مجال الاهتمام بالمعلومات والمشاهد والصور المهمة والعاجلة و المثيرة، والتي يعتقد أنها دوراً هاماً في زيادة المبيعات والاستقطاب الواسع للجمهور وإعلام المواطنين قبل المؤسسات المنافسة الأخرى. يتم اختيار هذه المواضيع؛ بالتركيز على الأخبار المشهدة - الاستعراضية (l'info-spectacle) وأحداث الفرجة القابلة للإدراك الحسي في زمن انفعالي، أين يحتفظ فيها الجمهور فقط بكل ما يتعلق بالبعد المرئي والإدراكي، وقد أشار إلى ذلك كل من (François Jost) و (Virginie Spies) في دراسة جاءت تحت عنوان « L'information à la télévision, un spectacle ? » (**)، هل يمكن اعتبار الخبر في التلفزيون كموضوع للاستعراض؟ فقد تحدثنا الباحثان عن مختلف البناءات الإعلامية المتنوعة، كالترفيه والسخرية وقدرتها على تجسيد الوقائع

بشكل من الحضور الاستعراضي التي يساعد على الانفصال عن الأحداث الموجودة فعلياً والتي عمقت من أزمة هوية وأدوار الصحفيين،. فالعنصر الجوهري في بناء المحتويات ليس الواقع المعاش الحقيقي، بل ما يتجسد في اللحظة الآنية على الشاشة بأشكال تعبيرية استعراضية ورقمية.

وعادة ما يتم إتباع إستراتيجية مزج وتفاعل الأنواع الإعلامية، خاصة في البرامج الترفيهية والحصص التي تضاعفت بمشاركة الفنانين والممثلين والسياسيين في برامج العروض الحوارية (talk-shows) التي أصبحت فضاءات للاستهلاك، ومناقشة كل القضايا الأدبية، الأخبار السياسية، الفنية الرياضية (...). فهي بذلك، تفتح مجال النقاش لكل الجمهور والأفراد بمختلف مستوياتهم، دون تحمل التبعات الأخلاقية والقانونية الناجمة عن ذلك، خاصة المتعلقة بالتهيج والانفعالات العنيفة أو خطابات الكراهية، بحيث يتم الابتعاد عن الموضوع الأصلي للحدث، ويصبح العنصر المرئي قابلاً "للقراءة" والمتابعة، خاصة إذا تضمن الاشكال المتعلقة بالإثارة، فالمسألة لا تتعلق بعرض وكشف القيمة الخبرية، إنما بـ تقديم "مادة صحفية قابلة للاستهلاك المباشر" بغرض التسلية والترفيه أيضاً.

يركز السرد الصحفي في ظل البيئة الرقمية، أكثر على إثارة العواطف والاهتمام بسلطة الزمن التي تعطى الأهمية البالغة للتسلسل الهرمي للمعلومات وفقاً لتأثيره على الجمهور وتجسيد ما يسميه الباحث "باتريك شومبان" (Patrick Champagne) "بصناعة وإنتاج الحدث" على الشاشة أو في برامج المؤسسات الإعلامية. وفي ظل هذا الوضع يتمّ التلاعب بكافة الأحداث دون الخوض في حقيقتها.⁴⁰ استناداً إلى ذلك، فالصحفي يبحث دوماً على الملكية الحصرية والأولية للأخبار ومختلف التصريحات، والمحتويات التي تحمل صفات وميزات خاصة منها، الاستثنائية، أو المفاجأة، أو الإثارة، أو حتى السرية (...). لكن عادة ما يؤثر ذلك على مهام الصحفي بظهور حالة من القلق والتوتر الدائم، ويبقى دائماً ضحية لهذه المعضلة التي تؤدي إلى زيادة البحث عن الأخبار السريعة والمثيرة لتقديم عرض يجذب الجمهور، وفي الغالب، يكون بطريقة غير عقلانية وتمثيل سردي يقدم المضمون الذي يركز على البعد الإدراكي المباشر.

3. ضرورة العودة إلى مواثيق الشرف ومدونة الأخلاقيات المهنية .

إن التحولات والتغييرات التي طرأت بشكل سريع على الممارسات المهنية للصحفيين في البيئة الرقمية، طرحت الكثير من الأسئلة المتعلقة بكيفية إدارة البيانات الشخصية للصحفيين وآليات عرض المحتويات الإعلامية وتداولها في المنصات الرقمية، لهذا فقد أكد الكثير من الباحثين في هذا المجال، على ضرورة العودة إلى مواثيق الشرف ومدونات أخلاقيات المهنة التي تحدد حقوق وواجبات الصحفيين ومختلف قواعد السلوك المهني والضوابط الأخلاقية التي تؤطر الممارسة المهنية في كل مراحل إنتاج المادة الإعلامية⁴¹ خاصة مع تزايد استخدام الميديا الاجتماعية ومختلف التطبيقات والمنصات الرقمية، الشبكات الاجتماعية، وتتجاوز بعمق الهويات المهنية القديمة المبنية على الأنشطة المهنية المحددة والمركزة. ولا شك أن مثل هذه الوظائف الجديدة التي تستند إلى الممارسات الرقمية؛ لها عقباتها وعوائقها

