

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



اتجاهات الصحفيين نحو حرية التعبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة ميدانية على عينة من الصحفيين الجزائريين النشطين على الفايسبوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة و الكترونية

إشراف الدكتور :

رضوان جدي

إعداد الطالبة:

زليخة بوعزيز

السنة الجامعية: 2018- 2019

﴿شكر وتقدير﴾

اعترافا بالفضل أتقدم بالشكر وخالص الامتنان
إلى أستاذي الدكتور "جدي رضوان"
الذي أشرف على هذه المذكرة وزودني بملاحظات
القيمة وتوجيهاته فكان نعم المشرف.
فجزاه الله عني كل الخير وأبقاك لطلبة العلم
والمعرفة وأطال الله في عمرك وحفظك ورعاك.
والى جميع أساتذتنا الأفاضل في قسم الإعلام
والإتصال
والى من قدم لنا يد العون من بعيد أو من
قريب.

الإهداء

أهدي هذا الجهد المتواضع إلى:

أغلى ما منحه الله ليأبي

والى التى الجنة تحت قدميهاأمي

والى روح اخوي بنفس الاسم.....رضوان...رحمهما الله

والى كل إخوتي وفي مقدمتهمالحملأوي

وأخواتي الحبيبات وسندي في الحياة دون استثناء ..مريم ..فضيلة ..راجية ..بركية

..وريدة ..وأخص بالذكر أختي و أمي الثانية.. علجية .

والى كل أفراد العائلة الكبيرة ..فردا فردا دون استثناء

والى صديقاتي .عائشة ..نادية ..راضية ..مليكه

والى من وقف معي "رؤوف"

باللغة العربية

تهدف هذه الدراسة -التي اتخذت من الممارسة المهنية مدخلا لها للإجابة على تساؤلاتها- إلى معرفة مدى مساهمة المساحة المتاحة على الفايسبوك في تحقيق حرية التعبير لدى الصحفيين الجزائريين وتمثلت تساؤلات الدراسة على الشكل التالي :

- 1- ما هي عادات وأنماط الصحفيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أثناء ممارسة حرية التعبير؟
- 2- ما هي دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير على موقع الفيسبوك ؟
- 3- ما هي اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي الفايسبوك ؟
- 4- ما مدى التزام الصحفيين المنخرطون في صفحات الفايسبوك بالضوابط القانونية والأخلاقية في ممارسة حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي ؟

وبما أن هذه الدراسة تهدف إلى وصف وتحليل مظاهر حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية، وقد استخدمنا أداة العينة القصدية حيث تم توزيع استمارة استبيان على خمسة مؤسسات إعلامية تمثل القطاعات الثلاثة (سمعي بصري، سمعي، الصحافة المكتوبة) وبشقيهم الحكومي والخاص وتمثل أهم نتائج الدراسة :

- جميع الصحفيين الجزائريين يهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي ويملك كل صحفي حساب شخصي على الفايسبوك على الأقل
- أغلبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون حسابهم الشخصي على الفيسبوك في عملهم الصحفي .
- يلجأ الصحفيون الجزائريون إلى المساحة المتاحة لهم على الفايسبوك للتعبير عن آرائهم نحو القضايا المختلفة معتبرين إياه منبرا حرا .
- أغلبية الصحفيين الذين كانت لهم تجربة نشر موضوعا منعوا من تناوله في مؤسسات عملهم من الصحفيين ذوي الخبرة من 5 إلى 10 سنوات
- يقر الصحفيين الجزائريين بتمتع الصحفي بحرية التعبير على الفيسبوك بينما يختلفون في وصفها فهناك من يعتبرها من الصحفيين حرية مطلقة كما أن هناك من يعتبرها محدودة .
- يعتبر أغلبية الصحفيين الجزائريين أنه بالفعل توجد ضوابط يجب على الصحفي أن يتحلى بها عند ممارسة حرية التعبير على الفايسبوك وفي مقدمة هذه الضوابط هي الأخلاقية وحتمية التحلي به
- نسبة معتبرة من الصحفيين الجزائريين تعتبر أن ما ينشره الصحفي على الفايسبوك لا يتوافق مع المعايير المهنية
- يرفض أغلبية الصحفيين الجزائريين أن يكون الفيسبوك بديل عن الإعلام التقليدي .

الكلمات المفتاحية : مواقع التواصل الاجتماعي ، حرية التعبير ، الفايسبوك

Résumé

Cette étude - qui a pris la pratique professionnelle comme une contribution pour répondre à ses questions – a pour objet de savoir combien d'espace disponible sur Facebook contribue à la liberté d'expression des journalistes algériens.

Les questions de l'étude étaient les suivantes:

- 1 Quelles sont les habitudes et les manières des journalistes dans l'utilisation des sites de réseaux sociaux (Facebook) lors de l'exercice de la liberté d'expression?
- 2 - Quelles sont les motivations des journalistes pour aller vers la liberté d'expression sur Facebook?
3. Quelle est l'attitude des journalistes algériens vis-à-vis de la liberté d'expression sur les sites de réseaux sociaux Facebook?
4. Dans quelle mesure les journalistes impliqués dans les pages Facebook sont-ils soumis aux restrictions légales et éthiques à l'exercice de la liberté d'expression sur le site de réseau social?

Comme cette étude a pour but de décrire et d'analyser les manifestations de la liberté d'expression sur les sites de réseaux sociaux, elle appartient donc aux études descriptives. Nous avons utilisé l'outil d'échantillon intentionnelle, dans lequel un questionnaire a été distribué à cinq organisations de médias représentant les trois secteurs (audiovisuel, audio, presse écrite), que ce soit dans le secteur étatique ou privé.

Les principaux résultats de l'étude sont:

- Tous les journalistes algériens s'intéressent aux sites de réseaux sociaux et chaque journaliste possède au moins un compte personnel sur Facebook.
- La majorité de journalistes algériens utilisent leur compte Facebook dans leur travail journalistique.
- Les journalistes algériens se tournent vers l'espace mis à leur disposition sur Facebook pour exprimer leurs points de vue sur diverses questions en tant que tribune libre.
- La majorité des journalistes ayant une expérience de 5 à 10 ans, ont vécu une expérience de publication d'un article interdit par leurs établissements.
- Les journalistes algériens reconnaissent la liberté d'expression du journaliste sur Facebook, mais ils se divergent en sa description. certains la considèrent comme une liberté absolue et d'autres la considèrent limitée.
- La majorité de journalistes algériens considèrent qu'il existe déjà des restrictions que le journaliste doit respecter lorsqu'il exerce sa liberté d'expression sur Facebook, et en premier lieu c'est la moralité que tout le monde doit observer.
- Un pourcentage important de journalistes algériens considèrent que ce que le journaliste publie sur Facebook ne répond pas aux normes professionnelles.
- La majorité des journalistes algériens refusent d'utiliser Facebook comme substitut des médias traditionnels.

Mots-clés: sites de réseaux sociaux, liberté d'expression, Facebook

مقدمة

لطالما كانت ولا تزال رغبة الصحفي في إيجاد مساحة للحرية بعيدا عن كل أشكال القيود التي تحول دون ممارسته لعمله خاصة في ظل الأنظمة السياسية الاستبدادية السائدة التي تحكم وسائل الإعلام التقليدية وتبقيها تحت سيطرتها من أجل خدمة مصالحها مجرد حلم يبقيه الصحفي داخله لا يستطيع الاجتهاد أو المطالبة به قبل سنوات قليلة مضت.

ولكن مع التطور الهائل للتكنولوجية والثورة الرقمية وما أحدثته من تحولات كبيرة في مختلف مجالات الحياة وفي مقدمتها العملية الاتصالية وما صاحبها من ممارسات، أعادت للصحفي الأمل من جديد وفتحت له المجال إلى إحياء حلمه وإخراجه إلى أرض الواقع، وهذا بفضل ما أفرزته هذه التكنولوجية من تطبيقات حملت معها مزايا وخصائص وكذا سهولة في الاستخدام مكنتها في الانتشار بشكل واسع، لتلقي بضلالها على وسائل ممارسة العمل الصحفي التي بدورها توسعت وتعددت فضاءاتها ولم يعد ذلك الإعلام التقليدي بل تعداه إلى أشكال جديدة من الصحافة الالكترونية بفضل المساحة التي خلقتها مواقع التواصل الاجتماعي أين وجد الكثيرون فيها مكانا بديلا لوسائل الإعلام الخاضعة للرقابة ومتنفسا للتعبير عن الرأي بحرية ليصبح بإمكان أي شخص أن يكون صحفيا .

ومن أبرز مواقع التواصل الاجتماعي التي فرضت نفسها ولاقت اهتماما من قبل الصحفيين الجزائريين الفيسبوك، وهذا لما يوفره للصحفي من إمكانية إنتاج المحتوى ونشره على الآخرين وتبادل الآراء والتعليق حوله وكذا مصدرا للأخبار ووسيلة لتحقيق العديد من الوظائف وإشباع الكثير من الحاجات دفعتهم إلى محاولة استخدام الفيسبوك في عملهم.

وازدادت أهميته بعد أن أصبح منفذا جديدا للتعبير بحرية لما يوفره من مساحة تخلو من القيود التي تهدد حرية الصحفي في التعبير وتبقيه حبيس التوجهات الصحفية للمؤسسات الإعلامية.

ومن هنا قمنا بدراستنا حول حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي، وبالتحديد على الفيسبوك لمعرفة مدى مساهمة هذا الأخير في تحقيق حرية التعبير لدى الصحفي الجزائري باعتباره المقصود من هذه الدراسة وذلك بتقسيمنا للعمل إلى قسمين رئيسيين:

وكما هو معروف أولهما الجزء النظري الذي يحوي ثلاثة فصول حيث ضم الفصل الأول موضوع الدراسة وإطارها المنهجي بما فيها من إشكالية وأهداف وأهمية وأسباب اختيار الموضوع، إلى جانب شرح المفاهيم التي تستدعي التوضيح، بالإضافة إلى المنهجية المتبعة في هذه الدراسة من حيث المنهج وأدوات جمع

البيانات والعينة المختارة، فضلاً عن التطرق إلى الخلفية النظرية التي تمحورت حول مدخل الممارسة المهنية وكذا عرض الدراسات السابقة ومناقشتها.

أما الفصل الثاني فيدور حول مواقع التواصل الاجتماعي من حيث النشأة والمفهوم والخصائص مركزين في هذا الجانب على الفايسبوك واهم الانتقادات والمخاوف المثارة حوله.

كما تطرقنا فيه إلى حرية التعبير وكل ما يتعلق بها من مفهوم وخلفية تاريخية حول حرية التعبير ومظاهرها، كما تطرقنا في هذا الفصل إلى حرية التعبير في الجزائر من خلال الدستور وقانون الإعلام 2012 وكذا حدود حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي.

أما القسم الثاني من الدراسة أو الفصل الثالث منها فهو الإطار التطبيقي أو الدراسة الميدانية وفيه تطرقنا إلى عرض البيانات وتفريغها في جداول ثم التعليق عليها لتصل في الأخير إلى استخلاص نتائج الدراسة في نتائج عامة أجبنا فيها على التساؤلات التي قمنا بطرحها في الإطار المنهجي.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- أهمية الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أسباب اختيار الموضوع
- 5- المدخل النظري للدراسة
- 6- تحديد المفاهيم والمصطلحات
- 7- منهج البحث
- 8- أدوات الدراسة
- 9- مجتمع البحث وعينته
- 10- حدود الدراسة
- 11- الدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة:

شهد العالم على اثر التطورات التكنولوجية والثورة الرقمية تغيرات جمة في مختلف مجالات الحياة وبالأخص على مستوى العملية الاتصالية وما يصاحبها من ممارسات يومية ذات صلة، إذ أصبح الشغل الشاغل للدول المعاصرة مسايرة الركب العالمي في مجال تكنولوجيا المعلومات والإعلام والاتصال من خلال الاهتمام بإعداد صحفي رقمي قادر على مواجهة تحديات المجتمعات الرقمية ومتحلي بالمسؤولية الاجتماعية خصوصاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت منفذاً جديداً للنشر والتي تزايد استخدامها وذاع صيتها في السنوات القليلة الأخيرة حيث مكنت هذه المواقع الصحفيين من تكوين محتوياتهم من حيث هم قائمون بالاتصال ومستهلكون في نفس الوقت وذلك بفضل المساحة المتاحة عبر حساباتهم الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) والتي سمحت للصحفي أن يخلق فضاءه الخاص به بعيداً عن قيود المؤسسات الإعلامية وسياساتها التحريرية والضوابط المهنية والذي خلق بدوره توجهات وميولات جديدة تستحق الدراسة خاصة أن هذا النوع من الممارسات أفرزت تجاوزات وانعكاسات سلبية تحت غطاء حرية التعبير التي بالمقابل يجب أن تكون خاضعة للضوابط القانونية والاجتماعية ومن هنا يمكننا طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

إلى أي مدى تساهم مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) في تحقيق حرية التعبير لدى الصحفيين الجزائريين؟

ويمكن طرح أهم التساؤلات الآتية:

1. ما هي عادات وأنماط الصحفيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) أثناء ممارسة حرية التعبير؟
2. ما هي دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)؟
3. ما هي اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)؟
4. ما مدى التزام الصحفيين المنخرطون في صفحات الفايسبوك بالضوابط القانونية والأخلاقية في ممارسة حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)؟

2- أهمية الدراسة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي وكل ما يتعلق بها من ظواهر ومشكلات إعلامية تفرض نفسها على الباحث، لما تحدثه من مستجدات وتغيرات جذرية مما أكسبها أهمية بحثية كبيرة يمكن أن تظهر من خلال الأهمية التي تشكلها هذه الدراسة:

- مواقع التواصل الاجتماعي ظاهرة جديدة على المجتمع مهما مضى وقت طويل على ظهورها لما تحمله من مستجدات مستمرة تتطلب مواكبتها من خلال إلقاء الضوء على كل ما هو جديد خاصة لارتباطها بالصحفيين.
- تتناول هذه الدراسة فئة مهمة هي فئة الصحفيين وهذا ما يدعو إلى دراسة كيفية تعامل هذه الفئة مع مواقع التواصل الاجتماعي ومدى مسؤوليتها اتجاه الحرية المتاحة لها من خلالها
- دراسة المتغيرات المساهمة في ظهور التوجهات الجديدة على شبكات التواصل الاجتماعي بما فيها حرية التعبير

3- أهداف الدراسة:

لا تخلو أي دراسة علمية جيدة من أهداف ذات قيمة ودلالات علمية بحيث يهدف أي باحث من خلال دراسته لموضوع ما إلى سد الفراغ المعرفي الذي يلازمه وإزالة الغموض واللبس الذي يكتنف عقله على بعض القضايا المتعلقة بذلك الموضوع ، وبدورنا فاختيارنا لهذا الموضوع من اجل تحقيق جملة من الأهداف أبرزها:

- معرفة مدى الحرية المتاحة للصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي للتعبير عن آراءهم وأفكارهم .
- الكشف عن حقيقة هذه الحرية وما يمكن أن تحمله من أبعاد يمكن تتنافى مع أخلاقيات مهنة الصحفي.
- معرفة عادات وأنماط الصحفيين في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك) أثناء ممارسة حرية التعبير
- معرفة دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)
- معرفة اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)

- معرفة مدى التزام الصحفيون المنخرطون في صفحات الفايسبوك بالضوابط القانونية والأخلاقية في ممارسة حرية التعبير على موقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك).

4- أسباب اختيار الموضوع:

لا يختلف اثنان أن لكل باحث أسبابه التي تكون وراء اختياره موضوع معين أو محدد قصد دراسته ومحاولة كشف الحقائق حوله وإزالة الغموض الذي يكتنفه ومن بين الأسباب التي جعلتنا نتخذ اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحوى حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي موضوعا للدراسة .

4-1- الأسباب الذاتية: ربما هناك الكثير من الدراسات التي تعنى بمواقع التواصل الاجتماعي وهذا لما أصبح يشكله وجودها من أهمية لدا الجميع عامة والصحفي بشكل خاص ولكن ليس هناك الكثير من الدراسات التي ركزت على حرية التعبير على هذه المواقع وما تحمله من أبعاد أخلاقية ومهنية ومن هنا تأتت رغبتنا الشخصية في معرفة ما يمكن أن تقدمه هذه المواقع على اختلافها وفي مقدمتها الفايسبوك للصحفي من مساحة للتعبير على أفكاره وأرائه دون قيود وما ينجم عنها .

4-2- الأسباب الموضوعية : ومن الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث منهجيا ومعرفيا ونقص الدراسات الجزائرية التي تناولت هذا الموضوع بالقدر الكافي من التحليل برغم أهميته البالغة.
- صلة الموضوع مباشرة بدائرة تخصص الباحث حيث أن هذه الدراسة تسعى لمعرفة اتجاهات الصحفي نحوى حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي وهذا ما يدخل في دائرة تخصصنا.
- الرغبة في الاستفادة من نتائج هذه الدراسة لتحصيل معرفة أكبر حول استخدام الصحفيين لهذه المواقع الاجتماعية لما توفره من حرية للتعبير غير مسبقة.

5- المدخل النظري للدراسة:

تتأثر الممارسة المهنية بعدد كبير من العوامل مثل التنظيم الإداري في المؤسسة الإعلامية وقنوات الاتصال في هذا التنظيم المهني، ثم اتجاهات العلاقة الوظيفية والاجتماعية بين المستويات المختلفة وبين الزملاء بجانب العوامل المتعددة التي تأثر في مستوى الرضا الوظيفي.

وتعكس بعد ذلك اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها، إذا فإن البناءات التنظيمية وعلاقات الدور بجانب الممارسة المهنية تعتبر مداخل أو اتجاهات أخرى في البحث والدراسة الناتج الإعلامي لا يتأثر فقط بالعوامل الخارجية في البيئة والسياسات الاجتماعية أو جمهور المتلقين أيضاً، ولكنه يتأثر بدرجة كبيرة باتجاهات الممارسة المهنية في المؤسسات الإعلامية والتي تتأثر هي نفسها باتجاهات التنظيم وبنائه وأهدافه داخل هذه المؤسسات مما يشير البحث في هذه الاتجاهات والعوامل المؤثرة فيها وآثارها في حركة العملية الإعلامية ومخرجاتها (محمد عبد الحميد، 2004 ، ص 50-52).

ولذلك يمكن استشارة العديد من موضوعات البحث ومشكلات الدراسة التي تنتمي إلى مدلول الممارسة المهنية والتي يمكن تصنيفها في اتجاهين رئيسيين:

الاتجاه الأول: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في المجالات الفنية والإدارية والمالية في إطار وصف الاتجاهات المتميزة للممارسة المهنية أو المجالات المذكورة والإعلام البارزين فيها أو في إطار المقارنة بين المؤسسات الإعلامية وهذا الوصف هو الذي يحدد السمات الخاصة بما يمكن أن نطلق عليه المدارس المتميزة في مجال من المجالات ويدخل في هذا الاتجاه عدد من البحوث والدراسات مثل:

- وصف التأهيل العلمي والمهني لهؤلاء الأفراد .
- وصف العقائد والأفكار والمبادئ الخاصة لهؤلاء الأفراد .
- وصف الممارسات الإدارية والمالية واتجاهات صنع القرار .

الاتجاه الثاني: وصف اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها في إطار العلاقة مع غيرها من العوامل الداخلية والخارجية التي تؤثر على الممارسة المهنية وتأثيرات الممارسة المهنية على المنتج الإعلامي في النهاية.

ذلك أن الممارسة المهنية كما سبق هو محصلة تفاعل عدد من العناصر والعوامل التي تبدأ من الالتزام بالفكرة أو المبدأ أو الهدف العام للمؤسسة أو الضوابط والقيود التي تفرضها العلاقات التنظيمية والأدوار والمراكز المرتبطة بالإطار التنظيمي للمؤسسة.

ولذلك يمكن أن يثير هذا الاتجاه عدد من الموضوعات:

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها واتجاهات السياسة المالية والإدارية .

- العلاقة بين اتجاهات الممارسة المهنية ومستواها بالمنتج الإعلامي وخصائصه واتجاهاته.

وتتميز الدراسة أو البحث في إطار مدخل الممارسة المهنية بالاستفادة من الكثير من العلوم والدراسات الإنسانية الأخرى مثل الدراسات المالية والإدارية وكذلك الدراسات الخاصة بعلم النفس والاجتماع (مجمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص 52- 53)

وسوف تعتمد دراستنا على الاتجاه الثاني المتعلق بصناعة المحتوى الإعلامي ومدى اعتماد الصحفيين على شبكات التواصل الاجتماعي الفايبيوك لممارسة حرية التعبير في إطار الممارسة المهنية

6- تحديد المفاهيم والمصطلحات:

6-1- الاتجاه: ورد في لسان العرب لابن منظور أن الاتجاه

لغة: هو التوجه والقصد نحو الشيء معين، الاتجاه هو الوجه الذي نقصده و شيء موجه، إذا جعل على وجهة واحدة لا يختلف (ابن منظور، 2000، مجلد 15: 161)

اصطلاحاً: ويعرفه عزت راجع «بأنه استعداد دافع مكتسب وثابت نسبياً يميل بالفرد إلى موضوعات معينة فيجعله يقبل عليها أو يميل عنها" (مقدم عبد الحفيظ، 1993، ص 243)

ويعرفه توماس "يرى أن الاتجاه هو موقف الفرد اتجاه إحدى القيم أو المعايير السائدة في البيئة الاجتماعية، فموقف الفرد من قيمة الصدق أو الأمان هو الاتجاه" (كامل محمد عويضة، ص 144)

إجرائياً: هو تنظيم الصحفي لبعض العمليات النفسية والتي تظهر محصلتها في سلوكه الفعلي والذي يعبر بدوره عن وجهة نظره حول موضوع معين من الموضوعات، معبرا عن اتجاهه بالتأييد أو المعارضة أو حتى المحايدة.

6-2- الصحفي

لغة: الصحفي: الذي يروي الخطأ عن قراءة الصحف بأشباه الحروف، الصحفي هو بائع الصحف. الصحفي الذي اتخذ الصحافة مهنة له (لويس معلوف، 1975، ص 417)

اصطلاحاً: "إن الصحفي هو كل من يمتحن العمل الصحفي ويسهم في إعداد مكونات العملية الإعلامية ويملك المواصفات التي تشترطها وظيفته الصحفية المهنية وفي مقدمتها القدرة، الكفاءة والجرأة" (حميد جاعد محسن ، من هو الإعلامي الصحفي، <https://www.iasj.net>)

إجرائياً: هو شخص الذي يزاول مهنة الصحافة في إطار قوانين وضوابط أخلاقية ويقوم بعملية تصفح موقع التواصل الاجتماعي ولديه حساب شخصي على الفيسبوك .

3-6- الحرية

لغة: عرف ابن منظور في لسان العرب الحرية بأنها " :أصلها حر، يحرر، إذا صار حراً، والاسم حرية، وحرره : أعتقها " (أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم ابن منصور ، 1990، ص178).

اصطلاحاً: "هي ما يميز الإنسان عن غيره، ويتمكن بها من ممارسة أفعاله وأقواله وتصرفاته بإرادة واختيار، من غير قسر ولا إكراه، ولكن ضمن حدود معينة (وهبة الزحيل ، 2000 ، ص 39) .

4-6- حرية التعبير

ويعرفها نبيل صالح "حرية التعبير بأنها حق كل إنسان في أن يصوغ آرائه وأفكاره ومعتقداته بحرية علناً وبالطريقة التي يراها مناسبة إن كان ذلك بالكلام، أو بالكتابة المقالات والكتب أو بتنظيم المظاهرات والمسيرات أو عقد الاجتماعات الشعبية وكل أشكال الاحتجاج، إضافة إلى التعبير الحر عن الذات بواسطة الفنون والموسيقى وغيرها من الطرق الأخرى كذلك تعني حرية التعبير أن الإنسان حر في سماع الآخرين والإنصات إلى أقوالهم والتعرف أرائهم كما تتضمن حق الإنسان في السكوت وعدم الإفصاح عن آرائه إلا بإرادته الحرة .(نبيل صالح ، 1995 ، ص6)

إجرائياً: هي قدرة الصحفي على تبني الآراء والأفكار التي يريدونها دون أي ضغط أو إجبار إضافة إلى القدرة على التعبير عن هذه الآراء باستخدام كافة الوسائل والأساليب بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك.

5-6 - مواقع التواصل الاجتماعي

هي منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشارك فيها بإنشاء حساب خاص به ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمام والهويات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية (زاهر راضي، 2003، ص 23)

إجرائيا: هي شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها متى ما شاءوا وأينما كانوا واكتسبت اسمها الاجتماعي كونها تعزز العلاقات بين بني البشر وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها لتصبح وسيلة لممارسة حرية التعبير والاحتجاج .

6-6 - الفايسبوك

اصطلاحيا: مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات يناقش فيه صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم معهم ويتبادل معهم الصور والفيديو والصوتيات، وقد أسس الموقع "مارك جوكربرج" الطالب بجامعة "هارفارد" لتسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة، بإنشاء موقع يمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم. (على ليلة، 2009، ص 50)

إجرائيا: هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي المشهورة التي أصبحت تستخدم في مجال العمل الإعلامي، بحيث تتيح للصحفي فتح حساب شخصي يدون عليه، كما يستخدمه في مجال الحصول على الأخبار والمعلومات والتواصل مع زملائه الصحفيين وجمهوره، وهذا بفضل المساحة المتاحة للصحفي على الفايسبوك للتعبير عن رأيه.

7 - منهج البحث:

تتبع هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تقوم على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بالاعتماد على منهج المسح الذي يعد واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية حيث يهتم بدراسة الظروف الاجتماعية والسياسية والاقتصادية ... وغيرها في مجتمع معين بقصد تجميع الحقائق واستخلاص النتائج اللازمة لحل مشاكل هذا المجتمع (أحمد بدر، 1996، ص 291)

والمسح لغة: هو إمرار اليد على الشيء السائل أو الملطخ، وهو يعني إزالة ما لطخ الشيء من غبار أو تراب أو غير ذلك من المواد، حتى نبرزه عن حقيقته لغيرنا.

والمسح في البحث العلمي فهو الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية الغير مصنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك (أحمد بن مرسل، ص 285 - 286)

والمنهج المسحي هو عملية نتعرف من بواسطتها عن المعلومات الدقيقة المتعلقة بموضوع البحث وذلك بالنسبة للمواقف الحالية أو الجارية لا القديمة (أحمد بدر، المرجع السابق، ص 302)

ومن خلال التعريفين يمكن أن نستخلص مميزات هذا المنهج التي تجعله أكثر ملاءمة لدراستنا:

- أن المسح يعالج ظاهرة تنتمي إلى الحاضر وليس الماضي بحيث يساعد الباحث على مسح الظاهرة في إطار واقعها الطبيعي.
- يساعد الباحث في التعليل والتفسير عن طريق المعلومات التي يتم تجميعها من بواسطته، كما يساهم في الكشف عن العلاقة بين المتغيرات.
- والمنهج المسحي يتم من خلال إما مسح كل الوحدات المكونة لمجتمع البحث أو مسح جزء من مجتمع البحث وقد استخدمنا المسح بالعينة باعتباره الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات، حيث يتميز بدقة البيانات وصدق تحليلها للمجتمع الأصلي إلى درجة أن نتائجه تماثل المسوح الشاملة، بالإضافة إلى كون هذه الطريقة توفر الجهد والوقت والإمكانات. (غرب محمد سيد احمد، 2003 ص149)

استجابة لطبيعة البحث استعنا في هذه الدراسة بوسيلة إحصائية واحدة لحساب نسب التكرارات في الإجابات وهذا من أجل تحويل المعلومات الكيفية إلى معلومات كمية لتصبح أكثر دقة ومصدقية وهذه الوسيلة هي: النسب المئوية = عدد التكرارات / 100 x مجموع أفراد العينة

8- أدوات الدراسة:

تعتبر خطوة اختيار الباحث للأدوات المناسبة لموضوع دراسته من أهم الخطوات التي يقوم بها لأجل جمع البيانات والمعلومات ضمن خطة معينة قصد الوصول إلى نتائج معينة تخدم بحثه، وبما أن أدوات جمع البيانات تتحدد حسب نوع المنهج المتبع، وبما أننا اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي فالأدوات التي استخدمناها:

8-1- الاستبيان: كلمة مشتقة من الفعل استبان الأمر، بمعنى أوضحه وعرفه والاستبيان بذلك هو التوضيح والتعرف لهذا الأمر. (احمد بن مرسل، 2005، ص220)

وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.

ويعد الاستبيان من أكثر الأدوات استخداما في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد ومن أهم ما يتميز به الاستبيان هو توفير الكثير من الجهد على الباحث. (محمد عبيدات وآخرون، 1999، ص63)

وقبل أن تأخذ الاستمارة شكلها النهائي مرت بعدة مراحل:

فبعد الاطلاع على كل ما أتيج لنا من دراسات سابقة والتي لها علاقة مع دراستنا سواء مع أحد المتغيرات الدراسة أو مشابها لها بغرض الاستفادة منها وحتى نستطيع تصميم الاستمارة وصياغتها في شكلها النهائي كما قمنا بصياغة أسئلة الاستمارة وتقسيمها إلى 5 محاور

المحور الأول: ويضم البيانات الشخصية لأفاد العينة ويحتوي على 7 أسئلة.

المحور الثاني: أنماط وعادات الصحفيين عند استخدام الفايسبوك في ممارسة حرية التعبير ويضم 09 أسئلة.

المحور الثالث: دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك) ويضم 04 أسئلة.

المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين نحو حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسوك) وهو يتكون من 17 عبارة تم تصميمها وفق مقياس ليكرت

المحور الخامس: مدى التزام الصحفيين بالقواعد الأخلاقية والقانونية في ممارسة حرية التعبير على الفيسبوك ويضم 6 أسئلة.

وبعد أن عرضت الاستمارة على الأساتذة لتحكيمها والذين هم: الأستاذة براردي نعيمة والأستاذ مهدي زواوي والأستاذ يوسف عبد العالي والذين هم جميعهم أساتذة في قسم علوم الإعلام والاتصال بالمسيلة، واستنادا إلى آرائهم وتصحيحات وكذا نصائحهم القيمة بحكم خبرتهم تم تعديل الاستمارة بتأخير وتقديم بعض الأسئلة وكذا إضافة أسئلة أخرى وغيرها من تعديلات وهذا بموافقة وإشراف الأستاذ المشرف على الدراسة جدي رضوان لتصل الاستمارة إلى شكلها النهائي وفتح المجال أمامنا لتوزيعها

لتتوجه مباشرة إلى العاصمة لتوزيع الاستمارات على أفراد العينة بشكل قصدي وكانت بدايتنا من جريدة البلاد ثم جريدة صوت الأحرار وفي اليوم الذي يليه توجهنا إلى مقر التلفزيون الجزائري والإذاعة الوطنية مستكملين عملية التوزيع وفي اليوم الذي يليه توجهنا إلى قناة الحياة الخاصة لنستكمل ما تبقى من الاستمارات وحتى نضمن التنوع بين القطاع الخاص والحكومي لتكون دراستنا أكثر جدية ومصداقية .

وقد قمنا بتوزيع استبيان إلا أننا استرجعنا 62 استمارة بعد أن تعذر علينا استعادة الباقي لانشغال الصحفيين والمؤسسات الإعلامية وتصادفنا مع الوضع السياسي الذي تعرفه البلاد خاصة بالعاصمة الذي يجعل الصحفي في انشغال دائم وغير متاح لنا في كل الوقت .

8-2- المقابلة : بالإضافة الى الاستبيان كأداة رئيسية في الدراسة اعتمدنا على المقابلة على كأداة ثانوية في بحثنا قصد طرح أسئلتها، فالمقابلة أداة هامة للحصول على المعلومات من مصادرها البشرية، وتستخدم في مجالات متعددة.

وتعتبر من بين الأدوات الأكثر استعمالا إلى جانب الاستبيان وهذا لما تتميز به من سهولة في البناء وتعرف المقابلة "على أنها تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستثير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على بعض البيانات الموضوعية . (رشيد زرواتي، 2002، ص 148)

9- مجتمع البحث وعينته .

9-1- مجتمع البحث:

"هو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث " (عبد الرحمن عدس وآخرون ، 1992 ص109)

وعليه فمجتمع البحث الأصلي في دراستنا هو مجموع الأفراد الممثلين في الصحفيين الذين يعملون في حقل الصحافة سواء (المكتوبة، المرئية، المسموعة) في الجزائر ولأنه لا يمكننا الوصول إلى جميع أفراد المجتمع الأصلي كان لابد من اللجوء إلى المسح بالعينة حيث يقصد بالعينة "أنها جزء من المجتمع أو الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية ، وهي تعتبر جزء من الكل ، بمعنى أنه تؤخذ مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث " (رشيد زرواتي ، 2007 ، ص334)

9-1- عينة الدراسة:

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية "وهي العينة التي يستخدم فيها الحكم الشخصي على أساس أنها هي الأفضل لتحقيق أهداف الدراسة". (أحمد خليل عباس وآخرون ، 2007 ، ص229)

ووقع اختيارنا على العينة القصدية لأن مجتمع الدراسة يتميز بالتباين والتغير فدراستنا لا تقتصر على قطاع إعلامي واحد بل تتعدى إلى جميع قطاعات الصحافة (المكتوبة ، التلفزيون ، الإذاعة) وهذا حتى تكون وجهتنا واضحة بطريقة ضمن واكل تكلفة وبأسرع وقت .

وعليه قمنا باختيار عينة تتكون من 70 مفردة موزعة بالشكل التالي :

خصصنا 30 استمارة لقطاع الصحافة المكتوبة كذا الصحافة الالكترونية ممثلة في جريدة البلاد وجريدة صوت الأحرار و 20 استمارة للقطاع المسموع ممثلا في الإذاعة الوطنية و 20 استمارة للقطاع السمعي البصري ممثلة في التلفزيون الجزائري الحكومي وقناة الحياة الخاصة

وقد تمت عملية توزيع الاستمارات على مستوى الجزائر العاصمة باعتبارها ملتقى القطاعات الثلاث (المكتوبة ، السمعية ، المرئية) كما هو معروف وفي الأخير تم استرجاع 62 استمارة من أصل 70 استمارة وذلك لعدم تمكننا من استعادتها إما بسبب انشغال الصحفيين ، أو لامتناعهم عن الإجابة .

10- حدود الدراسة

الحدود المكانية: وهي الجزائر العاصمة باعتبارها مكان تواجد قطاعات الإعلام على اختلافها (سمعي ، سمعي بصري ، مكتوب)

الحدود البشرية : وهم أفراد البحث الذين شكلتهم الدراسة وهم الصحفيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك .

الحدود الزمنية : والذي بدأ من أواخر شهر جانفي من 2019 وذلك بجمع المعلومات والمراجع وكل ما يخص الدراسة من الجانب النظري وكذا الإعداد للعمل الميداني وتنفيذه وختاما بتحرير الدراسة وصولا إلى شهر ماي من نفس السنة .

11- الدراسات السابقة

أ- الدراسات المشابهة:

دراسة محمود الفطافطة (2011) بعنوان "علاقة الإعلام الجديد بحرية التعبير في فلسطين"

وسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى معرفة علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين مع التركيز على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك لما له من أهمية من حيث الإقبال عليه وأثره في تجسيد مثل هذه الحرية سواء أكان ذلك في العالم الافتراضي أو العالم الواقعي .

وقد اعتمد الباحث في دراسته على تحليل المضمون كمنهج وأداة رئيسية في بحثه بالإضافة إلى المقابلة التي أراد من خلالها جمع المعلومات عبر طرح الأسئلة على شخصيات اختارها وكذا استبيان بسيط من اجل استطلاع الرأي الفلسطيني وقد خرجت الدراسة بالنتائج التالية :

- ◀ ساهم المجال التقني بتعزيز حرية التعبير وإعطائها متنفس وطريقة للنشر لكنه لم يبيّن ثقافة الاختلاف واحترام الرأي الآخر.
- ◀ هنالك ارتباط في الشارع الفلسطيني حول العلاقة بين تقنيات التواصل الاجتماعي وحرية التعبير رغم أن هناك نسبة كبيرة ترى أنه يعززها.
- ◀ أحزاب والتنظيمات الاجتماعية والسياسية ما زالت هي سيدة الموقف وهي التي تتحكم من ناحية غير مباشرة بالحراك الإلكتروني على المجال الافتراضي.
- ◀ هناك حالة من المفارقة بين الفعل على الأرض والفعل في العالم الافتراضي، وحتى الآن لم يستطع العالم الافتراضي تأسيس فعل مغاير على الأرض.
- ◀ تصبغ الانفعالية وحالات الاستقطاب السياسي والأمني والثقافي والرياضي بمحمل مفردات ورموز التواصل الاجتماعي، الأمر الذي حد من قوة تأثيرها.
- ◀ إن الجهد الفلسطيني استغل الإعلام الجديد لبناء رأي عام لكنه لم يستطع تجاوز طرق العمل التقليدية في الأداء الفلسطيني في كافة حقوله.
- ◀ لم تستطع منظمات المجتمع المدني خلق قاعدة جماهيرية كافية لتحقيق التوازن مع البنى التقليدية بشكل حد من قوة فاعلية التواصل الاجتماعي.
- ◀ شكلت مواقع التواصل الاجتماعي منطقة جذب شكلت عالماً بديلاً لمناطق الطرد مثل القمع، الفساد، الانقسام، والترفيه، والتلصص.
- ◀ مجموعة الخامس عشر من آذار الداعية لإنهاء الانقسام كانت العلامة الصارخة على تصارع السياسي والاتصالي والتاريخي، حيث التعامل المتناقض معها من خلال منعها بقوة في غزة ومحاوله احتوائها في الضفة، الأمر الذي شكل خيبة أمل في قوة الشبكات الاجتماعية في التغيير وفي حرية التعبير.
- ◀ الجهد الفلسطيني في الإعلام الجديد لم يستغل الشبكات العالمية الافتراضي لإعلاء صوت القضية الفلسطينية وخلق حالة من التضامن العالمي، لأن قسم كبير من الجهد استغل في الصراع الداخلي.
- ◀ شكل التواصل الاجتماعي حلاً مؤقتاً لحالة الاغتراب السياسي والاجتماعي في المشهد الفلسطيني، ولكن هذا الحل ليس مضمون النتائج.
- ◀ شكل المجال الافتراضي ساحة أخرى لصراع الشخصيات السياسية والأمنية والاقتصادية على استحواذ الرأي العام الفلسطيني.

يمكن للمؤسسات التعليمية المختلفة توضيح الخلفيات النظرية والعلاقات السياسية والاجتماعية

لشبكات التواصل الاجتماعي لخلق وعي في التعامل معها (الفطافطة ، 2011 ، ص 199)

حدود الاستفادة من الدراسة:

على الرغم من أنها دراسة ركزت على حرية التعبير في فلسطين على مواقع التواصل الاجتماعي باعتباره شعب محتل يحاول أن يجد في مواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك بديلا عن الإعلام التقليدي الذي تحت سيطرة الاحتلال ، وذلك يجعلها بعيدة كل البعد عن الزاوية المتناولة في دراستنا إلا أننا استطعنا من خلالها الاطلاع على الطريقة المتناولة بما الموضوع والاستفادة منها خاصة في الجانب الذي يتناول استخدام أداة الاستبيان وكذا الإطار النظري المتناول لحرية التعبير.

ب- الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: دراسة سهام رحال 2011 بعنوان : حدود الحق في حرية التعبير في القانون الدولي لحقوق الإنسان مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم القانونية تخصص قانون دولي لحقوق الإنسان بجامعة الحاج لخضر- باتنة كلية الحقوق والعلوم السياسية قسم العلوم القانونية.

وقد سعت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى التعرف على التحديات التي يواجهها الحق في حرية التعبير جراء الدعاية إلى الكراهية القومية والعنصرية الدينية وكذا الاستعمال السلبي لتكنولوجيا المعلومات والآثار السلبية لقوانين التشهير ، ومدى مساهمة وسائل الإعلام في إثارة النزاعات المسلحة .

وانطلقت الباحثة من الإشكالية التالية :

- مدى الحدود المفروضة على الحق في حرية التعبير في القانون الدولي لحقوق الإنسان؟

واندرج تحت هذه الإشكالية أسئلة فرعية أهمها:

- ما هي علاقة الحق في حرية التعبير بباقي الحقوق الأخرى؟
- لماذا ربطت ممارسة الحق في حرية التعبير بواجبات ومسؤوليات دون الحقوق الأخرى ؟
- إلى أي حد يجوز تقييد الحق في حرية التعبير لغرض حماية السمعة؟

- ما تأثير التدابير الاستثنائية على الحق في حرية التعبير
- ما مدى مساهمة وسائل الإعلام في إثارة النزاعات المسلحة؟

و أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ممارسة النفوذ السياسي أو السيطرة السياسية على وسائل الإعلام العامة، بحيث تستخدم كأدوات باسم الحكومات بدلاً أن تكون هيئات مستقلة تعمل من أجل الصالح العام، والعدوان الأمريكي على العراق أفغانستان خير مثال على ذلك .
- إن إمكانات شبكة الانترنت الهائلة بوصفها أداة تعزز تدفق المعلومات، و الأفكار بحرية أصبحت تستغل استغلالاً سلبياً (سهام رحال، 2011، ص 163)

حدود الاستفادة من الدراسة: بالرغم من أن هذه الدراسة تندرج ضمن المواضيع القانونية البحتة إلا أن ذلك لم يمنع الاستفادة منها فهي تتحدث عن حرية التعبير التي هي أحد متغيرات الدراسة وبذلك اطلعنا على كل ما يخص حرية التعبير من تعريف، وخصوصية، وقيود.... وكل ما يحيط بها من أمور نظرية تم ترجمتها إلى أسئلة.

الدراسة الثانية : رسالة ماجستير لسهى محمد علي إسماعيل (2015) بعنوان: "استخدامات الصحفيين الأردنيين للفيسبوك والإشاعات المحققة".

هدفت من خلالها الباحثة إلى التعرف استخدامات الصحفيين الأردنيين للفايسبوك وإلى الأنشطة التي يقومون بها على الموقع والإشاعات المحققة ومدى علاقتها بعملهم الصحفي.

وتدخل هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية، وقد اعتمدت فيها الباحثة على المنهج المسحي باعتباره الأنسب للدراسة، كما اعتمدت على أداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات حيث صممت استمارة الكترونية مكونة من 28 سؤالاً موزعة على عينة عمدية مكونة من 94 مفردة من مستخدمي الفيسبوك من الصحفيين الأردنيين

- 63.8 % من الصحفيين عينة الدراسة يستخدمون فيسبوك منذ 5 سنوات فأكثر .

- معظم الصحفيين يفتحون فيسبوك أكثر من 3 مرات يوميا بنسبة 70.2 %
- 43.6 % من الصحفيين يقضون 3 ساعات فأكثر على (فيسبوك) مما يدل على أن الصحفيين نشطين على الموقع.
- جميع الصحفيين عينة الدراسة يستخدمون اسمهم الحقيقي على (فيسبوك) وغالبيتهم يهتمون بوضع صورة شخصية للتعبير عنهم في الصورة الشخصية Profile بنسبة 73.4 % بينما حازت الصور الرمزية على أعلى نسبة استخدام في صورة الغلاف بنسبة 44.7 % بينما حازت الصور التي تتعلق في العمل الصحفي على نسبة منخفضة في الاثنين.
- حازت الأنشطة السلبية على أعلى متوسطات حسابية من الأنشطة التي يقوم بها الصحفي على (فيسبوك -) تلتها أنشطة متابعة مشاركة المواد مع القراء ثم الأنشطة التفاعلية ثم أنشطة البحث عن قصص.
- يميل الصحفيون لمشاركة أعمالهم الصحفية مع القراء أكثر من تجاربهم الشخصية.
- يميل الصحفيون لمشاركة المواد المكتوبة (سطر الحالة والروابط) أكثر من المرئية (الصور والفيديو).

(سهى محمد علي اسماعيل، 2015، ص 200)

حدود الاستفادة من الدراسة:

بما إن دراستنا لها علاقة بموضوع مواقع التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالعمل الصحفي فإنها بمثابة الركيزة الأولى التي اعتمدنا عليها حتى ننطلق في دراستنا وذلك بضبطنا لعنوان الدراسة وتحديدنا الزاوية المراد دراستها وكذا استفادتنا منها في كل مراحل الدراسة .