في العمل المهني الحالي وعلى مجال الأخلاقيات، على سبيل المثال، تسببت قضية الصحفي المشهور "جيسون بلير" (Jayson Blair) من جريدة (New York Times) التي تعتبر مرجعا من قبل المهنيين، في إثارة ضجة إعلامية واسعة النطاق، وتعد هذه القضية واحدة من أكثر الفضائح في الصحافة الأمريكية التي شهدت الكثير من الاضطرابات، مما أدى إلى إقالته بعدما اكتشفت الصحيفة، بأنه قام بنشر ريبورتاجا مزيفا لعائلة أمريكية فقدت ابنها الجندي في العراق.⁴² والأمثلة كثيرة عن مثل هذه التجاوزات، يمكن أن نشير هنا أيضا إلى قضية الصحفي "جوزيف مايتون" (Joseph Mayton) من صحيفة الغارديان (TheGuardian) التي تعتبر واحدة من أكثر الصحف اليومية شهرة في المملكة المتحدة، بحيث وجدت نفسها في قلب أكبر الفضائح في العالم الإعلامي، فالكثير من الأشخاص الذين تم الإشارة إليهم في المقالات والمواد الإعلامية المتعددة التي كتبها "جوزيف مايتون" منذ 2009، لم يكن لهم وجود على أرض الواقع. وقد اعترفت الصحيفة بعد التحريات، أن الصحفي قام بسرد مقابلات خيالية واقتباسات زائفة وكذب في الكثير من الحالات بالادعاء، بأنه حضر الأحداث والوقائع، وبعد التأكد من هذه التجاوزات المهنية والأخلاقية التي أثرت على سمعة وصورة المؤسسة الإعلامية، قامت "الغارديان" بحذف 13 مقالا موقعا من قبل "جوزيف مايتون" من موقعها واعتذرت بشكل رسمي للمتابعين والجمهور، وقد وعدت أن تأخذ بعين الاعتبار استراتيجيات جديدة للحد من هذه الممارسات التي تؤثر على تاريخ ومرجعية الصحيفة وعلى مجال الأخلاقيات المهنية. ومن هذه الزاوية، إن كانت الهوية الرقمية للإعلاميين وعلاقتها بالتكنولوجيات الرقمية التي توسعت كثيرا في مجال الممارسة الإعلامية، تساعد على استخدام الصيغ الإبداعية ومسيرة الأحداث، لكنها تقود أيضا لتخطى حقائق ومصادر الأخبار وتجاوز مجال الأخلاقيات المهنية، ومثل هذه الممارسات الجديدة تنتافي والحقيقة الموضوعية للمواضيع الإعلامية ولمواثيق الشرف المهنية.⁴³ وهذا يقودنا للحديث عن ظهور تجاوزات أخرى، يتعلق الأمر باستخدام المصادر التخيلية والافتراضية، وهيمنة النموذج الجديد في الأداء المهني الذي يقوم على تجسيد "الصحفي - الكمبيوتر" أو "الجالس" وبسلطة السرعة والاستمرارية. وتظهر المفارقة هنا، أن الصحفي يفقد علاقته المباشرة مع الواقع الحقيقي والميداني وكذلك، تواصله المباشر مع الأحداث ليهتم بالواقع التقني والافتراضي ويسرد الأحداث المزيفة.

3. 1 موثيق الشرف ومدونات أخلاقيات المهنة في البيئة الرقمية: بين التجديد والتحيين

ينصب اهتمام الصحفي أكثر من وقت مضى، على جمع المعلومات والأخبار بطريقة آلية وهذا قد يؤدي إلى تجاوز المعايير المهنية والقيم الأخلاقية التي تستلزم البحث عن الحقائق وتجنب نشر الأخبار المتداولة والكاذبة (...). ولتجاوز هذه الممارسات التي تؤثر على مرجعية المهنة وعلى الصحفي نفسه، يجب العودة إلى مدونات الأخلاقيات ومواثيق الشرف المساعدة في تنظيم علاقات الصحفيين مع الجمهور وطريقة البحث عن المعلومات والأخبار واليات تحريرها وكذلك أساليب وأشكال التعبير عن هويتهم في الوسائط الاجتماعية وفي المواقع الالكترونية .