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

- تمهيد
- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي
- مميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي
- مواقع التواصل الاجتماعي منبر جديد للتعبير
- تعريف الفايسبوك
- الفايسبوك في الجزائر
- تطبيقات موقع الفيس بوك
- الانتقادات والمخاوف الماثرة حول الفيسبوك
- مفهوم حرية التعبير
- الخلفية التاريخية عن الحق في حرية التعبير
- مظاهر حرية التعبير
- حرية التعبير في الجزائر
- حدود حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي

تمهيد:

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس بمواقع أو شبكات التواصل الاجتماعي، وتعددت هذه المواقع واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، أين أصبح لها الفضل في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن كل ما يجري في العالم من أحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب):

نشأة مواقع التواصل الاجتماعي

يتفق أكثر الباحثين على أن أول ظهور لمواقع التواصل الاجتماعي كان في بداية التسعينيات من القرن الماضي، حيث استطاع سنة 1995 راندي كونراد تصميم موقع Classmates.com وكان الهدف منه مساعدة الأصدقاء والزلاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل حياتية معينة وفرقتهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، بينما يرى بعض الباحثين آخرين أن ظهورها الأول يصادف تاريخ 1997 عبر ظهور sixdegrees.com الموقع الاجتماعي وذهب إلى هذا الرأي كل من السون وبويد في بحث لهما نشر في جامعة كاليفورنيا وركز هذا الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص ولكن لم يكتب لهذين الموقعين الاستمرار فقد تم إغلاقهما على الرغم من توفرهما على خدمات مشابهة لما توجد على شبكات التواصل الحالية وهذا بسبب عدم تحقيقها للربح لمالكيهما، لتظهر بعد ذلك مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع هي الأخرى تحقيق النجاح المطلوب، بين سنوات 1999 و2001 لتظهر لاحقا بعض المحاولات .

أما الميلاد الفعلي لمواقع التواصل الاجتماعي كما هي معروفة اليوم كان سنة 2002 ففي التي حققت نجاحا دفع جوجل إلى محاولة شرائها سنة 2003 Friendstar بداية العام ظهرت 2003 ولكن لم يتم التوافق على شروط الاستحواذ، وفي النصف الثاني من نفس العام ظهرت في فرنسا شبكة اجتماعية سنة 2007 واستطاعت بسرعة أن تحقق انتشارا واسعا لتصل حسب إحصائيات جانفي 2008 إلى المركز السابع في ترتيب الشبكات الاجتماعية حسب عدد المشتركين.

ومع بداية تاريخ 2005 ظهر موقع بلغ عدد صفحاته أكثر من جوجل وهو الموقع الأمريكي الشهير "ماي سبيس" الذي يعتبر من أوائل وأكبر المواقع الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير "الفيسبوك" الذي بدأ أيضا الانتشار المتوازي مع "ماي سبيس" حتى قام "الفيسبوك" في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما زاد من أعداد مستخدميه ونجح في التفوق على منافسة ماي سبيس عام 2008 . (ماهر عودة الشمايلية وآخرون، 2014، ص 200 - 201)

وانتشرت فكرة مواقع التواصل الاجتماعي للمدونات الصغيرة بظهور موقع التواصل الاجتماعي تويتر **twitter** حيث ظهر هذا الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة **odeo** الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو ، وبعد ذلك أطلقت الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006 وقد بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة للتواصل على الساحة في عام 2007 لتقدم التدوينات المصغرة، وقامت شركة **odeo** بفصل الخدمة عن شركة وتكوين شركة جديدة باسم **twitter** بدءا من ديسمبر 2009 والمتتبع لحركة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة يلاحظ أنها تهدف الى تحقيق الاتصال والتفاعل بين الأصدقاء دون تحديد نوعية المستخدمين على مستوى العالم ، وعلى الرغم من ذلك ظهرت العديد من مواقع التواصل الاجتماعي المعنية بفئات وتخصصات محددة ومناقشة موضوعات دون غيرها ، وهو ما أدى إلى انتشار العديد من مواقع التواصل المتخصصة في مجال محدد.

وفي هذا الإطار ظهرت مواقع تواصل اجتماعي مرتبطة بمهن محددة ومنها موقع **financial.com** للمستثمرين، موقع **dailysturmt.com** لرجال الطب ، كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي مواجهة لأصحاب لغات معينة ومنها موقع **doltoday.com** للبلدان الناطقة باللغة الألمانية ، وموقع **kaiscin.com** لمتحدثي اللغة الصينية ، وموقع **aywaa.com** للناطقين بالعربية ، كما ظهرت مواقع خاصة بهوية أو اهتمام مشترك ومنها موقع **amystreets.com** لمحبي الموسيقى وموقع **wakoopa.com** لهويات ألعاب الكمبيوتر ، كما ظهر موقع تواصل اجتماعي حول محتوى معين ومنها موقع **youtube.com** لملفات الفيديو ، وموقع **emiem.com** للتواصل حول الموسيقى والصور كما ظهرت مواقع تواصل اجتماعي متخصصة في الموضوعات الدينية ومنها مواقع **my church.com** وهو خاص بالكنائس . (بلباي مصطفى ، 2013 ، ص 31 - 32)

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

وتسمى كذلك الشبكات الاجتماعية، ومواقع التشبيك الاجتماعي وتحديد مفهومها هو أمر مثير للجدل بين الباحثين ، لكثرة الآراء والدراسات يقول صادق الحمامي "أما في الوطن العربي تعددت المصطلحات التي يستخدمها الباحثون ك: الإعلام الاجتماعي، مواقع التواصل الاجتماعي، وشبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت، هكذا يبدو واضحاً بسبب تعدد المصطلحات التي يتداولها الباحثون العرب، أن المصطلح لا يمثل رهانا معرفياً، إذ يخفي هذا التنوع في مستوى استخدام المصطلحات غياب النقاش في المصطلح أو الاتفاق حول مصطلح ما (صادق الحمامي، 2015، ص 49 - 50)

فلا يوجد اتفاق على مفهوم واحد لمواقع التواصل الاجتماعي وهذا يظهر في كثرة التعريفات ومن بينها: أنها مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنت ظهرت مع الجيل الثاني للويب أو يعرف باسم ويب 2.0. تتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد ،جامعة مدرسة ،شركة الخ) كل هذا يتم عن طريق خدمات الواصل المباشر مثل إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض (ماهر عودة الشمايلية وآخرون ،المرجع السابق، ص199)

وتعتبر الشبكات أو الوسائط الصورة الأبرز لتقنيات الإعلام الجديد ،وهو مصطلح واسع يقصد به تبادل المضامين عبر شبكة الانترنت من اجل الحوار وخلق التفاعل بين الناس.(محمود الفطافطة ،2011، ص20)

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات نفسها" (زاهر راضي، 2003، ص23)

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً إجرائياً للإعلام الجديد بأنه: "أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن

استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته" (عباس مصطفى صادق، 2011م، ص9).

كما تعرف : هي مواقع الانترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بسهولة مواقع التواصل الالكترونية وهي التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم مثل الفيسبوك (خالد غسان يوسف المقدادي، 2013 ص25)

مميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي

يصنف الخبراء الشبكات الاجتماعية ، ضمن نوعين:

الأول الأساسي يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناء على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة والعمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع الفيسبوك ،وماي سبيس

والثاني مرتبط بالعمل وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين، سيرتهم الذاتية، مساهمهم الدراسي والمهني، ومعلومات عن شركائهم في العمل (فايزة يخلف، 2012، ص190 - 191)

وهذا بفضل ما توفره مواقع التواصل الاجتماعي لمستخدميها من خصائص المتمثلة في أدوات تساعد على مشاركة بعضهم البعض والعمل معا من خلال:

- التواصل وإمكانية التعارف بواسطة البريد الالكتروني، الرسائل القصيرة والفورية، الدردشة.....الخ
- العمل التشاركي من خلال أدوات المشاركة الأخرى.
- التعليم بواسطة أدوات التعليم والتدريب الالكتروني ومشاركة المحتوى.
- التسلية والترفيه من خلال ثراء وتنوع المحتوى المنشور والذي يلي كل الأذواق .

- بالإمكان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وبشكل قانوني كمركز للإعلان التجاري من خلال خاصية الصفحات التي تتوفر في معظم الشبكات، وتعتبر هذه الفائدة كبيرة للغاية لأنها مجانية وتوفر للمستخدم فرصة الانتشار في كافة المناطق التي تغطيها الشبكة والتي ما تكون واسعة الانتشار .
- تعدد الشبكات منبر جديد للتعبير عن الذات، فكثير من الأفراد يتفرجون في الشبكات معلنين عن معرفتهم وانتمائهم وأرائهم التي عادة ما تجد الكثير من المعجبين بها وهو ما يزيد ثقة الفرد بنفسه .(فايزة يخلف،المرجع السابق، ص191)

مواقع التواصل الاجتماعي منبر جديد للتعبير

المتابع للأحداث ومسار مواقع التواصل الاجتماعي عبر المراحل والفترات الزمنية التي عرفتها ومرت بها ابتداء من إنشائها إلى غاية اليوم ،إن الدور الذي الدور الكبير الذي أصبحت تلعبه كمنبر لمن لا منبر له، جاءت نتيجة الأحداث السياسية وحاجة الجمهور إلى معرفة حقيقة ما يحدث في العلم بعد أحداث 11 سبتمبر أين اضطر بعض الصحفيين إلى إنشاء المدونات ليفصحوا عن آرائهم ووجهات نظرهم خاصة أمام الاحتكار الإعلامي الذي يمارسه الإعلام الرسمي والخاص ومن هنا بدأت المدونات تؤدي دورا جديدا في عالم الإعلام الحر والتعبير السياسي .

ليطور دور مواقع التواصل الاجتماعي أكثر فأكثر بعد دخول أدوات جديدة كخدمات البث المباشر لأفلام الفيديو مجانا عبر اليوتيوب والصفحات المخصصة ،لالأخبار والسياسة والتعليق عليها ، عبر الفيس بوك والمدونات الخاصة، لتصل حرية التعبير عن الرأي إلى مستويات لم تكن لتصلها لولا خدمات مواقع التواصل الاجتماعي وسهولة إضافة التعليق أو التحديث أو كتابة الخبر على المواقع ،ومن ثم سرعة انتشاره عبر الوسائط الأخرى ، ليقرا أو يراه الملايين حول العالم وبكل اللغات ،ومما يعرض الرأي وقائله إلى انتشار غير مسبوق ، لم يكن ليتعرض له لولا هذه المواقع .

ومع التطور المستمر لمواقع التواصل الاجتماعي ،وتسهيل استخدامات تطبيقاتها ،كالهواتف النقالة ،ازداد دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم حرية التعبير، وسهل رفع الأصوات وما حدث في الوطن العربي وما يحدث اليوم في الجزائر لخير دليل .(يوسف خالد غسان ،2013، ص141 - 142)

تعريف الفايسبوك

يعد "الفييس بوك" أحد مكونات شبكة المعلومات الدولية، إضافة إلى أنه يشكل قطاع متميز، له طبيعته الخاصة في المجتمع الافتراضي، الذي أصبح له وجوده المؤثر، على تفاعلات المجتمع الواقعي الذي نعيش فيه.

ويحاول البعض تعريفه باعتباره مدونة أو صفحة شخصية على شبكة المعلومات يناقش فيه صاحب الصفحة أصدقاءه ويتكلم معهم ويتبادل معهم الصور والفيديو والصوتيات ، وهو ما يعنى أن الفييس بوك في أساسه موقع إلكتروني، يتضمن شبكة اجتماعية تساعد الأفراد على الاتصال بأصدقائهم وعائلاتهم، وأصدقاء العمل بفاعلية عبر شبكة المعلومات ويشير أسم الموقع إلى ورقة التعريف Facebook التي تمنح للطلاب الوافدين إلى الحرم الجامعي في الولايات المتحدة، والمدارس والكليات ليتعارف كل منهم على الآخر.

وقد أسس الموقع "مارك جوكربرج" الطالب بجامعة "هارفارد" لتسهيل عملية التواصل بين طلبة الجامعة، بإنشاء موقع يمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم. (علي ليلة، 2009، ص 50)

وقد أنشئ هذا الموقع في 2004 وأصبح الموقع الاجتماعي الأشهر على شبكة المعلومات في الجزائر والمجتمعات العربية، ومما يدل على أهمية هذا الموقع أنه تجاوز موقع "ماسبيس" من حيث عدد المشتركين في الولايات المتحدة، الذين بلغوا نحو 80 مليون مشترك أو أكثر قليلاً، وبذلك يعد موقع "الفييس بوك" هو الأشهر والأهم عالمياً، (علي ليلة ، المرجع نفسه، ص 51)

حيث يبلغ عدد المشتركين في الموقع نحو 600 مليون على الصعيد العالمي حتى نهاية 2010 وقد سجل 250 مليون مستخدم جديد سنة 2010 لوحدها، وقد احتوى الفايسبوك على 30 مليار موضوع (روابط، ملاحظات ،صور وغيرها) تم مشاركتها شهريا على صفحاته و 20 مليون هو عدد التطبيقات التي يتم تنصيبها عبره يوميا .(خالد غسان، المرجع السابق، ص 27)

الفايسبوك في الجزائر

تعد الجزائر من بين الدول الأكثر استخداما للفيس بوك رفقة مصر ولبنان مقارنة بالدول العربية وهذا سنة 2009 كما أنها من أحسن الدول تعاطيا للانترنت وأكثر الدول العربية امتلاكاً لمقاهي ونوادي الانترنت (محمود فطافطة، المرجع السابق، ص111)

ومع بداية عام 2012 سجلت في الجزائر نسبة ارتفاع دخول "الفيس بوك" قدرت نسبتهم ب (8.20%) مقارنة بعدد السكان في الجزائر و ب(60.32%) بالنظر إلى مستخدمي الانترنت حيث بلغ عدد مستخدمي الفايسبوك مليونين و835 ألفا كما أشار إلى أن عدد الذكور الجزائريين الذين يستخدمون الفيس بوك أكثر من الإناث، حيث بلغ عدد الذكور ب 68% في حين بلغ عدد الإناث (32%) (مريم نورمان نوماز، ص57)

تطبيقات موقع الفيس بوك

يحمل موقع الفايسبوك مجموعة من مجموعة من التطبيقات، تساعد المشترك على عرض ما لديه، والاستفادة منها والتفاعل مع تلك التطبيقات يظهر فيها كل ما يعرضه الفيس بوك، وما يشتمله من إعدادات

- الصفحة الرئيسية (HOME): هي الصفحة الشخصية للمستخدم ويعرض فيها كل نشاطه
- الصفحة الشخصية (profil): ويرسل من خلالها الرسائل، ويطلع على الوارد message الرسائل يستطيع من خلالها انشاء مجموعات مفتوحة ومغلقة
- المجموعات (groups): يعرف المشتركون بالفيس بوك من خلالها الأحداث (events) والمناسبات القادمة .
- الصفحات (Page): وهي الصفحة الخاصة التي ينشئها آخرون تمكن المشتركين بها الاطلاع عليها ويحدثها صاحبها، ويستقبل التعليقات والمشاركات .
- تغذية الأخبار (news feed): تعرض المستجدات من أخبار المستخدمين وأصدقائهم .
- الملاحظات (Nots): تستخدم لكتابة التعليقات ومناقشتها . (عمار توفيق احمد بدوي، ص7-8)

الانتقادات والمخاوف المثارة حول الفيسبوك

قيل الكثير عن الفيسبوك وما زال يقال، ووجهت له الكثير من الانتقادات بين معجب ومخذر، وتضاربت الآراء حوله، وكل له ما يبرر موقفه، وهذا ما جعل الفيسبوك محل جدال .

فيسبب سهولة استخدام الفيسبوك لأجل التواصل ونشر المعلومات فقد جرى منع الموقع في بعض الأحيان من قبل العديد من الحكومات سيما الصين، إيران، سوريا، ليبيا، كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لثني الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة. (محمود فطاطة ، المرجع السابق، ص 21).

كذلك مثلت الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع ، كما يواجه الموقع الفيسبوك العديد من الدعاوى من عدد من رفقاء مارك زوكربيرج السابقين الذين يزعمون أن الفيسبوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى .

ومع الانتشار الواسع والشعبية التي يحض بها الموقع ابن تجاوز فترة استخدامه 700 مليار دقيقة في الشهر الواحد، هناك من أبدى تحوفات كثيرة من تجاوز الحدود وذلك عن طريق المبالغة في الكشف عن أسرار الحياة الشخصية والعلاقات الحميمة مما يتعارض مع القيم المتوارثة في شتى المجتمعات خاصة أمام الإغراءات للإدلاء بخفايا الحياة الشخصية وكذا نشر ادعاءات غير صحيحة وكذا التمرد عل القيم الاجتماعية تحت غطاء حرية التعبير .

وفي المقابل هناك من يرى أن مواقع التواصل الاجتماعي أو شبكات التواصل الاجتماعي على اختلافها بما فيها الفيس بوك تمثل الوسيلة الأنجع التي تجعل العالم مكانا أفضل لحياة سليمة ، وأنه من الطبيعي أن يميل الناس إلى الاحتكاك، المشاركة خاصة أن الاطمئنان لعدم كشف شخصيات وهويات المشتركين وهو ما تتعهد به الشركات بمراعاته، وهذا ما يزيد من الانفتاح ،الذي ساعد بدوره على فهم وحل المشكلات مستدلين بذلك على الفيسبوك الذي استطاع منذ تأسيسه سنة 2004 أن يكون عامل مؤثر في الحياة ،وتكوين رأي واسع المدى في الكثير من الأمور خاصة أن المشاركين فيه يستخدمون أكثر من سبعين لغة. (محمود فطاطة ،المرجع نفسه، ص 21).

وقد وصف بوك زوكربيرج صاحب فكرة الفايسبوك تأكيداً على قدرة وأهمية اختراعه الذي ستجعله "دليل سكان العالم" أي سيزيح كل منافسيه وسيسيطر على كل النشاط البشري، وكذا "مكاناً أكثر انفتاحاً" لأي أحد من المشاركين باستطاعته أن يخلق لنفسه هوية عامة. (لبنى التكروري ، 2010 ، ص14)

ومن خلال هذا التباين في الآراء يتضح أن الفايسبوك مثير للجدل ويمكن أن يكون سلاحاً ذو حدين وللمستخدم أن يختار ولكن هذا لا يمنع أن يكون الفايسبوك مكاناً للتنظيم الاجتماعي والسياسي ، والتعبير عن حرية التعبير .

تمهيد

الحديث عن حرية التعبير هو أمر بغاية الحساسية والاختلاف بين الكثير من المختصين، ولكن المتفق عليه أن حرية التعبير، هي من ركائز حقوق الإنسان وحرياته الأساسية ومقدمة لضمان العديد من الحقوق والحريات، فللفرد كامل الحرية في التعبير عن رأيه والبوح بمواقفه وقناعاته الفكرية والسياسية، دون خوف أو تردد وذلك ضمن حدود متفق عليها لا يمكنه أن يتجاوز فيها ولا يطعن بالآخرين فهي ترتبط بالعديد من الحريات: حرية النشر، حرية المعتقد، حرية الوصول إلى المعلومات وكذا حرية الصحافة.

مفهوم حرية التعبير

يعرفها البروفيسور روبرت ستيفنسون، الخبير المعروف في هذا المجال، حرية التعبير بكونها حق الحديث والبت الإذاعي أو التلفزيوني أو النشر من دون عائق تقيمه الحكومة، ومن دون تصريح من الحكومة، مع تحمل مسؤولية محددة بعد النشر في حال تم انتهاك القانون، وقد تتضمن أيضا ضمانات قانونية تتمثل في إمكانية الحصول على معلومات عن الحكومة والشركات والأشخاص، حق الرد أو التصحيح، حق الوصول إلى وسائل الإعلام، بعض الحماية الخاصة للصحفيين (جاكلين وونغ، 2012، ص)

وهناك من يعرف حرية التعبير بأنها حرية الشخص في أن يقول ما يفكر به دون أن يطارده وتشمّل الحرية استقصاء الأخبار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت دون التقييد بالحدود الجغرافية، وبأي شكل سواء كانت مكتوبة أو شفوية، أو مطبوعة، وبأي وسيلة يختارها الشخص (رضا همسي، ص 9)

وحق حرية الرأي والتعبير يعني قدرة الإنسان على تبني الآراء والأفكار التي يريدونها دون أي ضغط أو إجبار إضافة إلى القدرة على التعبير عن هذه الآراء باستخدام كافة الوسائل والأساليب (رضا همسي، المرجع نفسه، ص 9)

ومن خلال كل هذه التعريفات يتضح أن لكل باحث نظريته الخاصة حول تعريفه لحرية التعبير بحيث لكل نقطته التي يركز عليها ويمكن أن تلخص هذه النقاط في التعريف التالي :

يعرفها نبيل صالح "حرية التعبير بأنها حق كل إنسان في أن يصوغ آراءه وأفكاره ومعتقداته بحرية علنا وبالطريقة التي يراها مناسبة إن كان ذلك بالكلام، أو بالكتابة المقالات والكتب أو بتنظيم المظاهرات

والمسيرات أو عقد الاجتماعات الشعبية وكل أشكال الاحتجاج، إضافة إلى التعبير الحر عن الذات بواسطة الفنون والموسيقى وغيرها من الطرق الأخرى كذلك تعني حرية التعبير أن الإنسان حر في سماع الآخرين والإنصات إلى أقوالهم والتعرف أرائهم كما تتضمن حق الإنسان في السكوت وعدم الإفصاح عن آرائه إلا بإرادته الحرة. (نبيل صالح، 1995، ص 6)

الخلفية التاريخية عن الحق في حرية التعبير

الحديث عن حرية التعبير بالضرورة يقودنا إلى الحديث عن الحرية أولاً لما لهما من علاقة في وجود أحدهما يعبر بالضرورة عن وجود الآخر.

يقول المنفلوطي: "أن الإنسان الذي يمد يده لطلب ليس بمتسول ولا مستجد وإنما هو يطلب حقاً من حقوقه التي سلبته إياه المطامع البشرية فإن ظفر بها فلا منه لمخلوق عليه، ولا بد لأحد عنده"

إن تاريخ البشرية في الواقع هو تاريخ الصراع من أجل الحرية، وامتلاك الحق في ممارسة الحرية، يتجسد مبدأ حرية التعبير باعتباره الجسد للشعور بتأكيد الذات عبر الوجود الشخصي والاجتماعي، وانطلاقاً من ذلك، فإن مبدأ حرية الرأي والتعبير قد لازم وعي حق الحرية وعبر عنه (محمود الفطاطة، مرجع سابق، ص 91)

أي أن حرية التعبير هي مظهر من مظاهر الحرية وتجسيدها لها والإنسان الذي يملك حرية التعبير هو بالضرورة حر، ولهذا يمكننا القول إن حرية التعبير تعود جذورها إلى اليوم الذي ارتطم به الإنسان بالاستبداد وشعر بالحاجة إلى الحرية حتى يستطيع أن يمارس حقه في التعبير عن رأيه بكل حرية.