يجب الإشارة، إلى أن بعض المؤسسات الإعلامية والمجالس الصحفية والنقابات المهنية والإعلامية، تبنت نفس مبادئ الأخلاقيات التقليدية وقواعد السلوك المهني الموروثة من قبل، من بينها (ميثاق ميونيخ⁴⁴) ، و(الميثاق العالمي لأخلاقيات الصحفيين)⁴⁵ (...)، والعمل بها في البيئة الرقمية الجديدة مع الحفاظ على أهم مبادئها، باعتبارها نصوصاً مرجعية ملزمة لكل صحفي. إضافة إلى ذلك، هناك من فضل تحيين بعض المبادئ وإخضاعها للمراجعة والإثراء أو إضافة مبادئ ومواد أخرى، وتكييفها مع بعض التحولات الراهنة في المهنة الصحفية، يمكن أن نذكر هنا، اعتماد الاتحاد الدولي للصحفيين ميثاقاً أخلاقياً عالمياً جديداً (Charte d'éthique mondiale des journalistes) في 2019 الذي أشار إلى ضرورة حضور الصحفي في وسائط التواصل الاجتماعي وتوظيف الميديا الجديدة مع الحرص الشديد في متابعة التعليقات والوثائق المنشورة على وسائط التواصل الاجتماعي وفي مختلف المنصات الرقمية التفاعلية.⁴⁶ في حين أشار "مجلس الصحافة السويسري" إلى أن المعايير الأخلاقية المعمول بها، خاصة التي وردت في الإعلان المشهور الذي يتضمن "واجبات وحقوق الصحفيين" في مواده الأساسية، تطبق أيضاً على الممارسة الصحفية على الإنترنت والشبكات الاجتماعية. وقد دعا نفس المجلس إلى إلزامية التكوين المهني للصحفيين العاملين على الواب مع مراعاة السياق الذي توجد فيه أي معلومة في البيئة الرقمية والاهتمام بتعليقات وآراء الجمهور الخارجي.⁴⁷ بالإضافة إلى ذلك، قامت الكثير من المؤسسات الصحفية والإعلامية، بإصدار المبادئ ومدونات أخلاقيات المهنة في ظل هيمنة التكنولوجيا الرقمية على نشاط الصحفيين، يمكن أن نذكر في هذا الإطار، "الميثاق المتعلق بالقيم التحريرية" لهيئة الإذاعة البريطانية "BBC"، حيث ركزت مواد الميثاق على ضرورة التحقق من صحة المحتويات الصحفية، مع ضرورة الاهتمام بعنصر الدقة على حساب السرعة وتجنب نشر الأخبار العاجلة، كما أشار الميثاق إلى بعض الممارسات الجديدة التي تسمح بإزالة المحتوى عبر الإنترنت أو تعديله وتغييره⁴⁸ كما أصدرت صحيفة (New York Times) مدونة أخلاقيات الصحافة والمسؤولية الاجتماعية للصحفيين في كتيب يتضمن أيضاً إرشادات وتوجيهات في كيفية استخدام الوسائل الرقمية والفضاءات الإلكترونية، ومختلف قواعد البيانات، البريد الإلكتروني، وكذلك في بناء المحتويات، بحيث نوه بشكل جوهري إلى ضرورة الابتعاد عن بعض الممارسات التي تتنافى والقيم الأخلاقية، كالتصنّت إلكترونياً على مصادر الأخبار.

3 . 2 دور النقابات والمجالس الصحفية :

يمكن أن نعرض بعض التجارب العالمية الرائدة، منها "الرابطة الكندية للصحفيين" التي قامت بإصدار مدونة القواعد الأخلاقية للصحافة التي تتحدث عن الممارسات المهنية، إذ أشارت إلى ضرورة تجنب التلاعب بالأصوات أو الصور والابتعاد على ممارسات التضليل وتشويه الأحداث والوقائع وضرورة تصحيح الأخطاء عبر الإنترنت، كما تشجع مواد هذه المدونة على استخدام الشبكات الاجتماعية، لأنها إحدى الفضاءات الجديدة لإجراء الاتصالات والحصول على المعلومات ومعرفة الأخبار الجديدة.

ومع ذلك فإنها تشير، إلى ضرورة التأكد والتحقق منها ومعرفة أدق التفاصيل عن مصادرها.⁴⁹ وفي نفس الإطار، تطرق مجلس أخلاقيات الصحافة البلجيكي في 2013 إلى وجوب الالتزام بالمعايير المهنية أثناء استخدام التقنيات الرقمية الجديدة، حيث يلزم المجلس الصحفيين احترام الأخلاقيات المهنية بغض النظر عن الوسيلة والتقنيات والتطبيقات والفضاءات المستخدمة، بما في ذلك الشبكات الاجتماعية والمواقع الإلكترونية الشخصية والمدونات، التي ينظر إليها كمصادر للمعلومات ودعائم لنشر المحتويات، شريطة أن يتم ذلك، تحت سلطة رئيس التحرير ووفق التنظيم هرمي يعبر الاهتمام للقيم المهنية والتحريرية، كما أشار المجلس إلى أنه لا يمكن بحال من الأحوال التأقلم مع التحولات الجديدة، دون تدريب وتكوين الصحفيين والموظفين للاستجابة للقواعد القانونية والأخلاقية.⁵⁰ يشير المجلس إلى ضرورة توخي الحذر في طريقة نشر المعلومات خاصة مع⁵¹ انتشار الشائعات والمحتويات الزائفة، لذلك فمن الواجب التكيف مع حالات الاستعجال والفورية في معالجة بعض الأحداث الجديدة، لكن يجب مراعاة المعايير المهنية و المبادئ الأخلاقية. وفي نفس السياق، أصدر المركز الدولي للصحفيين (ICFJ) ⁵² دليلاً يتضمن كفاءات وتوجيهات التحقق من المحتوى الرقمي لتغطية الأحداث في زمن السرعة ووضع الأخبار المهمة في سياقها المرجعي، وهو دليل يتناول الاهتمامات الرئيسية للصحفيين والمؤسسات الإعلامية في البيئة الرقمية، ومختلف التحديات الأخلاقية في عمليات بناء الأخبار التي تتميز بالسرعة والاستعجال. يشير الدليل في أغلب مواده على ضرورة تبني طرق التحقق من الأحداث والأخبار السريعة وتدريب الصحفيين لمواجهة التحديات الناتجة عن انتشار الأخبار الفورية التي تتضمن المعلومات المضللة أو الزائفة .

4. تجربة العالم العربي والتحديات الراهنة :

إذا تحدثنا عن سياقنا العربي، فلا يمكن لأي أحد أن يتجاهل بعض التحولات التي طرأت على المشهد الإعلامي وعلى بنية التنظيم المهني، ومساهمة التكنولوجيا الرقمية في تغيير بعض الأنشطة والقيم والأدوار المهنية للصحفيين في المؤسسات الإعلامية، وهذا رغم التفاوت الملاحظ في الإمكانيات التكنولوجية المستخدمة وتقاليد الممارسة من بلد لآخر، يمكن أن نشير هنا إلى بعض التجارب المهمة؛ كالإمارات وقطر ولبنان (...)، فهي تتوفر على وسائل تقدم مضامين إخبارية تقوم على التغطية المباشرة للأحداث المستمرة والعاجلة مع بناء وعرض وبث المحتوى باستخدام تطبيقات التحرير الرقمي والبث التشاركي الذي يسمح بمتابعة تعليقات وأراء الجمهور. يمكن أن نشير هنا إلى "قنوات الجزيرة" و"العربية" و"سكايس نيوز" و"جريدة الشرق الأوسط"... والملاحظ أيضاً أن هذا التحول، الذي مس بشكل كبير الجانب التقني، ساهم بظهور الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية، فقد بلغ عدد هذه الصحف الإلكترونية على سبيل الطرح في الأردن عام 2011 نحو 400 (...)⁵³ وكانت تجربة الإمارات فريدة من خلال اعتمادها على التكنولوجيا الرقمية في المجال الإعلامي، فقد أصدرت نظاماً إعلامياً إلكترونياً في عام 2018، يهدف إلى دعم صناعة الإعلام الإلكتروني والرقمي وتنظيم أنشطته، واليوم تضم «مدينة دبي للإعلام» و«مدينة دبي للاستوديوهات» و«مدينة دبي للإنتاج» التي تعتمد عليها الكثير من المؤسسات

الإعلامية في بناء المحتويات وتكوين الصحفيين. إلا أن هذه التحولات الرقمية التي شملت نسقية المهنة الصحفية، على غرار الكثير من التجارب العالمية، أثارت أيضا نقاشاً واسعاً وحاداً بسبب بعض المشكلات المرتبطة بغياب موثوق الشرف الصحفي والقيم المهنية وغياب النصوص التشريعية والقوانين المنظمة لبعض الوظائف الصحفية الجديدة في البيئة الرقمية وكيفية التعامل مع الأخبار الآنية والسريعة. فإذا كان معهد الجزيرة للإعلام أصدر "الدليل التدريبي للصحفيين والإعلاميين" للتحقق والالتزام بأخلاقيات المهنة السلوك المهني والذي يستلزم التقيد به في البيئة الرقمية أيضا، فإن الكثير من القنوات والصحف الإلكترونية لم تعتمد بعد على التطبيقات والآليات والتقنيات التي تساعد على الكشف عن المحتوى المفبرك والتأكد من صحة الأخبار.

وإذا تحدثنا عن التجربة الجزائرية، فهي لا تختلف عن باقي الدول العربية الأخرى، فقد شهدت الجزائر في السنوات الأخيرة، ظهور الكثير من الصحف الإلكترونية، مثل "الشروق أولين"، "الخبر"، "النهار"، "Maghreb Emergent"، وانتشار المواقع الإخبارية، مثل "TSA" و "Al-Jazair 24" "HDZ 24" (...). وكذلك القنوات التلفزيونية الخاصة، التي تستخدم التقنيات الرقمية والمحطات الإذاعية الخاصة مثل (راديو M). رغم هذه المكاسب المحققة، خاصة مع التزايد الكبير في عدد وسائل الإعلام والمواقع الإلكترونية الإخبارية، إلا أن المهنة الصحفية تعاني من بعض المشاكل، منها التنظيمية، كنقص التكوين المهني الرقمي للصحفيين، إضافة إلى المشاكل المالية الصعبة التي تمر بها للمؤسسات الإعلامية، وغياب النصوص القانونية والتنظيمية التي توطر المهنة في البيئة الرقمية وتوطر الأدوار الوظيفية للصحفيين في غرف التحرير. بالرغم من وجود بعض القوانين والمراسيم التنفيذية التي حاولت تنظيم المهنة (***)، ومنها المرسوم التنفيذي الأخير رقم 20-332 المؤرخ في 6 ربيع الثاني سنة 2020 الذي يحدد كفاءات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت ونشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني⁵⁴. و ضمان تسيير محتوى الموقع فما يخص إضافة وتغيير وحذف المقالات الصحفية، إلا أننا نلاحظ غياب المبادئ المهنية والأخلاقية المتعلقة بالممارسة الرقمية والتي لم يتطرق إليها القانون الجزائري ومختلف النصوص المنظمة للعمل الصحفي، خاصة في البيئة الرقمية أو أشار إليها دون الوقوف في تحديدها بصورة دقيقة وواسعة، كعلاقة الفضاء الإلكتروني بالصحفي وتحول هويته الفعلية في المجال الإلكتروني وطبيعة وسائل الإعلام التي تقدم الأخبار الآنية، وهيمنة الميديا والوسائط الجديدة في بناء المحتويات الإعلامية.