وحرية التعبير في الإسلام مرتبطة بكيونة الإنسان وكرامته التي أكرمها الله تعالى وهي نقاء القلب من كل رق وكل عبودية إلا عبودية الله تعالى وحده دون سواه وهي حرية الإرادة والاختيار التي أكرم الله تعالى الإنسان ليعبده بالإرادة وهي لا تتنافى مع ما أوجبه الشرع لأنها تعني نهضة القلب في طلب الحق ولا يكون ذلك إلا في ظل هداية الوحي والحرية هي ضد العبودية أو الرق وهي بمعنى رفع القيود التي تمنع الإنسان من الوصول إلى غايته كما تعني التخلص من الصفات الدخيلة على الفطرة السوية وفي القرآن الكريم ﴿لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ﴾ [البقرة 178]

أما عن ما ذكرته الكتب فإن البدايات الأولى لاهتمام الدول بحقوق الإنسان وما يجب أن يتمتع به من حق في حرية التعبير يعود إلى القرن الثالث عشر، بينما يعود الاعتراف الرسمي بحرية الرأي والتعبير إلى إعلان حقوق الإنسان الفرنسي الذي صدر بعد الثورة الفرنسية سنة 1789 حيث نصت المادة (11) منه على "التداول الحر للأفكار والآراء هو أحد حقوق الإنسان الهامة فيجوز لكل مواطن أن يتكلم ويطلع بصورة حرة مع مسؤولية عن سوء استعمال هذه الحرية في الحالات التي يحددها القانون" (المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان، ص5)

وعلى الصعيد العالمي، أقرت الجمعية العامة للأمم المتحدة في سنة 1948 الإعلان العالمي لحقوق الإنسان، الذي تضمن حق كل شخص بالتمتع بحرية الرأي والتعبير، وتبنت في سنة 1966، العهد الدولي لحقوق المدنية والسياسية الذي يعكس ما نص عليه الإعلان العالمي لحقوق الإنسان وتمتع أحكامه بصفة الإلزام القانوني للدول التي تصادق عليه، حيث أكد في المادة (19) منه على حق كل إنسان في اعتناق الآراء دون مضايقة والتعبير عنها ونقلها إلى الآخرين دونما اعتبار للحدود بالوسيلة التي يختارها .

وعلى الصعيد الإقليمي : أكد الميثاق الأوروبي لحقوق الإنسان سنة 1950 على حرية الرأي والتعبير، وكذلك الميثاق الأمريكي لحقوق الإنسان سنة 1969، الميثاق الأفريقي لحقوق الإنسان والشعوب سنة 1979، والميثاق العربي لحقوق الإنسان الذي اعتمد في القمة العربية السادسة عشرة سنة 2004 .

كما لا يمكن أن نغفل على أنه سنة 1978 تبنت اليونسكو في وثيقة الإعلان بشأن المبادئ الأساسية الخاصة بإسهام وسائل الإعلام في دعم السلام والتفاهم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان ومكافحة العنصرية والفصل العنصري والتحريض على الحرب، الحق في حرية الرأي والتعبير، كما تبنت في سنة 1995 مجموعة من المختصين في القانون الدولي وحقوق الإنسان، مبادئ جوهانسبورغ حول الأمن القومي وحرية التعبير والوصول إلى المعلومات، حيث أكدت المبادئ على حق كل شخص في حرية التعبير. (نهاد محمد الغول، 2006، ص7-8).

مظاهر حرية التعبير

ترتبط حرية الرأي والتعبير بحريات وحقوق أخرى، فهو من جهة يرتبط بحرية الإعلام بكافة أشكاله، وحرية الحصول على المعلومات وحرية التجمع السلمي، ومن جهة أخرى فممارسة تلك الحريات والحقوق هي المظهر العملي الذي يجسد حرية الرأي والتعبير بالنسبة للأفراد، ومن هنا فإن هذا الترابط يفرض نفسه، بحيث لا يمكن تجاهله عند تناول الحق في حرية التعبير، ويمكن تلخيص تلك المظاهر فيما يلي :

1. حرية الطبع والنشر : تعتبر الكتابة من أولى الوسائل التي عرفها الإنسان لصياغة ونقل آرائه وأفكاره ومعارفه، ثم ظهرت المطبوعة وانتشرت في العصر الحديث وأثر التقدم العلمي الهائل الذي حصل في تقنيات الطباعة، واختراع الحاسوب، وأصبح لها أشكال متعددة، فهناك المطبوعات الورقية وهناك المطبوعة الإلكترونية.

وترتبط حرية الطباعة والنشر بحرية الرأي والتعبير ارتباطاً جوهرياً، حيث كانت بدايات الاعتراف الرسمي بحرية الرأي والتعبير طبقاً لإعلان حقوق الإنسان الفرنسي 1789 "أن يتكلم ويطلع بصورة حرة" ومع التطور الذي لحق مفاهيم حقوق الإنسان أُرست الأمم المتحدة حق حرية الإعلام الذي من أهم دعائمه وطرق ممارسته، الكتابة والطباعة، والنشر كحق من حقوق الإنسان الأساسية .

2. حق النشر الإلكتروني : إن حرية النشر الإلكتروني من الحريات التي بدأت تأخذ مكانها حديثاً نتيجة التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات والنفوذ لشبكة الانترنت في أي مكان في العالم نفاذاً يكاد يكون فوراً، فأصبح الانترنت وسيلة منافسة لوسائل التعبير التقليدية ، كما أنه أتاح فرصاً واسعة أمام كم هائل من المواطنين في مختلف بلدان العالم في التعبير عن آرائهم، وللمجموعات في الإعلان عن نفسها، ولا سيما المجموعات التي لم يكن متاحاً لها في السابق التعبير عن أفكارها وهمومها لأسباب قد تكون سياسية، دينية، ثقافية

3. حرية الرأي في إطار المرئي والمسموع : أدى التطور الذي لحق وسائل الاتصال إلى مفهوم الإعلام ليشمل إلى جانب المقروء، الإعلام المرئي والمسموع، وفي نفس السياق شمل التطور في حقوق الإنسان وحرياته، حرية الإعلام المرئي والمسموع، بصفته وسيلة من وسائل بث المعلومات وأداة للتعبير والنشر، وبذلك امتدت علاقة الارتباط بين حرية الرأي والتعبير وحرية المرئي والمسموع بذات الأساس الذي تم الإشارة إليه في مجال حرية الطباعة والنشر، مع الأخذ في الاعتبار مراعاة التمايز بين الوسيطتين .

ولوسائل الإعلام المرئي والمسموع المتمثل في الإذاعة والتلفزيون بدور فعال في ممارسة حرية التعبير كمنبر لبث الأخبار، ونقل الآراء ومناقشتها على المستوى المحلي والعالمي، نظرا لقدرتها على تخطي الحدود الجغرافية ولطبيعتها القائمة على بث الذبذبات والترددات اللاسلكية عبر الأجواء المفتوحة .

4. حرية التجمع السلمي : تشكل حرية التجمع السلمي حقا من حقوق الإنسان الأساسية التي أقرها الإعلان العالمي لحقوق الإنسان 1948 ، كما أكد عليها العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية، حيث نصت المادة (21) منه على أن "يكون الحق في التجمع السلمي معترفا به، ولا يجوز أن يوضع من القيود على ممارسة هذا الحق إلا تلك التي تفرض طبقا للقانون، وتشكل تدابير ضرورية في مجتمع ديمقراطي، لصيانة الأمن القومي أو السلامة العامة أو النظام و الاعتصام والإضراب عن العمل ،علاوة على كونها حقا من حقوق الإنسان الأساسية .

5. الحق في الحصول على المعلومات : تقرر الحق في الحصول على المعلومات كمبدأ أساسي وحاجة للفرد والجماعة على السوء في المواد التي تضمنت حرية الإنسان التماس مختلف ضروب المعلومات وتلقيها ونقلها دون اعتبار للحدود، وهذا يشمل كافة لأنواع المعلومات بما فيها الرسمية ،المكتوبة أو المسجلة، التي تم بثها والمصورة والمحسوبة إلا ما هو مستثنى الضرورة بنص القانون .

ويعتبر الحق في الحصول على المعلومات عامل أساسي لممارسة حرية الرأي والتعبير ،إذ لا يمكن للإنسان تكوين رأيه الموضوعي في قضية ما وخاصة القضايا العامة دون الحصول بحرية على المعلومات المتعلقة بها بما فيها المعلومات الرسمية وبذلك تتضح علاقة التلازم بين الحقين وارتباطها بحيث يشكل نشر المعلومات وحرية الوصول الى البيانات والوثائق الحكومية مظهرا من مظاهر ممارسة حرية الرأي والتعبير في المجتمعات الديمقراطية .(أحمد نهاد محمد الغول، 2006 ،ص ص16-21)

حرية التعبير في الجزائر

حتى نستطيع أن نحكم على دولة ما إذا كانت تحترم حرية التعبير أو لا علينا أن نرجع إلى دستورها وقوانينها لنعرف كيف تتعاطى مع هذا الأمر، والجزائر من بين الدول التي أقرت بحرية التعبير ويتضح ذلك :

من خلال الدستور الجزائري

تعرض الدستور الجزائري في الفصل الرابع المتعلق بالحقوق والحريات إلى حرية الرأي والتعبير في المادة (36) التي جاء فيها "لا مساس بحرمة حرية المعتقد، وحرمة حرية الرأي، والمادة (41) التي تنص "حريات التعبير، وإنشاء الجمعيات والاجتماع، مضمونة للمواطن" (رضا الهمسي، المرجع السابق، ص18- 19) ومن خلال هاتين المادتين يلاحظ أن الدستور الجزائري نص على حماية حرية المعتقد، وحرية التعبير بجانب حرية إنشاء الجمعيات وحرية التجمع، على اعتبار أن هذه الحريات لها علاقة وطيدة بالجانب المعنوي للإنسان .

كما نجد أن المشرع الدستوري أضفى حماية دستورية على حرية الرأي والنشر، عندما حضر حيز أي مطبوع أو تسجيل أو أية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي (المادة 39).

من خلال القانون العضوي للإعلام 2012

الجزائر كسائر دول العالم والدول العربية أقرت الحق في حرية التعبير وذلك من خلال قانون الإعلام 2012 والتي تتجسد كما ذكرنا سابقا عبر حريات وحقوق أخرى لارتباطها بها، حرية النشر، الحق في الحصول على المعلومة وغيرها من الحريات وحقوق يمكن أن تظهرها :

ينص قانون الإعلام في مادته الثانية على أن يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار القانون العضوي للإعلام والتشريع والتنظيم المعمول بها وقد تكرر هذا التأكيد على الحرية في قانون السمع والبصر .

ويتضح من خلال النص أن للمواطن الحق في الإعلام وفي الاطلاع على ما يجري حوله سواء في الداخل أو في أو في العالم الخارجي، وتقع مهمة إعلام الجمهور كما هو معروف، بالأحوال التي تهمه على الصعيدين الداخلي والخارجي على الصحافة .

واعترفت المادة (84) من قانون الإعلام للصحفيين المحترفين بالحق في الوصول إلى مصدر الخبر ذلك أن حرية الصحفي هي جزء من حرية الفرد العادي ، وأن حق المواطن في الإعلام يفترض التسليم بحق الصحفي في الحصول على المعلومات ، وزيادة عن ذلك ينص قانون الإعلام الجزائري على دعم الصحافة وترقيتها من خلال إعانات تمنحها الدولة لترقية حرية التعبير لاسيما من خلال الصحافة الحوارية (الأهلية)، والصحافة

المتخصصة، (المادة 128) ومن خلال مساهمتها في رفع المستوى المهني للصحفيين، عن طريق التكوين (المادة 128) وفي المقابل ذلك يقع على عاتق الصحفي، السهر على احترام آداب وأخلاقيات المهنة أثناء ممارسة للنشاط الصحفي وذلك بالامتناع عن الإشادة بالعنصرية وعدم التسامح والعنف (المادة 92). (رضا الهمسي المرجع السابق، ص 12-13)

أما عن الصحافة الالكترونية فقد اعترف المشرع الجزائري في قانون الإعلام بحرية ممارسة نشاط الإعلام عبر الانترنت فقد جاء في الفقرة الأولى، من المادة (66) من قانون الإعلام "يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنت بحرية" (رضا الهمسي، نفس المرجع، ص 13)

حدود حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي

إن القوانين المنظمة لحرية الإعلام وحرية التعبير، والتي تهم مجالات الإعلام المكتوب، والإعلام السمعي البصري، تتعرض وباستمرار لحدود هذه الحرية وللقيد المفروضة عليها بموجب القانون هذه القيود تشمل كذلك حرية التعبير على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وبالإضافة إلى ذلك هناك قوانين خاصة بهذه الأخيرة، تمت صياغتها، سواء على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي. ومضمون هذا الكلام هو أن مجال الانترنت ليس فضاء فوضويا غير خاضع للقانون، وفيه يشعر المبحرون أنهم مجهولين وغير محدد الهوية أو هكذا يظنون ومن ثمة شعورهم - - الزائد بالحرية التي يمنحها لهم استعمالهم للإنترنت، ويتعسفون في استخدام هذه الحرية، لكن هذا الفضاء في الواقع ليس محل فوضى وغير خاضع للقانون، إن هذا الشعور ناتج عن الفكرة الخاطئة التي كونوها على الانترنت.

يقتضي الخوض في هذا الإشكال طرح سلسلة من التساؤلات، تشدد على : كيف يمكن جعل حرية التعبير على شبكة التواصل الاجتماعي محكومة بالقانون؟ وكيف يمكن تطبيق ما يحكم الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية على هذه الوسيلة الجديدة؟ وبمعنى آخر كيف يمكن تكييف المبادئ الواردة في الإعلانات الثورية والقوانين التقليدية مع واقع شبكات التواصل الاجتماعي؟

إنها سلسلة من الأسئلة تتزاحم بحثا عن حلول شاملة مرضية ومقنعة. استنادا على ما هو مدبج في وثائق الإعلانات الثورية المتمخضة عن الثورات البورجوازية، وفي نصوص الدساتير، وأيضا في القوانين الوطنية وفي قواعد القانون الدولي لحق الإنسان ولالإعلام، فلو رجعنا مثلا إلى فرنسا، سوف نجد أن هذه الحرية مؤكدة

عليها في المادة 11 من التصريح الفرنسي لحقوق الإنسان والمواطن لسنة 1789 وهذا التصريح يعتبر ذا قيمة دستورية² ، وتنص هذه المادة على " أن تداول الأفكار والآراء ، يعتبر من الحقوق الأساسية، والثمينة للإنسان، ولذلك فإن لكل مواطن الحق في أن يتكلم وينشر بحرية."

هذه الحرية التي كانت في الماضي تهم الكلام والنشر والتواصل عبر وسائل الإعلام التقليدية وبالأخص الصحافة الورقية، قد امتدت اليوم لتشمل شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت. إن ذلك ما أكد عليه قرار صادر عن المجلس الدستوري الفرنسي بتاريخ 10 يونيو 2009 معترفا بحرية الولوج إلى الانترنت استنادا على مضمون المادة 11: من التصريح الفرنسي لحقوق الإنسان والمواطن. كما أن كل النصوص القانونية الدولية التي صادقت عليها فرنسا، وأدجتها في تشريعها الداخلي، تؤكد على ضمان حرية التعبير، عبر وعلى كل الدعامات، بما فيها الدعامات الإلكترونية ويدخل ضمن هذه النصوص المادة 10: من الاتفاقيات الأوروبية لحقوق الإنسان لسنة 1950 ، والمادة 19 من العهد الدولي للحقوق المدنية والسياسية، والمادة 19 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان .

إذا كان ذلك هو واقع الحال في فرنسا، فكيف تم التعامل على هذا المستوى مع - حرية التعبير في الولايات المتحدة؟

معلوم أن حرية الرأي والتعبير كما سائر حقوق الإنسان لم يرد بشأنها نص في الدستور الأمريكي سنة 1987 ولكن هناك إشارات إليها في وثائق أخرى مثل وثيقة الحقوق في فرجينيا في يونيو 1776 ، وفي تصريح الاستقلال الأمريكي في نفس السنة. إن حرية الرأي والتعبير مثلها مثل بقية حقوق الإنسان في أمريكا، لم تدخل إلى الدستور إلا بعد إدخال التعديلات العشر عليه، فكان أول هذه التعديلات هو التعديل المتعلق بحرية الرأي والتعبير المدخل على الدستور في سنة 1793 ويشير هذا التعديل إلى منع التشريع في هذا المجال وعدم إصدار أي مقتضى قانوني من شأنه تضيق فضاء حرية التعبير الرحب، ويؤكد على: "لا يمكن للكونغرس أن يضع أي قانون من أجل إضفاء إطار مؤسسي على ديانة ما: أي إصدار أي قانون يمنع ممارسة ديانة ما، أو أي قانون من شأنه التضيق على حرية التعبير وحرية الإعلام، أو يضيق من حق المواطنين في الاجتماع السلمي، أو أن يتقدموا بعرائض إلى الحكومة بغية إصلاح أخطائها الناتجة عن ممارسة التعسف يتضح من هذا أن حرية ضغط أو قمع."

يتضح من هذا أن حرية التعبير في الولايات المتحدة الأمريكية مبدأ يكاد يكون مطلقاً، لأنه غير متبوع بأية حدود، ولا مقيد بأية قيود، وهو شامل لأي وسيلة إعلامية، من تمتد إلى وسائل التعبير الإلكترونيّة، إلى الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي. ولكي يوضع الحد لأي جدال في هذا المجال، فإن الكونغرس الأمريكي قد أصدر قانون دال على ذلك أي "قانون الحرية الشاملة للانترنت" في 4 أبريل 2013 وهو يهدف إلى حماية حرية التعبير على الانترنت للمواطنين الأمريكيين ويؤكد في نفس الآن على الجانب الدولي في حماية واحترام حرية التعبير بإشارته إلى امتداد هذه الأخيرة إلى حماية حرية التعبير على الانترنت. (علي

كريمي، د س، ص ص 13-15)

الفصل الثالث

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

ولأن الدراسة لا يمكن أن تكتمل إلا بالإطار التطبيقي الذي يعتبر أهم مرحلة من مراحل البحث، ومن خلاله يمكن تحليل البيانات المتوصل إليها كمياً وكيفياً حتى نصل إلى أهم نتائج الدراسة.

تحليل الجداول كمياً وكيفياً

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرار	
59,7%	37	ذكر
40,3%	25	أنثى
100,0%	62	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة الصحفيين حسب متغير الجنس يتضح أن نسبة الإناث تقترب من نسبة الذكور وهي مقدرة بـ 59,7% ذكور و 40,3% إناث وهذا يثبت أن مهنة الصحفي لم تعد حكراً على الرجال وبإمكان المرأة اقتحامها خاصة أن المرأة استطاعت أن تكون المحببة والأفضل في بعض التخصصات كالتقديم الإذاعي والتلفزي وأكثر استحساناً من الجمهور .

الجدول رقم 02 :يمثل توزيع العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرار	
25.8%	16	29 - 24
19,4%	12	35- 30
38,7%	24	41- 36
11,3%	7	47- 42
4,8%	3	48 فأكثر
100,0%	62	المجموع

يتضح من خلال الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن أن الفئة العمرية من (36- 41) تصدرت قائمة الفئات العمرية وذلك بنسبة 38.7 % ، تلتها مباشرة الفئة العمرية (24- 29) وبنسبة تقدر 25.8 % تليها بعدها الفئة العمرية (30- 35) بنسبة 19.4 % في حين أن الفئة العمرية من (42-47) كانت نسبتها 11.3 % وأخيرا الفئة العمرية (48 سنة فما أكثر) بنسبة 4.8 %.

يمكن ملاحظة أن الفئة العمرية (36- 41) التي تصدرت الفئات العمرية هي فئة الذرى عند الصحفي فهو تخطى مرحلة الشباب والأخطاء إلى مرحلة النضج الفكري والعملية بكل جدية ومسؤولية لذلك فهي الفئة التي يمكن أن تعتمد عليها المؤسسات الإعلامية تليها مباشرة الفئة العمرية (24- 29) وهي فئة الطاقات المتجددة فالمؤسسات الإعلامية تسعى دائما للإستمرار عبر الطاقات الشبابية التي دائما ما تحمل معها الجديد من الأفكار وطرق مستحدثة لمواكبة المستجدات مع العمل على تحسين أدائها عبر الاحتكاك بالفئات العمرية ذات الخبرة ، أما الفئات العمرية المتبقية وهي اقل الفئات نسبة وهي الفئتان (42- 47) و48 فأكثر اللتان عادة تمثلان رؤساء الأقسام ورؤساء التحرير وكذا مدراء النشر وغيرهم من المناصب التي تحتاج خبرة كبيرة .

جدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي .

النسبة المئوية	التكرار	
00%	00	ثانوي
66,1%	41	جامعي
33,9%	21	دراسات عليا
100,0%	62	المجموع

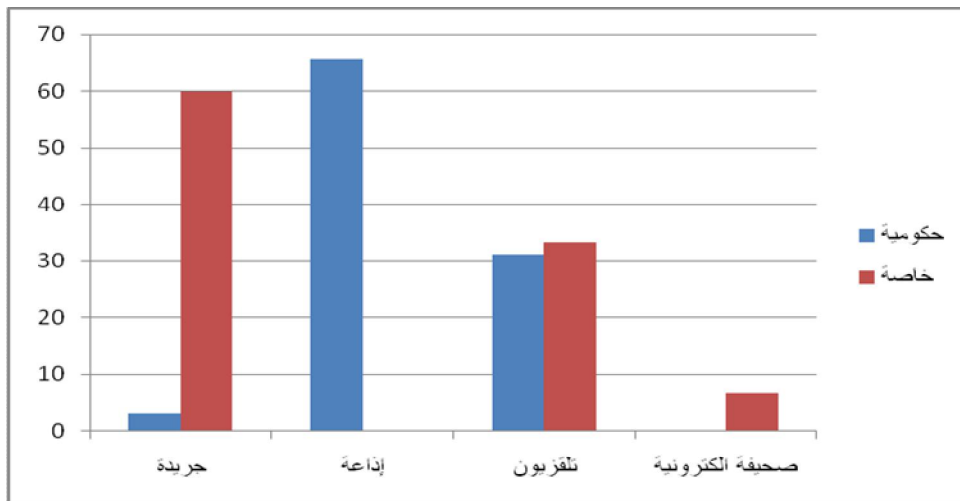
من خلال ما أظهرته المعطيات في الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي يتبين لنا أن المستوى الجامعي هو الغالب على مجمل العينة بنسبة 66.1 % في حين أن مستوى الدراسات العليا قدر بما نسبته 33.9 %، بينما المستوى الثانوي قدر بـ 00 % .