إلى جانب هذا القصور في الجانب القانوني والتنظيمي، وزيادة حالات التقيد والتضييق وممارسات الصفحات الإلكترونية التي تعرقل بممارسة الصحافة بكل حرية، يلاحظ الكثير من الباحثين زيادة الاهتمام بالمنطق المالي على حساب المبادئ الأخلاقية والاجتماعية والثقافية والتركيز على الممارسات التي تعمل على استقطاب الجمهور، وهذا ما توصلت إليه دراسة ميدانية أجريت على مجموعة من الصحفيين الجزائريين، حيث أكد الأغلبية من المبحوثين بأنهم يولون اهتماماً للمقالات الأكثر قراءة والأكثر تعليقا

ومشاركة من طرف الجمهور المستخدم⁵⁵ وهنا يتعين على الصحفي، أن يكتسب مجموعة من الكفاءات التقنية والتحريرية الجديدة لبناء الأخبار وتقديمها للجمهور في لحظات من الزمن المستمر، وعلى خلاف ذلك، فإن الأغلبية منهم كانوا يمارسون المهنة في الصحافة التقليدية المطبوعة، ثم تحولوا إلى ممارسة المهنة إلكترونياً عبر الإنترنت.⁵⁶ وهذا ما يطرح تساؤلات كبيرة عن إمكانية الصحفيين التأقلم ومسايرة التحولات المهنية في البيئة الرقمية، خاصة مع غياب التكوين المتخصص للصحفيين لتعلم الممارسات الجديدة، كممارسة البث الرقمي التفاعلي، صحافة الواقع المعزز، والهولغرام...

تتميز أيضاً الساحة الإعلامية، بغياب النصوص التنظيمية ومدونات الأخلاقيات المهنية التي تنظم عمليات الإنتاج والنشر والبث على الوسائط الإلكترونية. يترك هذا الفراغ القانوني والأخلاقي المجال واسع التجاوز قيمة ونوعية الأداء الصحفي الذي يفرض احترام بعض القيم المهنية الأساسية⁵⁷. تبقى المواد التي أنتت بها بعض قوانين الإعلام الجزائري، مثل قانون رقم 05-12 المؤرخ سنة 2012 وكذلك القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 2014 المتعلق بالنشاط السمي البصري، ناقصة وغير كافية أمام التهديد الكبير الذي يشكله الاستخدام والانتشار الواسع لوسائل الإعلام الإلكتروني عبر قنواته المكتوبة والسمعية البصرية، التي أصبحت فضاءات مساعدة لانتشار خطابات الكراهية والتمييز ضد النساء وانتهاك الحياة الخاصة للأفراد والمسؤولين وغيرها من التجاوزات في حق مهنة الصحافة وفي حق الجمهور، كانتشار المعلومات الخاطئة والمضللة وزيادة الاهتمام بالمواد الإعلامية التي تخدم المؤسسات السياسية والممولة. كما غابت هذه القوانين آليات البث في المواقع الإلكترونية والميديا الاجتماعية ووسائل التواصل الاجتماعي والإشهار بأشكاله التفاعلية، وعدم الإشارة إلى هوية الصحفي الرقمي... حتى النقابات المهنية، مثل النقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين (S.N.J.A) النقابة الوطنية للصحفيين (S.N.J) والاتحاد الوطني للصحفيين والإعلاميين الجزائريين، لم تقم بإصدار الميثاق واللوائح اللازمة ومختلف المبادئ التوجيهية للتعامل مع الأشكال المهنية الجديدة في البيئة الرقمية بما يتوافق مع مبادئ الدقة والمصادقية والشفافية والمسؤولية وحضور الصحفي على شبكات الإنترنت ومواقع الواب والمدونات.

الخاتمة

يؤكد أغلب المختصين في المجال الإعلامي، بأنه تم دمج الكثير من الخدمات والتطبيقات الرقمية في الممارسة الإعلامية والصحفية في وقتنا الراهن، وهذا نتيجة لظهور الدعائم والوسائط المتعددة والمنصات الرقمية والخدمات التفاعلية، التي ساهمت في إحداث الكثير من التغيرات والتحولات على السياق التنظيمي والمهني والأخلاقي للمؤسسات الإعلامية، سواء في كيفية إنتاج المحتويات الإعلامية ونشرها في سياق عام يتميز بالآنية والاتصال المستمر والسرعة في الإنتاج وبمشاركة للمواطنين، أو من حيث تنوع أدوار ووظائف الصحفيين وطريقة تعاملهم اليومي مع الجمهور المتنوع والمتباين من حيث الاهتمامات والتوجهات، بحيث ساهمت الثورة الرقمية كثيراً في خلق فضاءات تواصلية تفاعلية، أدت إلى

التوسيع من مساحات وأشكال عرض وتقديم المعلومات والأخبار وتفعيل خاصية نشاط التفاعل، بنشر مضامين وأشكال متعددة ومتنوعة، كالأخبار والصور والفيديوهات والروابط المتشعبة... الأمر الذي فرض على الصحفي ضرورة تحكمه في كل التخصصات المعرفية وفي التقنيات والوسائط المساعدة في إنتاج المعلومات والمحتويات. وهذا لن يتم إلا بامتلاك كفاءات ومهارات رقمية جديدة للقيام بعمليات كثيرة منها، التسريع في عملية التحقق من الوقائع واختيار الأنواع التحريرية والقيام بنشرها... وهذا يفتح المجال واسعا لإثارة النقاش حول التأثيرات الحقيقية والأخطار التي يمكن أن تعكسها هذه الثورة الرقمية بكل أشكالها على مهنة الصحافة ووظيفة وأداء الصحفيين وعلى المبادئ العامة لأخلاقيات المهنة الصحفية. .