وهذا راجع لأهمية المؤهل العلمي في حياة الصحفي باعتباره يمثل الطبقة المثقفة التي يجب أن تكون ملزمة بكل الحثيات سواء ما حدث في الماضي أو ما يحدث اليوم ليستطيع التنبؤ بما يمكن أن يكون في المستقبل ويعرف ما يجب أن يكون وهذا ما يجعل المؤسسة الإعلامية تتطور من حيث الإنتاج الفكري وتواكب المؤسسات المنافسة سواء الوطنية أو العالمية كما يجبر الصحفي يبحث على الأفضل بمؤهل علمي أكبر من الجامعي وهذا ما تؤكدته النتائج على الجدول بحيث أن هناك نسبة لا بأس بها من الصحفيين الذين يملكون مستوى أكبر من الجامعي إلى الدراسات العليا وهذا ما يمنحه الأفضلية .

جدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة ونوع المؤسسة

نوع المؤسسة						
المجموع	صحافة الكترونية	تلفزيون	إذاعة	جريدة	ت	حكومية
32	0	10	21	1		
100,0%	0,0%	31,3%	65,6%	3,1%	%	
30	2	10	0	18	ت	خاصة
100,0%	6,7%	33,3%	0,0%	60,0%	%	
62	2	20	21	19		المجموع
100,0%	3,2%	32,3%	33,9%	30,6%	%	

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل توزيع العينة حسب متغير طبيعة ونوع المؤسسة وبخصوص توزيع العينة حسب نوع المؤسسة فقد كانت النسب متقاربة وذلك على التوالي 33.9 % للإذاعة، 32.3 %، 30.6 % للصحافة المكتوبة بالإضافة 3.2 % للصحافة الالكترونية والتي يمكن اعتبارها امتدادا لها وذلك أن أغلبية الصحفيين الذين يعملون في الصحافة الالكترونية هم صحفيون في الصحافة المكتوبة ويحبون أن يعرفوا بذلك، أما عن طبيعة المؤسسة فقد كانت النسب كذلك متقاربة بحيث أن عدد أفراد العينة الذين يمثلون المؤسسات الحكومية وصل إلى 32 مفردة بينما وصل عدد أفراد العينة الذين يمثلون المؤسسات الخاصة 30 مفردة وهذا ما يفيد في بحثنا ويجعل دراستنا أكثر جدية ومصداقية .



الشكل رقم (01): أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة ونوع المؤسسة

جدول رقم 05 : يمثل أفراد العينة حسب متغير الوظيفة

النسبة المئوية	التكرار	
82,3%	51	صحفي
4,8%	3	رئيس تحرير
11,3%	7	رئيس قسم
1,6%	1	مدير المؤسسة الإعلامية
100,0%	62	المجموع

وبخصوص الوظيفة وحسب ما أظهرته البيانات في الجدول أعلاه فإن 82.3 % من المبحوثين صحفيين و 11,3% رؤساء أقسام و 4.8% رؤساء تحرير و 1.6 % مدير مؤسسة .

ويمكن تفسير ذلك بالمنطقي فالأغلبية الذين يعملون في المؤسسات الإعلامية هم صحفيون في حين أن رؤساء التحرير لا يتعدون الاثنين أو ثلاثة رؤساء تحرير وكذا كذلك الأمر مع رؤساء الأقسام بينما لا يوجد إلا مدير واحد في المؤسسة بالإضافة إلى الصعوبة الوصول إليه .

جدول رقم 06 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	
16,1%	10	أقل من 5 سنوات
29,0%	18	من 5 إلى 10 سنوات
54,8%	34	10 سنوات فأكثر
100,0%	62	المجموع

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة تبعا لأقدميتهم في العمل حيث عادت المرتبة الأولى للصحفيين ذوي الاقدمية من 10 سنوات فأكثر والتي قدرت ب 54.8 % وتأتي بعدها على التوالي فئة الصحفيين ذوي أقدميه من (3 إلى 10 سنوات) بنسبة 29 % ثم تليها فئة الصحفيين ذوي الخبرة المهنية أقل من 5 سنوات بنسبة تقدر من 16.1% ويمكن تفسير هذا بأن المؤسسات الإعلامية الجزائرية تملك صحفيين ذوي خبرة كبيرة بحكم قدم وعراقة المؤسسات وقدم الصحفيين الذين تفوق خبرتهم 10 سنوات مثل التلفزيون الجزائري ...

والإذاعة الوطنية وغيرها من المؤسسات الإعلامية العريقة وهذا لا يعني أنها لا تهتم بالطاقات والمواهب الجديدة في هذا المجال فهناك نسبة لبأس بها من الصحفيين ذوي الخبرة من 5 إلى 10 سنوات وأقل من 5 سنوات وهذا يضمن الاستمرار والتجديد بأفكار وأعمال من شباب طموح هدفه التطور ومنافسة الأكبر منه خبرة.

المحور الثاني: أنماط وعادات الصحفيين في استخدام الفايسبوك في ممارسة حرية التعبير

جدول رقم 07: يمثل نسبة امتلاك الصحفيين للحساب الشخصي على الفايسبوك

النسبة المئوية	التكرار	
100,0%	62	نعم
00	00	لا
100%	62	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن لكل أفراد العينة يملكون حساب شخصي على الفايسبوك وذلك بنسبة 100%، ويمكن تفسير ذلك لأهمية الحساب الشخصي للفايسبوك بالنسبة للصحفي الجزائري سواء في حياته أو في عمله وما يملكه من مزايا تساعده على الإطلاع على كل ما هو جديد وتتبع كل ما يحدث حوله كما يمنحه مساحة خاصة بعيدا عن الرقابة وقيود العمل .

جدول رقم 08 : يمثل الاسم المستخدم من قبل الصحفيين الجزائريين على حسابهم الشخصي على الفايسبوك .

النسبة المئوية	التكرار	
85,5%	53	باسمك الشخصي
14,5%	9	اسم مستعار
100,0%	62	المجموع

يتبين من خلال الجدول النتائج المرصودة في الجدول أن أغلبية الصحفيين يستخدمون أسماءهم الشخصية بنسبة قدرت 85.5 % بينما لا تتجاوز نسبة 14.5 % من الصحفيين الذين يستخدمون اسم مستعار، ويمكن تفسير ذلك أن الصحفيين الجزائريين يفضلون الإفصاح عن أسمائهم الحقيقية قصد استخدامه

في العمل وهذا يتطلب الكشف عن الهوية لتعزيز العلاقة مع مصادرهم وزيادة الثقة بالإضافة إلى محاولة منع انتحال هوياتهم من طرف من يريد تشويه سمعتهم وكذا إظهار آرائهم وتوجهاتهم كما يساعدهم هذا من إظهار آرائهم وتوجهاتهم الحقيقية.

الجدول رقم 09: يمثل أكثر المواضيع التي يهتم بها الصحفيين الجزائريين على الفيسبوك .

النسبة المئوية	التكرار	
35,5%	55	السياسية
23,2%	36	الاجتماعية
18,7%	29	الثقافية
22,6%	35	الإعلامية
100,0%	155	المجموع

يمثل الجدول أعلاه نوعية المواضيع التي يهتم بها أفراد العينة على الفيسبوك حيث تصدرت المواضيع السياسية بنسبة قدرت 35.5% تليها مباشرة الاجتماعية بنسبة 23.2 % والإعلامية بنسبة 22.6% وأخيرا المواضيع الثقافية بنسبة 18.7% وهي نسب متقاربة .

ويمكن تفسير ذلك أن الصحفيين يستخدمون الفيسبوك في الوصول إلى الكثير من المواضيع بكل حرية وفي وقت قصير وفي أي وقت شاء بينما اهتمامهم بالمواضيع السياسية أكثر من المواضيع الأخرى فهذا راجع إلى طبيعة عمله التي تفرض عليه الاطلاع الدائم كل ما يخص السياسة لارتباطها بكل المواضيع الأخرى.

جدول رقم 10: يمثل استخدامات الصحفيين الجزائريين للفايسبوك

النسبة المئوية	التكرارات	
16,9%	31	الدردشة
30,6%	56	تصفح الأخبار
8,2%	15	تحميل الصور
23,0%	42	التعبير عن الرأي
19,7%	36	التعليق والنقاش
1,6%	3	أخرى
100,0%	183	المجموع

ومن خلال الجدول أعلاه الذي يمثل استخدامات الصحفيين الجزائريين للفايسبوك كانت اعلي نسبة لأفراد العينة الذين يستخدمونه في تصفح الأخبار ونسبة قدرت 30.6% ثم تليها التعبير عن الرأي بنسبة تقدر 23% ثم تليها التعليق والنقاش بنسبة 19.7% وبعدها الدردشة بنسبة 16.9% في حين اختار 15 صحفي فئة تحميل الصور والفيديوهات بنسبة قدرت 8.2% وجاءت نسبة 1.6% للصحفيين الذين يستثمرونه في استخدامات أخرى

ويمكن تفسير ذلك أن الصحفيين الجزائريين من أفراد العينة يستخدمون حسابهم الشخصي على الفاييسبوك في الحصول على المعلومات وتصفح الأخبار وهذا راجع إلى طبيعة العمل الصحفي الذي يقتضي السعي وراء الأخبار أينما وجدت وهذا لا يمنع أن نسبة كبيرة غير بعيدة عن النسبة الأولى من الصحفيين الذين أكدوا أنهم يستخدمون الفاييسبوك للتعبير عن آرائهم وهذا للمساحة الحرة التي يتيحها لهم هذا الفضاء .

جدول رقم 11: يمثل مدي استخدام الصحفيين الجزائريين لحسابهم الشخصي على الفايسبوك في العمل.

النسبة المئوية	التكرار	
75,8%	47	نعم
24,2%	15	لا
100,0%	62	المجموع

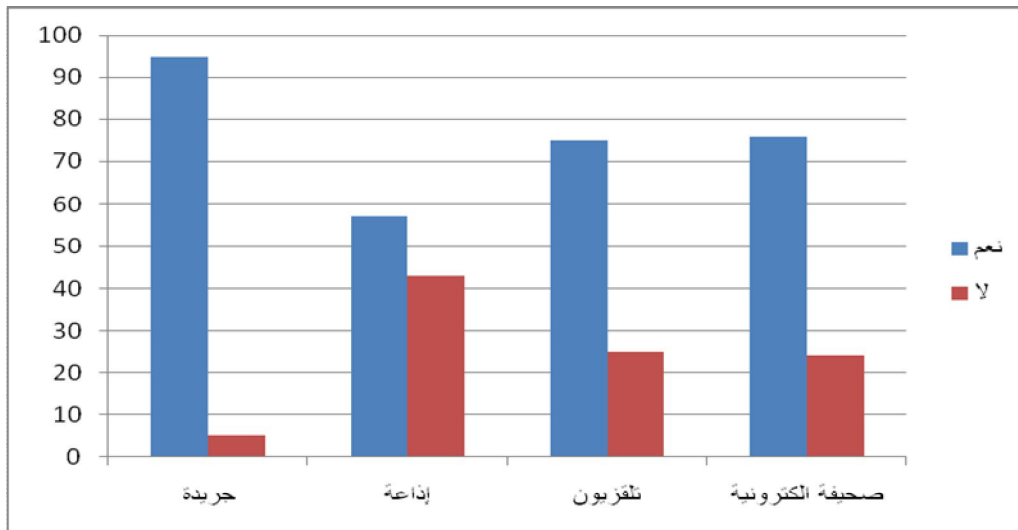
يمثل الجدول أعلاه اعتماد الصحفيين على حسابهم الشخصي على الفايسبوك في مجال عملهم ومن خلال استقراء النتائج هذا الجدول يتبين أن نسبة 75.8 % من أفراد العينة يعتمدون على الفيسبوك في عملهم بينما نسبة الذين لا يعتمدون عليه في عملهم قدرت بـ 24.2%.

جدول رقم 12 : يمثل استخدام الفايسبوك في عملهم وعلاقته بنوع مؤسسة العمل

نوع المؤسسة		جريدة		إذاعة		تلفزيون		الصحيفة الإلكترونية		المجموع	
استخدام الإعلامية الفايسبوك		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
نعم		18	94.73	12	57.14	15	75.0	2	100	47	75.8
لا		1	5.26	9	42.85	5	25	0	00	15	24.2
المجموع		19	100	21	100	20	100	2	100	62	100

من خلال النتائج على الجدول أعلاه يتبين أن صحفياً الجريدة تصدروا نسبة المستخدمين للفايسبوك في عملهم بنسبة قدرت 94.73 % في مقابل 5.26 % لا يستخدمونه، وجاء في المرتبة الثانية صحفي التلفزيون بنسبة قدرت 75 % يستخدمون الفايسبوك في عملهم بينما قدرت نسبة الذين لا يستخدمونه بـ 25 % ، تليها مباشرة الإذاعة بنسبة 57.24 % في مقابل 42.85 % من الصحفيين الذين لا يستخدمون الفايسبوك في عملهم في الإذاعة.

ومن خلال هذه النتائج يتبين انه رغم احتياجات كل مؤسسة ،بحكم خصوصية كل منها إلا أن جميعهم لهم توجه نحو الفايسبوك وبدرجات متفاوتة تصدرها الجريدة، فالتلفزيون ، وأخيراً الإذاعة.



الشكل رقم (02): أعمدة بيانية يمثل استخدام الفيسبوك في عملهم وعلاقته بنوع مؤسسة العمل

جدول رقم 13 : يمثل استخدام الصحفيين للفيسبوك في عملهم وعلاقته بالخبرة المهنية

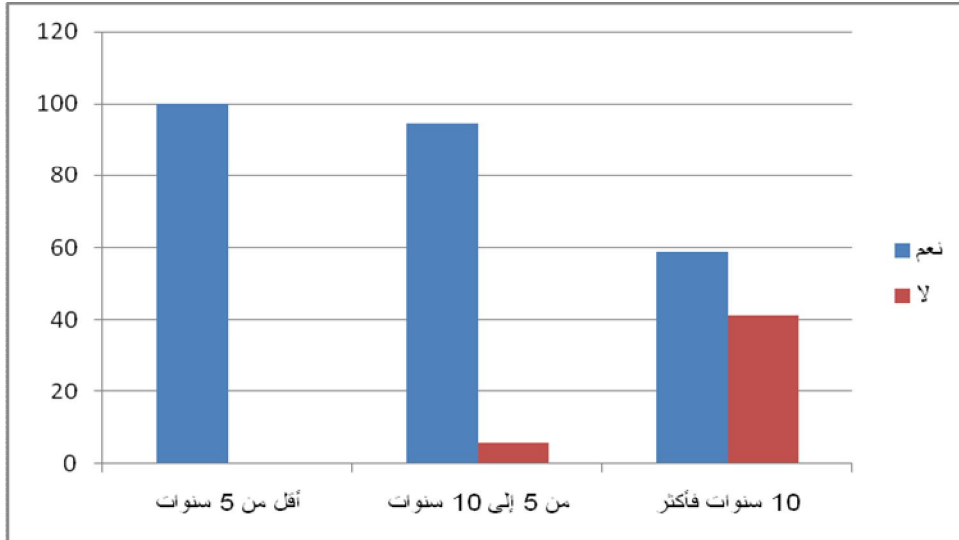
الخبرة		أقل من 5 سنوات		من 5 إلى 10 سنوات		10 سنوات فأكثر		المجموع
استخدام المهنية								
الفيسبوك								
ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	
10	100	17	94.44	20	58.82	47	75.8	نعم
0	00	1	5.55	14	41.17	15	24.2	لا
10	100	18	100	94	100	62	100	المجموع

ويتضح من خلال الجدول أعلاه أن الصحفيين ذوي الخبرة اقل من 5 سنوات هم الأكثر اعتمادا على الفيسبوك في عملهم بنسبة تصل إلى 100% وهذا راجع إلى كونهم يشكلون فئة المبتدئين أي أنهم صحفيون لا يزالون في طور البحث والفيسبوك مع المساحة التي يوفرها لهم يمكن أن تكون البديل يمكن أن تكون البديل لهم لتغطية نقص خبرتهم في المجال ويوفر عليهم عناء البحث عن مصادر للأخبار كما يمكن إظهار قدراته الصحفية عبر صفحات الفيسبوك .

كما أن الصحفيين ذوي خبرة (من 5 سنوات الى 10 سنوات) يستخدمون الفيسبوك في عملهم بنسبة تصل إلى 94.44% وهي نسبة وهذا لما يمكن أن يوفره الفيسبوك لهم من معلومات وأخبار وغيرها من خدمات لصالح عملهم الصحفي أما نسبة الذين لا يستخدمون الفيسبوك في هذه الفئة فهي تقدر بـ 5.55% وهي ضئيلة جدا

بينما تقل النسبة في الفئة ذات الخبرة (10 سنوات فأكثر) والتي تصل إلى 58.82% مقارنة بالفئتين السابقتين ولكن هذا لا يمنع أنهم يمثلون النسبة الأكبر مقارنة بالذين لا يستخدمون الفيسبوك في عملهم والتي وصلت نسبتهم إلى 41.17% وهذا يدل على أن الفيسبوك أصبح ضرورة لا بد منها والمساحة المتاحة عليه باتت تغري الصحفيين ولو كانوا ذو خبرة كبيرة أما الذين يرفضون استخدام الفيسبوك في عملهم وهذا

راجع إلى عدم درايتهم به وهم الصحفيين المحافظين ومتعصبين للطرق التقليدية ويرون أن الفايسبوك لا ضرورة منه ولا .



الشكل رقم (03): شكل بياني يمثل استخدام الفايسبوك في عملهم وعلاقته بالخبرة المهنية

جدول رقم 14: يمثل مدى استخدام الصحفيين الجزائريين الفايسبوك في نشر الأخبار والمعلومات .

النسبة المئوية	التكرار	
8,1	5	أبدا
17,7	11	نادرا
54,8	34	أحيانا
19,4	12	دائما
100,0	62	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إمكانية استخدام الفايسبوك في نشر الأخبار من قبل أفراد

العينة أن ما نسبته 54.8% يستخدمونه أحيانا لنشر الأخبار والمعلومات في حين أن نسبة 19.4%

يستخدمونه دائما ثم 17.1% يستخدمونه نادرا يليها نسبة 8.1% لا يستخدمونه أبدا .

يمكن تفسير ذلك أن المساحة المفتوحة أمام الصحفي تتيح له نشر مختلف الأخبار دون اعتبار للتوجه

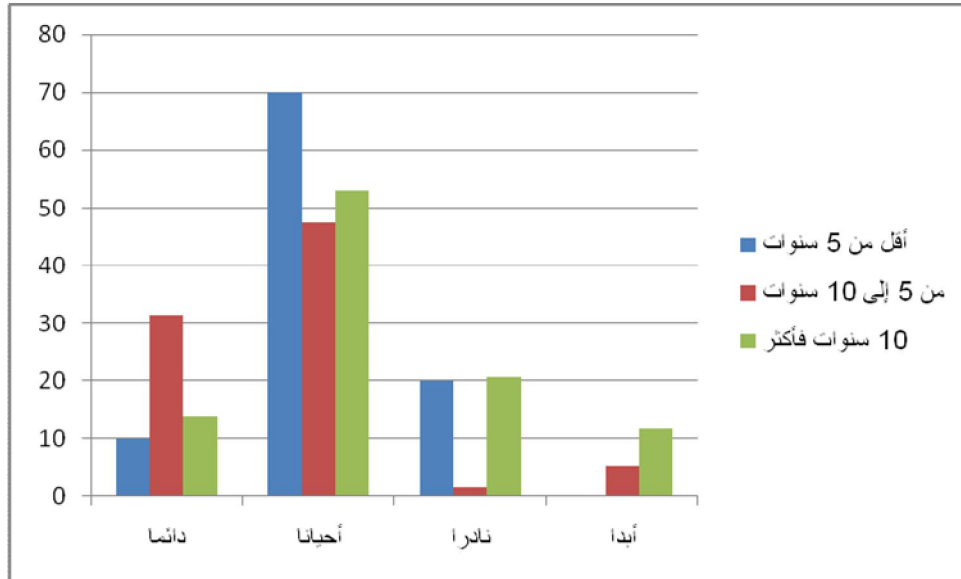
السياسي الذي يحول دون ذلك في المؤسسات التي يعملون بها .

جدول رقم 15 : يمثل استخدام الصحفيين الجزائريين الفايسبوك في نشر الأخبار والمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية .

المجموع		10 سنوات فأكثر		من 5 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الخبرة نشر المهنية الأخبار
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
19.4	12	14.0	5	31.57	6	10	1	
54.8	34	52.94	18	47.36	9	70	7	دائما
17.7	11	20.58	7	10.52	2	20	2	أحيانا
8.1	5	11.76	4	5.26	1	00	0	نادرا
100	62	100	34	100	19	100	10	أبدا
								المجموع

يتبين من خلال الجدول أن الفئة ذو الخبرة (أقل من 5 سنوات) تستخدم الفايسبوك في نشر المعلومات أحيانا بنسبة تصل إلى 70% وهذا بحثا منهم عن موقع لهم على صفحات الفايسبوك لكسب جمهور وإظهار مواهبهم الصحفية ، أما الفئة ذو الخبرة (من 5 الى 10 سنوات) فهي التي تنشر الأخبار والمعلومات على الفايسبوك أحيانا بنسبة 47.36% ودائما بنسبة 31.57% وتقارب بين النسبتين أي أن هناك فئة معتبرة من الصحفيين الذين ينشرون على الفايسبوك دائما ويمكن تفسير ذلك إلى أن هته الفئة من الصحفيين التي تعمل على المحافظة على اسمها الذي صنعتته في المؤسسة التي تعمل بها عن طريق نشر اعمالها والأخبار التي تراها مناسبة لجمهورها عبر صفحات الفايسبوك لتبقي التواصل بينهما دون قيود يمكن تحول دون ذلك .