المهنة الصحفية والاهتمام بمتغير التدفق المستمر والسريع للمعلومات والأخبار دون الحديث عن سياقها ومصدرها الأصلي وعن القيم النوعية الخاصة بها، كما أن الاستخدام المتنوع للمهام وتداخل واندماج الوظائف داخل المؤسسات الإعلامية، سيؤثر على العلاقات الوظيفية والمهنية للصحفي، حيث يجد نفسه في ظروف مهنية جديدة لا تعطي أهمية للاختيارات الفردية الواعية والفكرية وللتخصص المهني، بحيث سيكون عرضة لمواجهة الكثير من العتبات والاكراهات، ومنها إعطاء أهمية كبيرة للأبعاد الفنية والأسلوبية والتقنية وتتبع آراء الجماهير وتعليقاتهم على المحتويات الإعلامية وهذا على حساب جوهر الحقائق والوقائع والطابع المعرفي للمعلومات.

ولقد برزت على مستوى الأداء والبعد الأخلاقي للممارسة، الكثير من الاضطرابات والعوائق سواء في المؤسسات الإعلامية أو في الأنشطة المهنية للصحفيين والإعلاميين، فقد اتسعت آليات تغيير البناء الهرمي التدريجي للأخبار بالتعاطي مع الأحداث وفق ما تمليه العوامل التقنية والتداول السريع في الوسائط الاجتماعية والميديا الاجتماعية خارج الإطار الأخلاقي والواجب المهني، وتبقى المعضلة الكبرى هي الاعتماد المباشر على مصادر الإنترنت المختلفة، كالمدونات، ومننديات الدردشة والنقاش، والوسائط الرقمية، والتصريحات، (...) خارج القواعد والمبادئ القانونية والأخلاقية للممارسة التي تفرض على الصحفي البحث عن المصدر الأساسي للمعلومات، وهذا يشكل تهديدا حقيقيا للممارسة التي تعتمد، على الوقائع والصور والفيديوهات والأخبار التي ينتجها المواطنون، وهذا يكشف حدة التوترات الكثيرة في المهنة التي تقوم بين الحفاظ على منطق الجمهور والحفاظ على جودة ونوعية المحتوى، خاصة أن المعلومات والأخبار ليس لها قيمة أخرى غير استهلاكها في الوقت الراهن والسريع .

في هذا السياق، يجب إعادة تنظيم غرف الأخبار والمساهمة في تطوير الممارسات المهنية مع مراعاة مسألة التخصص في التحرير وفي توزيع الأدوار في العملية الإنتاجية داخل المؤسسة، وتبسيط الضوء بشكل أخلاقي على وصول الوافدين والممارسين الجدد للخروج من الممارسات القديمة والروتينية التي تتميز بالرقابة المؤسسية، وهذا لن يتحقق إلا بإتباع نموذج حقيقي في الممارسة، يقوم على التأكد من المعلومات قبل نشرها وتوفير الإمكانات اللازمة للتحرير والبت والنشر بشكل مستقل عن الهيمنة الإيديولوجية للجمهور. وهذا يقتضى القيام بتكوين الإعلاميين والصحفيين للتأقلم مع التحولات الراهنة

والتمكن من التكنولوجيات الرقمية الجديدة. ونعتقد أنه يجب التفكير جليا في العودة إلى الصحافة الاحترافية والمرجعية التي تحكمها مدونة الأخلاق والتنظيم الذاتي، والتي تقوم أيضا على احترام القواعد والمعايير التي تجسد بشكل فعلى مختلف القيم السائدة في المجتمع.

الهوامش

(*) - إشارة إلى الكلمات التالية : "User Generated Content"

(**) - يعبر مجتمع الاستعراض " عن امكانية تغيير واستبدال الوجود الأصلي للوجود والوقائع المختلفة بفعل واستراتيجيات الظهور والتمثيل بالصورة، للمزيد من التفاصيل أنظر :

-François Jost et Virginie Spies, L'information à la télévision, un spectacle ? , Revue française des sciences de l'information et de la communication, n°5 | 2014 ,URL :<https://doi.org/10.4000/rfsic.1123>

(***) - القانون العضوي رقم 12 - 05 المؤرخ في 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام.

- القرار المؤرخ في 15 جويلية 2014 المتضمن انشاء اللجنة المؤقتة المكلفة بتحديد صفة الصحفي المحترف

- القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

1- Roland Canu et Caroline Datchary, Journalises et lectures, contributeurs sur Médiapart, des rôles négocies, Réseaux , n°160-161, La Découverte, 2010, P197 .

2-Guillaume Goasdoué, Pratiques et normes journalistiques à l'ère numériques, Ce que les logiques d'écriture enseignent, Politiques de communication, N° 5, 2/2015 Presses universitaires de Grenoble, 2015, P 162 .

3- Patrick Champagne, La double dépendance sur le journalisme, éditions Raisons d'agir, Paris, 2016, P 32.

4 - Amandine Degard et Benoit Grevisse, Journalisme en ligne, Pratiques et recherches, De Boeck, Bruxelles, 2012, P 76.

5 - Igancio Ramonet, L'explosion du Journalisme, des médias de masse a la masse medias, Gallilé, Paris, 2011 , P 19.

6 - Amandine Degard et Benoit Grevisse, Op, Cit, P 103.

7 -Nathalie Sonnac, « L'écosystème des médias », *Communication* [En ligne], Vol. 32/2 | 2013, mis en ligne le 08 avril 2014, consulté le 16 /03/ 2020. URL : <https://doi.org/10.4000/communication.5030>

8 - Bernard Poulet, La fin des journaux et l'avenir de l'information, Le débat Gallimard , Paris, 2002, P 202.

(*) - إشارة إلى الكلمات التالية : "User Generated Content"

9- مارك دوغان وكريستوف لابي، ترجمة : بنكراد سعيد، الانسان العاري، الديكتاتورية الخفية للرقمنة،المركز الثقافي للكتاب،ط1، 2019، ص15 .

10 – Amandine Degard et Benoit Grevisse,Op, CIT, p 25 .

11 -Ilgancio Ramonet , L’explosion du Journalisme, des médias de masse a la masse medias,Op, Cit, P 131 .

12 – Patrick Champagne,Op, Cit , Pp 37-38.

13 – Manileve, Vincent, Le journalisme au risque du clic ?2014, Consulté le 11 / 6 2019, sur INA, La revue des médias, URL :<https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-au-risque-du-clic>

14 – Amandine Degard et Benoit Grevisse, Journalism en ligne, Pratiques et recherches, Op,Cit , Pp 93-94

15 -Cornu Daniel, Journalism et la vérité, In Autres Temps, Cahiers d'éthique sociale et politique,N°58, 1998, Pp. 13-27.

16 – Ramonet, Ignacio , Le cinquième pouvoir,*Le Monde Diplomatique* ,2003, consulté le 16 février 2020. URL :

<https://www.monde-diplomatique.fr/2003/10/RAMONET/10395>

17-Obernier, Marc-François, Journalistes au pays de la convergence, Sérénité, malaise et détresse dans la profession, P.U.L, Québec, 2008, Pp 85- 86 .

18 – Wolton Dominique, La communication ,les hommes et la politique, CNRS éditions, Paris, 2015, P311.

19- WoltonDominique, *Informé n'est pas communiquer*, CNRS, Paris, P 59.

20- Amandine Degand, « Le multimédia face à l'immédiat », Communication [En ligne], Vol. 29/1 | 2011, mis en ligne le 19 juin 2013, consulté le 08 mars 2020. URL : <https://doi.org/10.4000/communication.2342>

21 – AGNES, Yves, Manuel de journalisme, écrire pour le journal, La Découverte, Grands repères , Paris, 2002 , P 417 .

- 22 – Alice Antheaume, *Le Journalisme Numérique, nouveaux débats* , Presse de la fondation nationale des sciences politiques, Paris, 2013, P168.
- 23– Patrick Champagne, *Op, Cit*, P 35.
- 24 – Guillaume Goasdoué, *Pratiques et normes journalistiques à l'ère numérique* Ce que les logiques d'écriture enseignent , *la Revue, politique de communication*, N 05, 2 /2015, P 166.
- 25– Rieffel Rémy, *Vers un critique d'un imaginaire professionnel journalisme mobile et polyvalent?* In: *Quaderni*, n°45, 2001, Pp 160–161.
- 26– Cornu Gérard, Ruellan Denis, *Technicité intellectuelle et professionnalisme des journalistes* , *Réseaux*, volume 11n°62. 1993, P p . 145–157 .
- 27 – Alice Antheaume, *Op Cit*, P 52.
- 28 –IBID, P130.
- 29 –François Jost, *Information en continu , les chaînes en font-elles trop?* 23 /01/2015, *La revue des medias*,, consulté le 06 janvier 2020 , URL : <https://larevuedesmedias.ina.fr/information-en-continu-les-chaines-en-font-elles-trop>
- 30– Valérie de Graffenried, *Le «New York Times», vu comme antidote aux fake news*, *Journal le temps*, 18/ 03/ 2018, consulté le 20 mars 2020. <https://www.letemps.ch/monde/new-york-times-antidote-aux-fake-news>
- 31– Nikos Smyrniaios et Franck Rebillard, *L'actualité selon Google, L'emprise du principal moteur de Recherche sur L'information en ligne*, *Communication & langages*, 160 (2), 2009 , P 95.
- 32– Brigitte Pascal *Facebook a avale le journalisme traditionnel* ,!Médiapart , Consulté le 18/10/2019, URL :<https://blogs.mediapart.fr/brigitte-pascall/blog/181019/facebook-avale-le-journalisme-traditionnel>
- 33– Wolton Dominique, *les contradictions de l'espace publique médiatisé. Hermès*, N 10, 1991, P 97.