أما الفئة ذات الخبرة (من 10 سنوات فأكثر) فهي تستخدم الفايسبوك في نشر أعمالها والمعلومات أحيانا بنسبة 52.94% في حين أن نسبة 14.70% يستخدمونه بصفة دائمة وهذا يوضح إدراك هذه الفئة لما يمكن أن يقدمه الفايسبوك في عملهم كصحفيين وبضرورة مواكبة هذا التطور الحال في العمل الصحفي .



الشكل رقم (04): يمثل استخدام الصحفيين الجزائريين الفايسبوك في نشر الأخبار والمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية

جدول رقم 16: يمثل مدى استخدام الصحفيين الجزائريين للفيسبوك كمصدر للمعلومات.

النسبة المئوية	التكرار	
6,5	4	أبدا
14,5	9	نادرا
74,2	46	أحيانا
4,8	3	دائما
100,0	62	المجموع

يبين هذا الجدول إمكانية استخدام أفراد العينة كمصدر للمعلومات وأظهرت النتائج أن نسبة 74.2% من أفراد العينة أحيانا ما يستخدمونها كمصدر للمعلومات في عملهم في حين أن نسبة 14.5% يستخدمونها نادرا أما نسبة 6.5% فهم لا يستخدمونه أبدا كمصدر للمعلومات وجاءت نسبة 4.8% تعبر عن الذين يستخدمونه دائما .

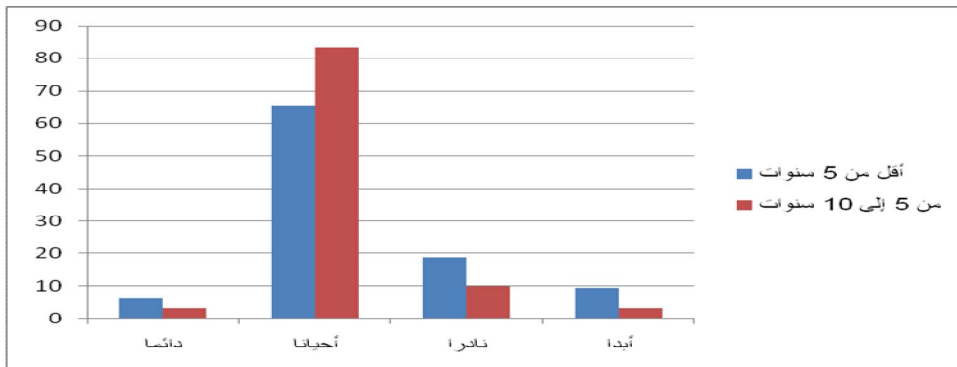
ويمكن تفسير أن أغلبية الصحفيين الجزائريين يلجؤون للفيسبوك من أجل الحصول على الأخبار ولو أحيانا على الرغم من وجود مصادر أخرى وهذا راجع للحيز الكبير الذي تتسم به الفيسبوك الذي يمكن لأي

أحد من الوصول إلى المعلومات والتصريح بها دون قيود تمنعه من ذلك وفي وقت قصير وسريع مما يضطر الصحفي على مواكبته أو أنه سيخسر السبق الصحفي، أما عن الذين لا يستخدمونه أبدا فهو لعدم ثقتهم في ما ينشر على الفيسبوك من اختيار ومعلومات وهم فئة قليلة ولا يمثلون سوى 14.5 من الصحفيين الجزائريين.

جدول رقم 17: يمثل استخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير طبيعة بمؤسسة العمل .

طبيعة مصدر المؤسسة المعلومات	خاصة		حكومية		المجموع	
	ت	%	ت	%	ت	%
دائما	2	6.25	1	3.33	3	4.8
أحيانا	21	65.62	25	83.33	46	74.2
نادرا	6	18.75	3	10	9	14.5
أبدا	3	9.37	1	3.33	4	6.5
المجموع	32	100	30	100	62	100

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن صحفي القطاع الحكومي يستخدمون الفيسبوك كمصدر للمعلومات أحيانا بنسبة قدرت بـ 83.33% في حين يستخدمه صحفي القطاع الخاص بنسبة 65.62%، وهذا يؤكد أن كلا القطاعين أحيانا ما يستخدمون الفيسبوك كمصدر للمعلومات في حالة عدم وجود مصادر كافية يتم اللجوء إليه والذي يصبح لا مفر منه .

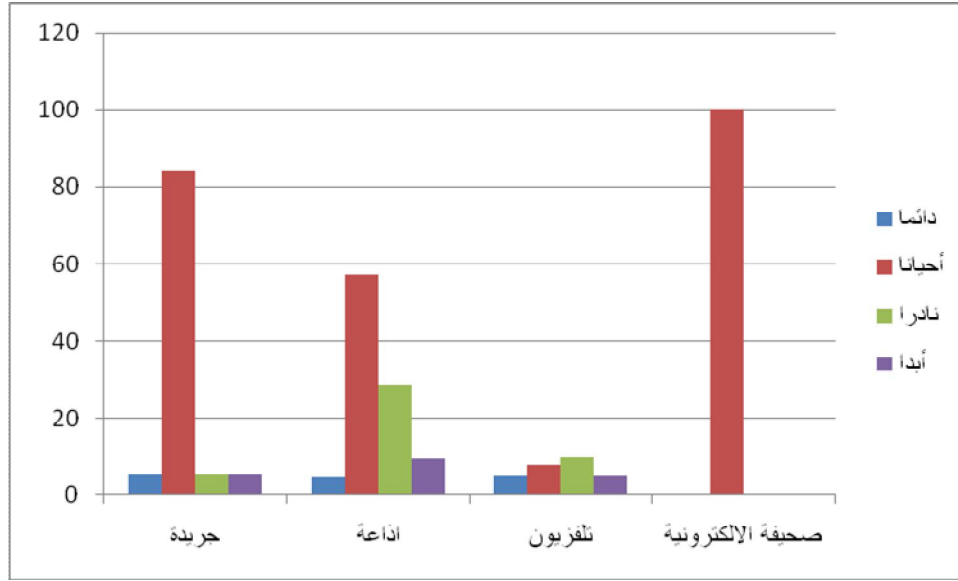


الشكل رقم (05): يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير طبيعة بمؤسسة العمل .

جدول رقم 18 : يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير نوع مؤسسة العمل .

نوع نشر المؤسسة		جريدة		إذاعة		تلفزيون		الصحيفة الالكترونية		المجموع	
الأخبار		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
دائما		1	5.26	1	4.76	1	5	0	0	3	4.8
أحيانا		16	84.21	12	57.14	16	80	2	100	46	74.2
نادرا		1	5.26	6	28.57	2	10	0	0	9	14.5
أبدا		1	5.26	2	9.52	1	5	0	0	4	6.5
المجموع		19	100	21	100	20	100	2	100	62	100

يتبين من خلال الجدول أن صحفيو الجريدة يستخدمون الفاييسبوك كمصدر للمعلومات أحيانا بنسبة 84.21 % وهي يستخدمون الفاييسبوك بالإضافة إلى مصادرهم الأخرى للحصول عن المعلومات وهذا يوضح أن الفاييسبوك لا يقل أهمية عن مصادر الأخبار الأخرى، يليها مباشرة التلفزيون بنسبة 80 % ليأتي بعدها الإذاعة والتي وصلت إلى 57.14 % ، وهي نسب معتبرة توضح أن صحفي جميع القطاعات الثلاث تستخدم الفاييسبوك كمصدر للمعلومات أحيانا ونسب معتبرة تؤكد أن الفاييسبوك لا يقل أهمية عن باقي مصادر الأخبار والمعلومات الأخرى كما لأنه استطاع أن يفرض خدماته على جميع قطاعات الإعلام على اختلافها لسرعة في تناول الأخبار ونشرها والوصول إليها.



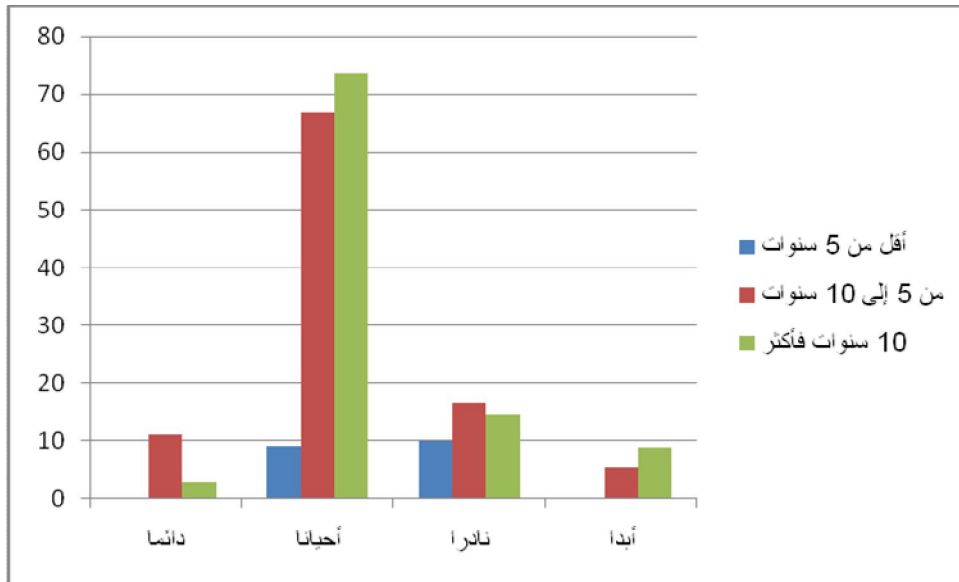
الشكل رقم (06): يمثل استخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير نوع مؤسسة العمل

جدول رقم 19 : يمثل استخدام الصحفيين للفيسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية.

المجموع		10 سنوات فأكثر		من 5 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الخبرة
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	مصدر المهنية للمعلومات
4.8	3	2.94	1	11.11	2	00	0	دائما
74.2	46	73.52	25	66.66	12	90	9	أحيانا
14.5	9	14.7	5	16.66	3	10	1	نادرا
6.5	4	8.82	3	5.55	1	00	0	أبدا
100	62	100	34	100	18	100	10	المجموع

من خلال الجدول أعلاه من نسب وتكرارات فإن فئة ذات الخبر (أقل من 5 سنوات) هي الأكثر اعتمادا على الفيسبوك كمصدر للمعلومات أحيانا بنسبة 90 % وهذا راجع إلى قلة خبرتها التي بضرورة تؤكد على قلة مصادرهم مما يجعلهم يلجؤون إلى الفيسبوك للحصول على الأخبار، أما عن الفئة (من 5 سنوات

إلى 10 سنوات) فهم ذو خبرة لا بأس بها يستخدمون الفايسبوك كمصدر للمعلومات أحيانا بنسبة 66.66 % بالإضافة إلى مصادرهم التي جمعوها بفضل خبرتهم في مجال وتمرسهم في العمل الإعلامي كما أن هناك صحفيون يعتمدون على الفايسبوك كمصدر للمعلومات بصفة دائمة ونسبة وصلت إلى 11.11 % هذا يدل أنها فئة تسعى إلى المحافظة على مراكزهم في الريادة في ظل المنافسة وكذا المحافظة على الجمهور والتوصل معهم دون قيد، أما عن الفئة ذات الخبرة (من 10 سنوات فأكثر) فهي تستخدم الفايسبوك كمصدر للمعلومات بنسبة 73.52% أحيانا وهذا على الرغم من خبرتهم الطويلة في المجال إلا أن الفايسبوك فرض عليهم لأجل تحقيق السبق ومتابعة الأخبار عن اختلافها والتي يمكن أحيانا لمصادرهم أن تصل إليها وهذا بفضل مساحة الحرية التي تجعل أي أحد قادر على أن يكون مصدرا للأخبار التي يمكن أن تمنع في النشر في المؤسسات الإعلامية .



الشكل رقم 07 : يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية.

جدول رقم 20 :يمثل مدى اهتمام الصحفيين الجزائريين بالتعليق على منشورات زملائهم .

النسبة المئوية	التكرار	
11,3	7	نادرا
71,0	44	أحيانا
17,7	11	دائما
100,0	62	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل اهتمام الصحفيين الجزائريين بالتعليق على منشورات زملائهم في المهنة على الفايسبوك أن أغلبية الصحفيين يتبادلون التعليق فيما بينهم على منشورات بعضهم أحيانا بنسبة قدرت 71.0 % ودائما بنسبة 17.7 بالمئة ونادرا بنسبة قدرت 11.3 بالمئة .

ويمكن تفسير ذلك أن أغلبية الصحفيين مهتمين بتعليقات زملائهم في المهنة لما يمكن أن يشكله من أهمية بالنسبة لما ينشر من مواضيع وآراء على الفايسبوك خاصة إذا كان التعليق من قبل صحفيين ذوي الخبرة كما يزيد من المنافسة بينهم .

جدول رقم 21 :يمثل مدى تفاعل الصحفيين الجزائريين مع تعليقات الجمهور حول منشوراتهم .

النسبة المئوية	التكرار	
1,6	1	أبدا
12,9	8	نادرا
45,2	28	أحيانا
40,3	25	دائما
100,0	62	المجموع

من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل إلى أي مدى ممكن أن يتفاعل أفراد العينة مع تعليقات الجمهور حول منشوراتهم يتضح من ما نسبته 45.2 % يتفاعلون أحيانا مع الجمهور حول منشوراتهم في حين أن ما نسبته 40.3 % يتفاعلون دائما، يليها نسبة 12.9% نادرا وأخيرا نسبة 1.6 % أبدا .

ويمكن تفسير ذلك إلى اهتمام الصحفيين بآراء وتعليقات الجمهور حول منشوراتهم التي هدفها الأول تنوير وإرضاء الجمهور كما أنهم يحاولون الإبقاء على التواصل مع جمهورهم المتبعين لمنشوراتهم وهذا تم بفضل المساحة المتاحة على الفايسبوك التي تجمع الصحفي بالقراء دون قيود أو عوائق .

المحور الثالث :دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير على موقع الفايسبوك.

جدول رقم 22 : يمثل تقييم وضعية الفايسبوك في حياة الصحفي الجزائري.

النسبة المئوية	التكرار	
25,8	16	غير ضروري
67,7	42	ضرورية
6,5	4	ضرورية جدا
100,0	62	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 67.1 % أكدوا على ضرورة وجود الفايسبوك في حياتهم كصحفيين في المقابل هناك من يرى أنه غير ضروري ونسبة قدرت ب 25.8 % كما أن هناك نسبة 6,5 % من يراه ضروري جدا في حياته كصحفي ويمكن أن يعود السبب للخدمات التي يقدمها الحساب الشخصي على الفيسبوك للعمل الصحفي حيث يلجأ إليه في الحصول على الأخبار والمعلومات والتفاعل مع الجمهور بكل حرية بعيدا قيود الرقابة الإدارية في المؤسسات الإعلامية

جدول رقم 23 :يمثل مدى اعتبار الصحفيين الجزائريين الفايسبوك منبرا حرا للتعبير عن آرائهم نحو قضايا مختلفة .

النسبة المئوية	التكرار	
83,9	52	نعم
16,1	10	لا
100,0	62	المجموع

تبين من خلال الجدول أن ما نسبته 83.9 % يعتبرون الفايسبوك منبرا حرا للتعبير عن آرائهم نحو القضايا المختلفة في المقابل 16.1 % لا يعتبرونه كذلك ، ومنه فإن أغلبية الصحفيين يعتبرون الفايسبوك منبرا حرا للتعبير عن آرائهم وأفكارهم نحو القضايا المختلفة وذلك راجع للمساحة المتاحة لهم التي يمكن من خلالها طرح القضايا المختلفة مهما كانت حساسيتها لعدم وجود قيود أو توجه سياسي يمنع ذلك.

جدول رقم 24 يمثل إمكانية نشر موضوع على الفيسبوك منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها .

النسبة المئوية	التكرار	
37,1	23	نعم
62,9	39	لا
100,0	62	المجموع

يمثل الجدول أعلاه إمكانية نشر موضوع ما على الفيسبوك في حالة منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها وعند استقراءنا للجدول تبين أن 62.9 % من أفراد العينة أجابوا بلا لم يسبق لهم أن نشروا موضوعا على الفيسبوك منعوا من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها ولكن هذا لم يمنع من وجود من أجابوا بنعم وذلك بنسبة قدرت ب 37.1 % كانت لهم تجربة نشر مواضيع على الفيسبوك منعوا من تناولها في المؤسسات التي يعملون بها .

جدول رقم 25: يمثل إمكانية نشر موضوع على الفيسبوك منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها وعلاقته بالخبرة المهنية .

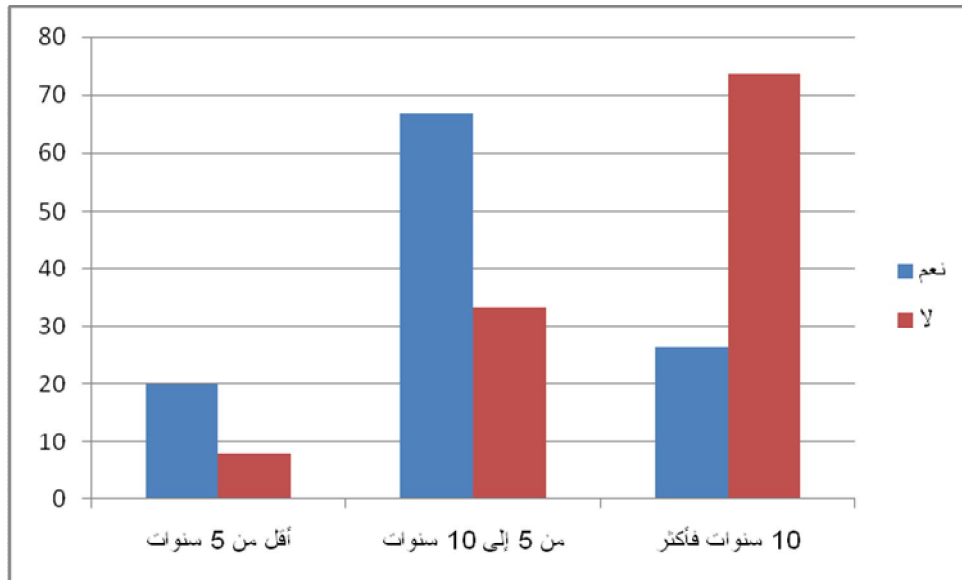
المجموع		10 سنوات فأكثر		من 5 إلى 10 سنوات		أقل من 5 سنوات		الخبرة المهنية
%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	إمكانية نشر الموضوع
37.1	23	26.47	9	66.66	12	20	2	نعم
62.9	39	73.52	25	33.33	6	80	8	لا
100	62	100	34	100	18	100	10	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الفئة ذات الخبرة (الأقل من 5 سنوات) لم يكن لغالبية صحفييها تجربة نشر موضوعا على الفيسبوك منعوا من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعملون بها وبنسبة 80 %

وهذا راجع إلى قلة خبرتهم وخوفهم من تبعات ذلك على عملهم وحرمانهم على إرضاء رؤسائهم، ولكن هذا لم يمنع ان هناك نسبة 20 % كانت لها هذه التجربة في محاولة لإظهار قدراتها بعد أن منعت من إظهارها في مؤسسة العمل رغم صحتها بسبب توجهها السياسي .

والملفت من بين الفئات هي الفئة ذات الخبرة من 5 الى 10 سنوات حيث أنهم أجاب ما نسبته 66.66 % بنعم كان لهم تجربة نشر أعمالهم على الفايسبوك بعد أن منعوا من تناولها في المؤسسات التي يعملون بها ، وهذا يعني أنهم أدركوا أهمية الفايسبوك والفضاء المفتوح أمامهم في نشر ما لم يجرؤ على نشره في مؤسسات عملهم للمحافظة على مصداقيتهم وزيادة وريادتهم في المجال الإعلامي وللحفاظ على ثقة جمهورهم بهم.

بينما الذين أجابوا بلا قدرت نسبته ب33.33 وهي نسبة تعبر عن الصحفيين الذين لا يزالون يحاولون الحفاظ على أماكنهم في مؤسساتهم بغض النظر عن القيود التي تربطهم هناك، أما الصحفيين الذين يمثلون الفئة ذات الخبرة (10 سنوات فأكثر فقد أجابوا بلا ونسبة 73.52 % في حين أجاب 26.47 % بنعم وهذا يعني أن هناك نسبة من الصحفيين ذو خبرة كبيرة لديهم توجه نحو حرية التعبير على الفايسبوك .



الشكل رقم 08 : يمثل إمكانية نشر موضوع على الفيسبوك منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها وعلاقته بالخبرة المهنية .

جدول رقم 26 : يمثل سبب لجوء الصحفيين الجزائريين إلى النشر على الفايسبوك المواضيع التي منعوا من تناولها في المؤسسة الإعلامية مكان العمل .

النسبة المئوية	التكرار	
65,4%	17	تنافيه مع السياسة
34,6%	9	وجود مساحة
100,0%	26	المجموع

وقد أظهرت النتائج من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 65.4 % أن السبب وراء ذلك هو تنافيه مع السياسة التحريرية للمؤسسة في حين أن نسبة 34.6 % يرون أن السبب هو وجود مساحة حرية أفضل على الفايسبوك .

المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على الفايسبوك .

الجدول 27: يمثل اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على الفايسبوك .

الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المقياس					المؤشرات	
			موافق بشدة	موافق	محايد	معارض	معارض بشدة		
3	0.865	4.15	23	29	7	2	1	ت	العبارة 01
			37.1	46.8	11.3	3.2	1.6	%	
5	0.735	4.02	13	40	7	1	1	ت	العبارة 02
			21	64.5	11.3	1.6	1.6	%	
1	0.477	4.34	21	41	00	00	00	ت	العبارة 03
			33.9	66.1	00	00	00	%	
4	0.798	4.05	18	32	9	3	00	ت	العبارة 04
			29	51.6	14.5	4.8	00	%	
2	0.710	4.21	22	31	7	2	00	ت	العبارة 05
			35.5	50	11.3	3.2	00	%	
6	0.868	4.00	17	33	8	3	1	ت	العبارة 06
			27.4	53.2	12.9	4.8	1.6	%	
7	0.886	3.97	18	29	10	5	0	ت	العبارة 07
			29	46.8	16.1	8.1	00	%	
9	1.016	3.87	18	26	12	4	2	ت	العبارة 08
			29	41.9	19.4	6.5	3.2	%	

13	1.075	3.37	10	18	22	9	3	ت	العبارة 09
			16.1	29	35.5	14.5	4.8	%	
12	0.998	3.61	10	30	11	10	1	ت	العبارة 10
			16.1	48.4	17.7	16.1	1.6	%	
10	0.864	3.68	7	35	15	3	2	ت	العبارة 11
			11.3	56.5	24.2	4.8	3.2	%	
8	0.827	3.94	14	34	11	2	1	ت	العبارة 12
			22.6	54.8	17.7	3.2	1.6	%	
11	1.113	3.68	10	30	9	6	4	ت	العبارة 13
			21	48.4	14.5	9.7	6.5	%	
14	1.108	2.60	3	11	16	22	10	ت	العبارة 14
			4.8	17.7	25.8	35.5	16.1	%	
15	1.011	2.27	2	4	18	23	15	ت	العبارة 15
			3.2	6.5	29	37.1	24.2	%	
17	1.046	1.80	2	3	7	18	32	ت	العبارة 16
			3.2	4.8	11.6	29	51.6	%	
16	1.135	2.08	2	6	12	17	25	ت	العبارة 17
			3.2	9.7	19.4	27.4	40.3	%	
موافق	0.4788	3.5096	الدرجة الكلية للمقياس						

تشير البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن المتوسطات الحسابية لتصورات الصحفيين نحو مؤشرات حرية التعبير على الفيسبوك، قد جاء مستوى درجات عباراتها لتصور أفراد المجتمع، وجدنا أن هناك إيجابيات على

عبارات من أهم فقرات هذا الاستبيان عبرت لنا عن الواقع الحقيقي لتوجه الصحفيين نحو حرية التعبير على الفاييسبوك حيث نجد العبارات رقم (03، 05) مرتفعة، أما العبارات (01، 02، 04، 06، 07، 08، 10، 11، 12، 13، 14، 15، 16، 17) كانت تصوراتهم متوسطة أمل العبارات (14، 15، 16، 17) هي كانت بمستوى منخفض

كما يشير الجدول إلى أن العبارة (03) التي تنص على "أنا حر في تبادل الآراء مع صحفيين آخرين حول قضايا مختلفة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.34) وانحراف معياري (0.477) وهي تقع في المجال موافق بشدة، بينما احتلت العبارة (05) التي تقول "أنا حر في إرسال التعليقات والتعقيب عليها" في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (4.21) وانحراف معياري (0.710) وهي تقع في مجال موافق بشدة

وجاءت العبارة (01) "اعبر عن رأي وأفكاري بكل حرية على حسابي الخاص على الفاييسبوك" المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (4.15) وانحراف معياري (0.865) وهي تقع في المجال موافق، أما العبارة (04) "أفاعل بكل عفوية مع جمهور القراء ودون قيود أو حواجز" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (4.05) وانحراف معياري (0.789) وهي تقع في المجال موافق.

بينما احتلت العبارة (02) "الحرية في الحصول على المعلومات والأخبار" المرتبة الخامسة، بمتوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.735) وهي تقع في المجال موافق، والعبارة (06) "أشارك أعمال الصحفية مع القراء بكل حرية" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (0.868) وهي تقع في المجال موافق، بينما العبارة (07) "أنا حر في نشر المعلومات والأخبار" احتلت المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3.97) وانحراف معياري (0.886) وتقع في المجال موافق، وأما العبارة (12) "تسمح حرية التعبير المتاحة على الفاييسبوك للصحفي لفت انتباه الرأي العام إلى قضايا تهمه" جاءت في المرتبة الثامنة بمتوسط حسابي (3.94) وانحراف معياري (0.827) وتقع في المجال موافق، بينما احتلت العبارة (08) "أحمل وأشاهد الصور والفيديوهات في أي وقت" المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (3.87) وانحراف معياري (1.016) وهي تقع في المجال موافق، تأتي العبارة (11) "تساهم الحرية المتاحة على الفاييسبوك على خلق تجانس وتوافق بين الصحفيين حول قضايا معينة" في المرتبة العاشرة بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (0.864) وهي تقع في المجال موافق.

كما احتلت العبارة (13) "تعطي حية التعبير المتاحة على الفاييسبوك مجالا أكبر للإبداع أمام الصحفي في الرتبة الحادية عشر بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (1.113) وهي تقع في المجال موافق، كما جاءت العبارة 10 "الحرية في الحصول على مصادر الأخبار وسهولة الوصول إليها احتلت المرتبة

الثانية عشر بمتوسط حسابي (3.61) وانحراف معياري (0.998) وهي تقع في المجال موافق، بينما العبارة (09) "ساعدني الفضاء الحر على الفايسبوك في بناء عالمي المهني الخاص من خلال إبراز شخصيتي وميولاتي وكتاباتي ومقالاتي الصحفية" احتلت المرتبة الثالثة عشر بمتوسط حسابي (3.37) وانحراف معياري (1.075) وتقع في المجال محايد، أما العبارة 14 "اعتمد على المعلومات والأخبار التي أجدها في الفايسبوك في كتابة المواضيع التي انشرها" احتلت المرتبة الرابعة عشر بمتوسط حسابي (2.60) وانحراف معياري (1.011) وتقع في المجال محايد، هذا وكانت العبارة (15) "اعتبر المعلومات والأخبار التي احصل عليها من الفايسبوك ذات مصداقية" المرتبة الخامسة عشر بمتوسط حسابي (2.27) وانحراف معياري (1.011) وهي تقع في المجال معارض، أما العبارة (17) "أقوم بإعادة نشر وبث المعلومات التي أجدها في الفايسبوك في وسيلة الإعلام التي اعمل بها" التي احتلت المرتبة السادسة عشر بمتوسط حسابي (2.08) وانحراف معياري (1.135) وهي تقع في المجال معارض، وفي الأخير احتلت العبارة (16) "أقوم بإعادة نشر وبث المعلومات التي أجدها في الفايسبوك على صفحتي دون التأكد منها" في المرتبة السابعة عشر بمتوسط حسابي (1.8) وانحراف معياري (1.135) وهي تقع في المجال معارض.

وقد كانت الدرجة الكلية للمحور بدرجة موافق حيث كان المتوسط الحسابي بقيمة (3.5096) بانحراف معياري (0.4788)

ويمكن تفسير النتائج المتوصل إليها من خلال الجدول أعلاه أن الفضاء الحر الذي أتاحه الفايسبوك والذي لا يخضع لأي قيود ولا توجهات سياسية يمكن أن تعيق العمل الصحفي وتمنحه فضاء واسعاً للحرية اكسب الصحفي الثقة من أجل التعبير عن رأيه بكل حرية ودون تحفظ لأي جهة معينة وكذا الحصول على المعلومات والأخبار في أي وقت دون قيد كما أنه سهل للصحفي التواصل مع جمهوره والتفاعل معهم عبر مشاركته أعماله معهم .

كما أن أغلبية الصحفيين أكدت أن الفضاء الحر أو المساحة الواسعة على الفايسبوك ساعدت الصحفي على بناء جسور توافق وتجانس بين زملائه في المهنة حول قضايا معينة وكذا لفت الرأي العام لها وهذا بفضل التواصل الغير مشروط وحرية الحوار والمناقشة التي أتاحتها هذا الفضاء الذي كذا لك فتح المجال أمام الصحفي للإبداع وإظهار مواهبه في مجاله

بينما نجد في المقابل أن الصحفي لا يعتبر المعلومات التي يحصل عليها من الفايسبوك ذات مصداقية لعدم وجود قيود أو ضوابط يمكن أن تؤكد مصداقيتها مما يبقي الصحفي في شك يجعله يتأكد من الأخبار قبل تناولها في مؤسسة عمله

المحور الخامس: مدى التزام الصحفيين بالقواعد الأخلاقية والقانونية في ممارسة حرية التعبير على الفايسبوك

جدول رقم 28: يمثل تقييم الصحفيين الجزائريين لحرية التعبير التي يتمتع بها على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)

النسبة المئوية	التكرار	
53,2	33	حرية مطلقة
43,5	27	حرية محدودة
1,6	1	لا اعرف
1,6	1	أخرى
100,0	62	المجموع

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 53.2 % من أفراد العينة يرون أن الحرية التي يتمتع بها الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي حرية مطلقة في حين أن نسبة 43.5 % يرون أنها حرية محدودة بينما أن هناك نسبة ضئيلة جدا قدرت نسبته 1.6 % لا تتمتع بالحرية، ومن هنا فان أغلبية الصحفيين يرون أن الحرية التي يتمتع بها الصحفي الجزائري حرية مطلقة وذلك لعدم وجود رادع أو قيود يكن تحد من هاته الحرية.

جدول رقم 29: يمثل إمكانية وجود قواعد أخلاقية وقانونية يجب أن يلتزم بها الصحفي الجزائري أثناء ممارسته حرية التعبير على الفايسبوك.

النسبة المئوية	التكرار	
82,3	51	نعم
17,7	11	لا
100,0	62	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إمكانية وجود ضوابط أخلاقية وقانونية يجب أن يلتزم بها الصحفي في ممارسته حرية التعبير على الفايسبوك وقد أجاب ما نسبته 82.3 % من أفراد العينة بنعم في حين أجاب 17.7 %

بـ لا أي عدم وجود ضوابط أخلاقية وقانونية يجب أن يلتزم بها الصحفي في ممارسته حرية التعبير على الفايسبوك .

ويمكن تفسير ذلك بالنسبة للمجيبين بلا لوجود هامش من الحرية أمام الصحفي على الفايسبوك يمكنه من كتابة أي شيء يمكن أن يتنافى مع الأخلاق.

جدول رقم 30: يمثل طبيعة الضوابط التي يجب أن يحترمها الصحفي الجزائري في ممارسته لحرية التعبير على الفايسبوك .

النسبة المئوية	التكرار	
27,9%	19	قانونية
72,1%	49	أخلاقية
100,0%	68	المجموع

يوضح الجدول أعلاه طبيعة الضوابط التي يجب أن يحترمها أفراد العينة في ممارسة حرية التعبير على الفايسبوك، وقد أجاب 49 صحفي من أصل 68 إجابة بأن المعايير الأخلاقية هي التي ينبغي للصحفي احترامها بنسبة تقدر 72.1 % في حين أن ما نسبته 27.9 % من أفراد العينة يرون أن الضوابط التي يجب أن يحترمها الصحفي هي القانونية، ويمكن تفسير ذلك باعتبار أن القوانين في الجزائر التي تضبط العمل على الفايسبوك قليلة جدا ولا تتعدى الخمس أو الست مواد وهذا يجعل المجال مفتوحا أمام الصحفي وأمام خيار الأخلاق إن أراد احترام العمل الصحفي على الفايسبوك وتطبيق المبادئ المتعارف عليها في الساحة الإعلامية.

جدول رقم 31: يمثل مدى توافق ما ينشره الصحفي على الفايسبوك مع المعايير المهنية في ظل المساحة المتاحة في هذا القضاء

النسبة المئوية	التكرار	
46,8	29	نعم
53,2	33	لا
100,0	62	المجموع

وقد اتضح من خلال الجدول أعلاه الذي يمثل مدى توافق ما ينشره الصحفي على الفايسبوك مع المعايير المهنية أن 53.2 % من أفراد العينة أجابوا بلا في المقابل أجاب ما نسبته 46.8 % أجابوا بنعم ويمكن تفسير ذلك انه وكما ذكرنا سابقا أن مجال الفايسبوك مفتوح تدون قيود تضبطه مما يبقى مجال التجاوز من قبل الصحفي واردا وهذا ما جعل الصحفيين يشككون في نزاهة العمل الصحفي على الفايسبوك ولكن هذا لا يمنع أن هناك نسبة كبيرة من الصحفيين غير بعيدة عن النسبة الأولى ترى أن الصحفي يبقى وفيما لمبادئه وحتى في غياب الرقيب وهذا حفاظا على سمعته واحتراما لمبادئه .

جدول رقم 32: يمثل إمكانية أن يكون الفايسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي .

النسبة المئوية	التكرار	
30,6	19	نعم
69,4	43	لا
100,0	62	المجموع

يوضح الجدول أعلاه إمكانية أن يكون الفايسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي وكانت نسبة المجيبين بلا 67.4 % في حين سجلنا ما نسبته 30.6 % لأفراد العينة الذين أجابوا بنعم، على الرغم من أغلبية الصحفيين لا يرون أن الفايسبوك بديلا عن الإعلام التقليدي نتيجة عدم ثقتهم بالفيسبوك وبهامش الحرية الذي لا تحكمه أي قيود قانونية وأخلاقية تجعله اقل مصداقية، ولكن هذا لا يمنع أن هناك مجموعة من الصحفيين يرون أن الفيسبوك يمكن أن يكون بديلا عن الإعلام التقليدي خاصة في وقت الأزمات السياسية حين تغلف الطريق أمام الصحفي فيلجأ إلى هامش آخر من الحرية كالحرية على الفايسبوك .

جدول رقم 33: يمثل إمكانية أن يكون الفايسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية

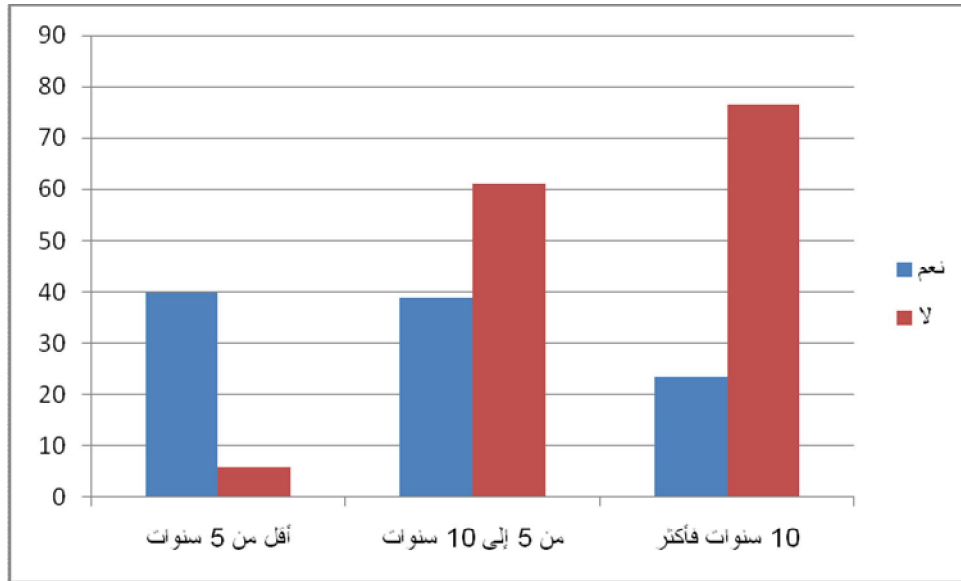
الخبرة		أقل من 5 سنوات		من 5 إلى 10 سنوات		10 سنوات فأكثر		المجموع	
الفايسبوك المهنية									
بديل لحرية التعبير									
		ت		ت		ت		ت	
		%		%		%		%	
نعم		4		7		8		19	
		40		38.88		23.52		30.6	
لا		6		11		26		43	
		60		61.11		76.47		69.4	
المجموع		10		18		34		62	
		100		100		100		100	

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن الصحفيين ذو خبرة (أقل من 5 سنوات) كانت إجاباتهم حول إمكانية اعتبار الفايسبوك بديلاً لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي بلا بنسبة 60% فحين أن نسبة 40% أجابوا بنعم وعلى الرغم من أغلب الصحفيين هذه الفئة بلا، إلا أن نسبة الذين أجابوا بنعم تعبر عن إمكانية اعتبار الفايسبوك كإعلام بديل كما تظهر أن الأجيال القادمة من الصحفيين لديهم توجه نحو حرية التعبير على الفايسبوك باعتباره منبرا حراً.

أما فئة (5 سنوات إلى 10 سنوات) فقد أجابت ما نسبته 61% بلا وهذا لتخوفهم لعدم وجود ما يضبط العمل على الفايسبوك من قيود قانونية وقواعد أخلاقية باعتباره عالم مفتوح يجعلهم لا يثقون بمصداقيته ولكن هذا لا يمنع أن نسبة من هؤلاء الصحفيين أجابوا بنعم قدرت بـ 38.88% وهذا في حالة التضيق على حرية الصحفي في المؤسسة التي يعمل بها، أما عن فئة الصحفيين ذوي الخبرة (10 سنوات فأكثر) فان ما نسبته 76.47% أجابوا بلا في حين أن نسبة 23.52% أجابوا بنعم.

وهذا يفسر مدى تعصب هذه الفئة إلى الإعلام التقليدي معتبرين الفايسبوك منبر لا يرقى إلى الإعلام التقليدي، بينما الذين أجابوا بنعم فهم الذين يرون أن الضغوط التي تمارس في حق الإعلام التقليدي

الصحفيين تجعل من صفحات الفايسبوك منبرا بديلا خاصة في أوقات الأزمات السياسية وتجاوزات أصحاب السلطة وهذا بغض النظر عن ما ينجم عنه من تجاوزات .



الشكل رقم 09 :يمثل إمكانية أن يكون الفيسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية

النتائج العامة للدراسة

النتائج العامة للدراسة

- جميع الصحفيين الجزائريين يهتمون بمواقع التواصل الاجتماعي ويملك كل صحفي حساب شخصي على الفايسبوك على الأقل
- أغلبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون أسمائهم الشخصية على حسابه الشخصي على الفايسبوك ويظهرون شخصياتهم الحقيقية .
- يهتم غالبية الصحفيين الجزائريين بالمواضيع السياسية والاجتماعية والإعلامية والثقافية على الترتيب
- أغلبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون الفايسبوك في :
 - تصفح الأخبار بنسبة 30 %
 - التعبير عن الرأي بسبة 23 %
 - التعليق والنقاش بنسبة 19.7 %
 - الدردشة بنسبة 16.9 %
- أغلبية الصحفيين الجزائريين يستخدمون حسابهم الشخصي على الفيسبوك في عملهم الصحفي ونسبة تفوق 75 % .
- الأغلبية الساحقة من صحفي قطاع الخاص يستخدمون حسابهم الشخصي في عملهم الصحفي بنسبة تفوق 96 % وهي اكبر مقارنة بصحفي القطاع الحكومي التي قدرت ب 56.25 %.
- الصحفيون الجزائريون في الصحافة المكتوبة هم أكثر استخداما لحسابهم الشخصي في العمل الصحفي ونسبة 94.73 % يليها التلفزيون بنسبة 75 % تليهما الإذاعة بنسبة 57.14 % .
- الصحفيون الجزائريون ذو الخبرة الأقل من 5 سنوات هم الأكثر اعتمادا على الفايسبوك في عملهم بنسبة 100 وهذا لتغطية قلة خبرتهم وأما الصحفيين ذو خبرة من 5 سنوات إلى 10 سنوات فلا يختلف الحال بالنسبة لهم فهم يستخدمونه بنسبة قدرت 94.44 لدرائتهم بأهميته المساحة التي يمنحهم إياها للعمل بحرية وتقل النسبة بالنسبة للصحفيين ذوي الخبرة الأكثر من 10 سنوات وتقدر ب 58.82 لترددهم وتمسكهم بما هو تقليدي .
- أغلبية الصحفيين يستخدمون الفايسبوك أحيانا في نشر الأخبار والمعلومات ونسبة تصل إلى 54.8 %.
- الصحفيون المبتدؤون هم الأكثر استخداما للفايسبوك لنشر أعمالهم لصنع اسم لهم .

النتائج العامة للدراسة

- يعتبر الصحفيين الفايسبوك مصدر للمعلومات يلجؤون إليه في حالة عدم وجود مصادر كافية .
- صحفي القطاع الخاص يستخدمون الفايسبوك كمصدر للمعلومات أكثر من القطاع الحكومي.
- الصحفيون ذوو الخبرة الأقل من 5 سنوات هم الأكثر استخداما للفايسبوك أحيانا كمصدر للمعلومات.
- أغلبية الصحفيين الجزائريين يرون أن الفايسبوك ضروري في حياة الصحفي لا يمكن الاستغناء عنه .
- يلجأ الصحفيون الجزائريون إلى المساحة المتاحة لهم على الفايسبوك للتعبير عن آرائهم نحو القضايا المختلفة معتبرين إياه منبرا حرا .
- اغلب الصحفيين الجزائريين لم يسبق لهم أن نشروا مواضيع على الفايسبوك بعد أن منعوا من تناولها في مؤسسة عملهم .
- هناك صحفيين كانت لهم تجربة نشر موضوعا منعوا من تناوله في مؤسسات عملهم وأغلبيتهم من الصحفيين ذوي الخبرة من 5 إلى 10 سنوات .
- يعتبر الصحفيين الجزائريين أن الفضاء الحر على الفايسبوك ساعد على التواصل مع الجمهور عبر مشاركتهم اعمالهم الصحفية بكل حرية .
- يعتبر أغلبية الصحفيين الجزائريين الفضاء الحر على الفايسبوك ساعد على خلق تجانس وتوافق بين الصحفيين حول قضايا معينة ولفت انتباه الرأي العام للقضايا والمشكلات التي تهمه .
- يعتبر الصحفيون الجزائريون أن الفضاء الحر على الفايسبوك فتح مجالا اكبر أمام الصحفي للإبداع .
- أغلبية الصحفيين الجزائريين يشككون في مصداقية الاخبار والمعلومات التي يحصلون عليها من الفايسبوك.
- غالبية الصحفيين الجزائريين يقومون بالتحقق من المعلومات قبل نشرها وتناولها في مؤسسات عملهم .
- يقر الصحفيين الجزائريين بتمتع الصحفي بحرية التعبير على الفيسبوك بينما يختلفون في وصفها فهناك نسبة لا بأس بها من الصحفيين تقدر بـ 53.2% تعتبرها حرية مطلقة كما أن هناك نسبة 43.5% تعتبرها محدودة .
- يعتبر ما نسبته 82.3% من الصحفيين الجزائريين انه بالفعل توجد ضوابط يجب على الصحفي أن يتحلى بها عند ممارسة حرية التعبير على الفايسبوك وفي مقدمة هذه الضوابط هي الأخلاقية حيث أكد 72.1% على هذا الضابط وحتمية التحلي به .