- 34 – Igancio Ramonet , L'explosion du Journalisme, des médias de masse a la masse medias, Op, Cit, P14.
- 35 – Edwy Plenel, La valeur de l'information, Don Quichotte éditions, Paris, France 2018.
- 36– Julia Cagé, Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie, Seuil, Coédition Seuil–La République des idées, France, 2015.
- 37 – Arnaud Mercier, Le web est –il la poubelle de l'info ؟ La Revue des media , le 07 août 2015 — Mis à jour le 10 septembre 2019. Consulté le 05 mars 2020. URL : <https://larevuedesmedias.ina.fr/le-web-est-il-la-poubelle-de-linfo>
- 38–Manileve, Vincent, *Le journalisme au risque du clic ?* INA, La revue des médias, Consulté le 11/ 6/ 2019, URL: <https://larevuedesmedias.ina.fr/le-journalisme-au-risque-du-clic>
- 39 -Romain Badouard, Le désenchantement de l'internet. Désinformation, rumeur et propagande, Limoges , FYP éditions, 2017, P 179 .
- (**) –يعبر مجتمع الاستعراض" عن امكانية تغيير واستبدل الوجود الأصلي للوجود والوقائع المختلفة بفعل واستراتيجيات الظهور والتمثيل بالصورة، للمزيد من التفاصيل أنظر :
- François Jost et Virginie Spies, L'information à la télévision, un spectacle ? , Revue française des sciences de l'information et de la communication, n°5 | 2014 ,URL : <https://doi.org/10.4000/rfsic.1123>
- 40 – Patrick Champagne, Op, Cit, P 77.
- 41– محمد البقالي، سؤال المهنية الصحفية والايديولوجيا في الصحافة، الحالة المغربية انموذجا، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، 2018، ص111.
- 42 – Kucinkas, Audrey, Interviews Imaginaires Plagiats, bidonnages: quand les journalistes fraudent, Journal *l'express*, 20/12/2018, Consulté le 20/02/2020. URL : https://www.lexpress.fr/actualite/medias/plagiats-bidonnages-quand-les-journalistes-se-font-fraudeurs_2054258.html.
- 43– IBID.
- 44– للمزيد عن التفاصيل عن هذا الميثاق، أنظر :

– Charte de Munich, Déclaration des devoirs et des droits des journalistes (Munich, 1971), URL: <https://sites.google.com/site/deontologiedujournalisme/charte-de-munich>

45 – Charte mondiale d'éthique des journalistes, **URL:**

<https://www.ifj.org/fr/qui/regles-et-politique/charte-mondiale-dethique-des-journalistes.html>

46- للحصول على المزيد من المعلومات عن مواد هذا الميثاق، أنظر :

–Charte mondiale d'éthique des journalistes, Tunis, 12 juin 2019, URL: https://www.snj.fr/sites/default/files/documents/LeJencours/LeJourn333-334_p12.pdf

47-La déclaration des devoirs et des droits du/de la Journaliste. En ligne http://www.mediateur.tamedia.ch/wp-content/images/Declaration_2008_fra.pdf, consulté le 11 mai 2020.

48-BBC: Editorial Guidelines, Removal of Online Content , URL :

<https://accountablejournalism.org/ethics-codes/bbc-editorial-guidelines-removal-of-online-content>

49-Code de déontologie journalistique , Conseil de déontologie journalistique , Bruxelles ,consulté le 23/11/2020, URL:<https://caj.ca/ethics-guidelines>
<https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/codedeontologie2013coverpdf.pdf>

50 – Code de déontologie journalistique, Conseil de déontologie journalistique le 16 octobre 2013, 2ème édition Septembre, 2017 ,,consulté le 23/11/2020, URL: <https://www.lecdj.be/wp-content/uploads/Code-deonto-MAJ-2017-avec-cover.pdf>

51 –RecommandationInformer en situation d'urgence,consulté le 26/11/2020URL:<http://www.lecdj.be/telechargements/carnet-7-situation-durgence-aveccover.pdf>

52-Guide de vérification : la référence de la vérification de contenu numérique pour la couverture d'évènements dans l'urgence ,consulté le 25/11/2020URL: <https://www.penser-critique.be/guide-de-verification>

53- باسم الطويسي، الصحافة الإلكترونية في العالم العربي: سياقات النشأة وتحديات التطور، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير، 2019، ص 10.

(***)- القانون العضوي رقم 12- 05 المؤرخ في 12 يناير سنة 2012 المتعلق بالإعلام.

- القرار المؤرخ في 15 جويلية 2014 المتضمن انشاء اللجنة المؤقتة المكلفة بتحديد صفة الصحفي المحترف

- القانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

54 - للمزيد من التفاصيل أنظر: المرسوم تنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 6 ربيع الثاني سنة 2020، يحدد كفايات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت ونشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني. ص 13.

55- Aissa Merah, "La quête d'identité professionnelle des journalistes de la presse en ligne en Algérie : Pratiques, compétences et profils ", *L'Année du Maghreb* , 15 | 2016, consulté le 02- décembre, 2020, URL :

<https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.2880>

56- Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, « Le développement de la presse électronique en Algérie : Des dispositifs aux pratiques journalistiques », *L'Année du Maghreb* , 15/2016, consulté le 05/12/ 2020, URL:

<https://doi.org/10.4000/anneemaghreb.2796>

57- .Fatima Zohra Taiebi Moussaoui, Op. Cite .