النتائج العامة للدراسة

- نسبة معتبرة من الصحفيين الجزائريين تعتبر أن ما ينشره الصحفي على الفايسبوك لا يتوافق مع المعايير المهنية.
- يرفض أغلبية الصحفيين الجزائريين أن يكون الفيسوك بديل عن الإعلام التقليدي ونسبة تفوق 69 % .
- أغلبية الصحفيين الذين يرون أن الفايسبوك لا يمكن أن يكون بديلا عن الإعلام التقليدي هم الفئة ذات الخبرة 10 سنوات فأكثر .

الخاتمة

بفضل التطور الهائل لتكنولوجيا ات الحديثة للإعلام والاتصال أدى ذلك إلى ظهور أشكال جديدة من تقنيات الاتصال، جسدتها بشكل بارز تطبيقات الإعلام وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي التي عملت على تطوير العملية الاتصالية بكل مكوناتها

والفايسبوك باعتباره مستحدثا إعلاميا جديدا وبيئة افتراضية سمحت للأفراد بالتعبير بكل حرية عبر إنشاء صفحة شخصية يقوم من خلالها بنشر الصور والفيديوهات ومشاركتها أصدقائه وتبادل التعليقات حول موضوعات شتى، ومشاركة الاهتمامات.

والصحفي ليس بمعزل عن كل هذه التطورات فهو واحد من هؤلاء الأفراد، الذي حاول بدوره التوغل داخل صفحات الفاييسبوك واستثمار بما أتيج له من حرية وهروبا من القيود المفروضة داخل المؤسسات الإعلامية ليتفاعل مع جمهوره بكل أريحية وطرح أفكاره وآرائه حول قضايا مختلفة تهمه وتهم الرأي العام وكذا استخدامه لأجل الوصول إلى الأخبار والمعلومات التي يمكن أن تحجب عنه، ولقد سعينا من خلال دراستنا إلى تمحورت حول مدى مساهمة الفاييسبوك في تحقيق حرية التعبير لدى الصحفي الجزائري ومدى تأثير هذه المساحة على مهنة الصحفي ومبادئه الأخلاقية وذلك انطلاقا من كل هذه المعطيات سابقا، وخاصة أن الصحفي اليوم قد أدرك جيدا أهمية الفاييسبوك في عمله وما يكن أن يقدمه له من حرية يمكن أن تكون سلاحا ذو حدين في حالة إذا ما أساء الصحفي استخدامها وتخلّى عن الضوابط الأخلاقية التي تميزه عن باقي الأفراد.

في الأخير تبقى هذه الزاوية المتناولة في الدراسة هي واحدة من بين الكثير من الزوايا التي تحتاج الاطلاع والبحث فيها، فنرجوا أن تكون هذه الحلقة منطلقا لبحوث أخرى .

توصيات الدراسة

- بعد الدراسة التي قمنا بها والمراحل التي مرت والتي توجت بمجموعة من النتائج خرجنا كذلك بهذه التوصيات :
- عمل الصحفي على استثمار المساحة المتاحة لحرية التعبير على الفايسبوك بدل النفور منه بذريعة عدم وجود ضوابط مهنية تحكمه ، وذلك لما له من أهمية بالنسبة للصحفي وللجمهور و وكذا ربح جمهور واسع
 - ضرورة الاهتمام بتطوير القوانين التي تسيّر عمل الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي بما فيها الفايسبوك ومختلف جوانب العملية والقانونية وذلك لتجنب الوقوع في مختلف الأخطاء المهنية والحفاظ على مصداقية الصحفي على شبكات التواصل الاجتماعي
 - تحلي الصحفي بالأخلاق المهنية على مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفايسبوك حفاظا على صورته وصورة مهنة الصحافة حتى لو كان بعيدا عن المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها وعن الضوابط التي تحكمها .
 - سن ميثاق أخلاقي يكون موجها للصحفيين في شتى القطاعات ، ويوضح آليات العمل من خلال استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاستفادة من كل محتوياتها وخدماتها الإعلامية ، مما يساعد على تجنب سلبيات الاعتماد على هذه المواقع إعلاميا خاصة في حال غاب الرادع القانوني والأخلاقي بذريعة حرية التعبير .

قائمة المراجع

قائمة المصادر المراجع

المصادر:

1. ابن منضور، أبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم (1990). لسان العرب. ط1، المجلد الرابع، دار صادر للطباعة والنشر، بيروت - لبنان.
2. معلوف، لويس (1975). المنجد في اللغة والأدب والعلوم. ط19، بيروت: المطبعة الكاثوليكية 1975.

المراجع:

1. بدر، احمد (1996). أصول البحث العلمي ومناهجه. المكتبة الأكاديمية، القاهرة.
2. بن مرسل، احمد (2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال. ديوان المطبوعات، ط2، بن عكنون، الجزائر.
3. سيد احمد، غرب محمد (2003). تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي. دار المعرفة الجامعية، ط3 الاسكندرية.
4. عباس، احمد خليل واخرون (2007). مدخل الى مناهج البحث في التربية وعلم النفس. ط1 دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان.
5. الغول، أحمد نهاد محمد (2006). حرية الرأي والتعبير في المواقف الدولية والتشريعات المحلية، سلسلة تقارير قانونية (65) الهيئة الفلسطينية المستقلة لحقوق المواطن، رام الله.
6. بلباي، مصطفى (2013). تأثير شبكات التواصل الاجتماعي كوسيط لنشر المحتوى الصحفي على الممارسة الصحفية. مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة المسيلة.
7. المقدادي، خالد غسان يوسف (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وابعادها النفسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، السياسية على الوطن العربي والعالم. ط1، دار النفيس للنشر والتوزيع، عمان.

قائمة المصادر المراجع

8. زرواتي، رشيد (2007). مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. دار الهدى، عين ميلة .
9. زرواتي، رشيد (2002) . تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. ط1، الجزائر 2002.
10. عدس، عبد الرحمن وآخرون (1992). البحث العلمي - مفهومه، أدواته، وأساليبه. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان.
11. عويضة، كامل محمد . علم النفس الاجتماعي. دار الكتب العلمية، بيروت لبنان .
12. التكنوري، لبنى (2010). دليل الوسائط الإعلامية المتعددة واستخداماتها في اعداد القصة الصحافية. مركز تطوير الإعلام، جامعة بيروت .
13. الشمالي، ماهر عودة وآخرون (2014). الإعلام الرقمي الجديد. دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان.
14. الرازي، محمد بن ابي بكر بن عبد القادر (1979). مختار الصحاح. ط1، دار الكتاب العربي، لبنان .
15. عبيدات، محمد وآخرون (1999). منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات. دار النشر وائل للنشر، عمان.
16. مقدم، عبد الحفيظ (1993). الاحصاء والقياس النقي والتربوي. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
17. صالح، نبيل حرية التعبير، المؤسسة الفلسفية لدراسة الديمقراطية رقم (5)، 1995 .
18. غسان، يوسف خالد (2013). ثورة الشبكات الاجتماعية. ط1 دار النفيس للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

المجلات والمذكرات :

1. راضي، زاهر(2003). استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي. مجلة التربية، ع15، جامعة عمان الأهلية، عمان.
2. صادق، عباس مصطفى (2011). الإعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة. البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال.
3. علي ليلة، تأثير الفيسبوك على الثقافة السياسية والاجتماعي، للشباب عرضت تلك الورقة في مؤتمر الفيس بوك والشباب في يوليو 2009 ،قضايا استراتيجية -المركز العربي للأبحاث الفضاء الالكتروني
4. بدوي، عمارتوفيق احمد . اثر وسائل التواصل الحديثة عل الدعوة ،الفيسبوك نموذجا. بحث مقدم لمؤتمر ،وسائل التواصل الحديثة واثرها على المجتمع ،كلية الشريعة،جامعة النجاح الوطنية
5. يخلف،فايزة (2012). الإعلام الجديد وسوسيولوجيا التغيير في العالم العربي، كلية العلوم السياسية جامعة الجزائر، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية ،جامعة المسيلة العدد 02 .
6. لفظاطة،محمود(2011). علاقة الإعلام الجديد بحرية الرأي والتعبير في فلسطين.المركز الفلسطيني للتنمية والحريات العامة ،مدى -فلسطين.
7. المركز الفلسطيني لحقوق الإنسان ،الحق في حرية الرأي والتعبير والحق في التجمع السلمي في ظل السلطة الوطنية ،حالة قطاع غزة (ماي 1994 -ديسمبر 1998) ،سلسلة الدراسات رقم (18) ،غزة .
8. نرماننوماز،مريم .استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره في العلاقات الاجتماعية ،دراسة عينة من مستخدمي موقع الفيس بوك في الجزائر.

9. صادق الحمامي. (2015). شبكات التواصل الاجتماعي في بيئة اعلامية متغيرة
دروس من العالم العربي. معهد الصحافة وعلوم الأخبار وحدة البحث في الاتصال. تونس.

1.

الملاحق

الملحق رقم 01: دليل المقابلة

- كيف ترى وضعية الصحفي الجزائري في مختلف المؤسسات الاعلامية؟

.....

.....

- كيف تقيم حرية التعبير في الجزائر ؟

.....

.....

هل لك اهتمام بمواقع التواصل الاجتماعي (الفيسبوك)؟

.....

.....

هل تستخدم الفيسبوك في عملك الصحفي؟

.....

- هل تستخدم الفيسبوك كمصدر للمعلومات؟

.....

- هل تستخدم الفيسبوك في نشر أعمالك الصحفية؟

.....

هل يمكن أن يكون الفيسبوك منبرا يستطيع من خلاله التعبير عن رأيه بكل حرية؟

.....

- هل يمكن أن يكون الفيسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي ؟

.....

.....

شخصيات المقابلة

1- الصحفي وسكرتير التحرير فيصل الحملاوي بجريدة البلاد يوم الثلاثاء بتاريخ 17 افريل 2019

على الساعة 9:30 صباحا .

2- الصحفي رياض بوخدشة في جريدة صوت الاحرار يوم الثلاثاء 17 افريل 2019 على الساعة

13:22 مساءا.

- 3- رئيس تحرير الاذاعة الوطنية "القناة الاولى" فاطمة الزهراء عروس يوم الأربعاء 18 افريل 2019 على الساعة 11:34 صباحا .
- 4- الصحفيين بالإذاعة الوطنية " القناة الامازيغية " يوسف سماوي ونعمان بن سراي يوم الأربعاء 18 افريل 2019 على الساعة 14:00 مساء.
- 5- الاعلامي الكبير محمد يعقوبي مدير جريدة الحوار يوم السبت 21 افريل 2019 على الساعة 13:55 مساء.

المحور الاول: البيانات الشخصية

الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

السن :

المؤهل العلمي: ثانوي ☐ جامعي ☐ دراسات عليا ☐

طبيعة المؤسسة: حكومية ☐ خاصة ☐

نوع المؤسسة الاعلامية :

جريدة ☐ اذاعة ☐ تلفزيون ☐ صحيفة إلكترونية ☐

الوظيفة:

مدير المؤسسة الاعلامية ☐

رئيس قسم ☐

رئيس تحرير ☐

صحفي ☐

الخبرة المهنية:

اقل من 5 سنوات ☐

من 5 الى اقل من 10 سنوات ☐

10 سنوات فأكثر ☐

المحور الثاني: انماط وعادات الصحفيين عند استخدام الفايسبوك في ممارسة حرية التعبير

1-هل تملك حسابا شخصيا على الفايسبوك

نعم ☐ لا ☐

2-هل تستخدم الفيسبوك؟

باسمك الشخصي ☐ اسم مستعار ☐

3- ما هي أكثر المواضيع التي تهتم بها في الفيسبوك ؟

السياسية ☐ الاجتماعية ☐ الثقافية ☐ الإعلامية ☐ أخرى

4- في ماذا تستخدم الفيسبوك ؟

الدرشة ☐ تصفح الأخبار ☐ تحميل الصور والفيديو ☐

التعبير عن الرأي ☐ التعليق والنقاش ☐ أخرى

5- هل تستخدم حسابك الخاص في عملك كصحفي ؟

نعم ☐ لا ☐

6- هل تستخدم الفيس بوك في نشر الأخبار والمعلومات ؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

7- هل تعتبر الفيس بوك كمصدر للمعلومات ؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

8- هل تقوم بالتعليق على منشورات زملائك الصحفيين ؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

9- هل تتفاعل مع تعليقات الجمهور حول منشوراتك ؟

دائما ☐ احيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

المحور الثالث: دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير على موقع الفيس بوك

10- كيف يمكن ان تقيم وضعية الفيسبوك في حياتك كصحفي ؟

ضروري ☐ ضروري جدا ☐ غير ضروري ☐

11- هل تعتبر الفيس بوك منبرا حرا للتعبير عن رأيك وافكارك نحو القضايا المختلفة ؟

نعم ☐ لا ☐

12- هل سبق ونشرت موضوعا على الفيسبوك منعت من تناوله في المؤسسة الاعلامية التي تعمل بها؟

نعم ☐ لا ☐

13- اذا كانت اجابتك بنعم فهل يعود السبب الى:

تنافيه مع السياسة التحريرية للمؤسسة ☐

لوجود مساحة حرية افضل على الفيسبوك ☐

14- أي منهما تفضل ان تعبر على رأيك وافكارك ؟

على حسابك الشخصي على الفيسبوك ☐

المؤسسة التي تعمل بها ☐

المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي

المؤشرات	موافق بشدة	موافق	محايد	معارض بشدة	معارض
أعبر عن رأي وأفكاري بكل حرية على حسابي الخاص على الفايسبوك					
الحرية في الحصول عن المعلومات والاعخبار					
أنا حر في تبادل الآراء مع صحفيين اخرين حول قضايا مختلفة					
أنفاعل بكل عفوية مع جمهور القراء و دون قيود أو حواجز					
أنا حر في ارسال التعليقات والتعقيب عليها					
أشارك أعمالي الصحفية مع القراء بكل حرية					
أنا حر في نشر المعلومات والاعخبار					
أحمل وأشهد الصور والفيديوهات في أي وقت					
ساعدني الفضاء الحر على الفايسبوك في بناء عالمي المهني الخاص من خلال ابراز شخصيتي وميولاتي وكتاباتي ومقالاتي الصحفية					
الحرية في الحصول على مصادر الاعخبار وسهولة الوصول اليها					
تساهم الحرية المتاحة على الفايسبوك على خلق تجانس وتوافق بين الصحفيين حول قضايا معينة					
تسمح حرية التعبير المتاحة على الفايسبوك للصحفي لفت انتباه الراي العام الى قضايا تهمه					
تعطي حرية التعبير المتاحة على الفايسبوك مجالا أكبر للإبداع امام صحفي					
اعتمد على المعلومات والاعخبار التي اجدتها في الفيسبوك في كتابة المواضيع التي انشرها					
اعتبر المعلومات والأخبار التي احصل عليها من الفيسبوك ذات مصداقية					
اقوم بإعادة نشر وبث المعلومات التي اجدتها في الفيسبوك على صفحتي دون التأكد منها					
اقوم بإعادة نشر وبث المعلومات التي اجدتها في الفيسبوك في وسيلة الاعلام					

المحور الخامس: مدى التزام الصحفيين بالقواعد القانونية والاخلاقية في ممارستهم لحرية التعبير على الفيسبوك.

15- كيف تصف الحرية التي يتمتع بها الصحفي على مواقع التواصل الاجتماعي ؟

- ☐ حرية مطلقة
- ☐ حرية محدودة
- ☐ لا يتمتع بالحرية
- ☐ لا اعرف

آخر أذكره.....

16- هل هناك ضوابط قانونية وأخلاقية يجب ان يلتزم بها الصحفي اثناء ممارسته لحرية التعبير على الفاييسبوك ؟

- ☐ نعم ☐ لا

17- في حالة الإجابة بنعم ماهي طبيعة هذه الضوابط؟

- ☐ قانونية
- ☐ اخلاقية

18- هل يتوافق ما ينشره الصحفي على الفاييسبوك مع المعايير المهنية في ظل الحرية المتاحة في هذا الفضاء ؟

- ☐ نعم ☐ لا

19- هل يمكن ان يكون الفاييسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الاعلام التقليدي؟

- ☐ نعم ☐ لا

20- في حالة الإجابة نعم كيف يتم ذلك؟

.....

فهرس المحتويات

	شكر وتقدير
	اهداء
	ملخص الدراسة
2---1	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
04	12- إشكالية الدراسة
05	13- أهمية الدراسة
05	14- أهداف الدراسة
06	15- أسباب اختيار الموضوع
06	16- المدخل النظري للدراسة
08	17- تحديد المفاهيم والمصطلحات
10	18- منهج البحث
12	19- أدوات الدراسة
14	20- مجتمع البحث وعينته
15	21- حدود الدراسة
15	22- الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
22	تمهيد
22	- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي
24	- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي

فهرس المحتويات

25	- مميزات وخصائص مواقع التواصل الاجتماعي
26	- مواقع التواصل الاجتماعي منبر جديد للتعبير
27	- تعريف الفايسبوك
28	- الفايسبوك في الجزائر
28	- تطبيقات موقع الفيس بوك
29	- الانتقادات والمخاوف المثارة حول الفيسبوك
31	- تمهيد
31	- مفهوم حرية التعبير
32	- الخلفية التاريخية عن الحق في حرية التعبير
34	- مظاهر حرية التعبير
35	- حرية التعبير في الجزائر
37	- حدود حرية التعبير على مواقع التواصل الاجتماعي
الفصل الثالث:	
الإطار التطبيقي للدراسة	
41	تمهيد
41	تحليل الجدول كميًا وكيفيًا
41	المحور الأول: البيانات الشخصية
46	المحور الثاني: أنماط وعادات الصحفيين في استخدام الفايسبوك في ممارسة حرية التعبير
61	المحور الثالث: دوافع الصحفيين في التوجه نحو حرية التعبير عن الفيس بوك
65	المحور الرابع: اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على الفايسبوك.
69	المحور الخامس: مدى التزام الصحفيين بالقواعد الأخلاقية والقانونية في ممارسة حرية التعبير على الفايسبوك
75	النتائج العامة للدراسة
79	الخاتمة
82	قائمة المراجع

87	الملاحق
----	---------

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم
41	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	1
42	يمثل توزيع العينة حسب متغير السن	2
43	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي.	3
44	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة ونوع المؤسسة	4
45	يمثل أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	5
45	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية	6
46	يمثل نسبة امتلاك الصحفيين للحساب الشخصي على الفايسبوك	7
46	يمثل الاسم المستخدم من قبل الصحفيين الجزائريين على حسابهم الشخصي على الفايسبوك	8
47	يمثل أكثر المواضيع التي يهتم بها الصحفيين الجزائريين على الفايسبوك.	9
48	يمثل استخدامات الصحفيين الجزائريين للفايسبوك	10
49	يمثل مدى استخدام الصحفيين الجزائريين لحسابهم الشخصي على الفايسبوك في العمل.	11
50	يمثل استخدام الفايسبوك في عملهم وعلاقته بنوع مؤسسة العمل	12
51	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك في عملهم وعلاقته بالخبرة المهنية	13
52	يمثل مدى استخدام الصحفيين الجزائريين الفايسبوك في نشر الأخبار والمعلومات.	14
53	يمثل استخدام الصحفيين الجزائريين الفايسبوك في نشر الأخبار والمعلومات وعلاقته بتغير الخبرة المهنية.	15
54	يمثل مدى استخدام الصحفيين الجزائريين للفايسبوك كمصدر للمعلومات.	16
55	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بتغير طبيعة بمؤسسة العمل	17

فهرس المحتويات

56	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير نوع مؤسسة العمل.	18
57	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية .	19
59	يمثل مدى اهتمام الصحفيين الجزائريين بالتعليق على منشورات زملائهم.	20
59	يمثل مدى تفاعل الصحفيين الجزائريين مع تعليقات الجمهور حول منشوراتهم.	21
61	يمثل تقييم وضعية الفاييسبوك في حياة الصحفي الجزائري.	22
61	يمثل مدى اعتبار الصحفيين الجزائريين الفاييسبوك منبرا حرا للتعبير عن آرائهم نحو قضايا مختلفة	23
62	يمثل إمكانية نشر موضوع على الفيسبوك منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها.	24
62	يمثل إمكانية نشر موضوع على الفيسبوك منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها وعلاقته بالخبرة المهنية.	25
64	يمثل سبب لجوء الصحفيين الجزائريين إلى النشر على الفاييسبوك المواضيع التي منعوا من تناولها في المؤسسة الإعلامية مكان العمل.	26
65	يمثل اتجاهات الصحفيين الجزائريين نحو حرية التعبير على الفاييسبوك.	27
69	يمثل تقييم الصحفيين الجزائريين لحرية التعبير التي يتمتع بها على مواقع التواصل الاجتماعي (الفايسبوك)	28
69	يمثل إمكانية وجود قواعد أخلاقية وقانونية يجب أن يلتزم بها الصحفي الجزائري أثناء ممارسته حرية التعبير على الفاييسبوك.	29
70	يمثل طبيعة الضوابط التي يجب أن يحترمها الصحفي الجزائري في ممارسته لحرية التعبير على الفاييسبوك.	30
71	يمثل مدى توافق ما ينشره الصحفي على الفاييسبوك مع المعايير المهنية في ظل المساحة المتاحة في هذا القضاء	31
71	يمثل إمكانية أن يكون الفاييسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي.	32
72	يمثل إمكانية أن يكون الفاييسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي .	33

فهرس الأشكال

رقم	عنوان الشكل	الصفحة
1	أعمدة بيانية تمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير طبيعة ونوع المؤسسة	44
2	أعمدة بيانية يمثل استخدام الفايسبوك في عملهم وعلاقته بنوع مؤسسة العمل	50
3	شكل بياني يمثل استخدام الفايسبوك في عملهم وعلاقته بالخبرة المهنية	52
4	يمثل استخدام الصحفيين الجزائريين الفايسبوك في نشر الأخبار والمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية	54
5	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير طبيعة بمؤسسة العمل .	55
6	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير نوع مؤسسة العمل	57
7	يمثل استخدام الصحفيين للفايسبوك كمصدر للمعلومات وعلاقته بمتغير الخبرة المهنية.	58
8	يمثل إمكانية نشر موضوع على الفيسبوك منع الصحفي من تناوله في المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها وعلاقته بالخبرة المهنية.	63
9	يمثل إمكانية أن يكون الفايسبوك هو البديل لحرية التعبير عن الإعلام التقليدي النتائج العامة للدراسة	74