وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة اكلي محند اولحاج –البويرة–

كلية الحقوق والعلوم السياسية

الموضوع:

الاطار القانوني للاعلام الالكتروني في الجزائر

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق

تخصص: قانون إداري

من إعداد الطلبة:

- فلة دحماني
- زايدي منال

تحت إشراف الأستاذ:

د/ حماني ساجية

أعضاء لجنة المناقشة

الدكتورة أيت بن عمر صونيا .....رئيسا

الدكتورة حماني ساجية ..... مشرفا ومقررا

الدكتور عوادي فريد..... عضوا مناقشا

السنة الدراسية: 2026/2025

شكر وتقدير

بداية كل الشكر لله رب العالمين والحمد لله كثيرا يليق بجلال وجهه وعظيم سلطانه أن أعانني وأمدني بصبر لإنجاز هذا العمل اللهم لك الحمد حتى ترضى ولك الحمد اذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا على نعمة الهداية والإرشاد.

وعملا بقوله صلى الله عليه وسلم من لم يشكر الناس لم يشكر الله

أتقدم بكامل الشكر والتقدير إلى كل من ساهم في مساعدتي لإعداد مذكرة تخرجي،و تشكراتي الخالصة إلى الأستاذة الدكتورة حماني ساجية التي تكبدت عناء الإشراف على مذكرتي وعلى كل ما قدمته من جهد ولم تبخل علي بنصائحها وتوجيهاتها القيمة التي ساهمت في إثراء موضوع دراستي أطال الله في عمرها وجزاها الله عني خير جزاء كما أتقدم بخالص الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة الذين قبلو عن صدر رحب مناقشة هذه المذكرة رغم انشغالاتهم لكم مني كامل الاحترام والتقدير وجزيل الشكر والعرفان.

لا يفوتني توجيه الشكر لكافة أساتذة كلية الحقوق ممن سهروا على تعليمي وتوجيهي وكل من قدم لي يد العون عن قريب أو بعيد في إتمام هذا الجهد .

إهداء

إلى من كان لهم الفضل بعد الله في كل خطوة خطوتها،

إلى عائلتي الكريمة التي كانت لي السند والدعم في جميع مراحل حياتي، والتي غرست في نفسي حب الاجتهاد والمثابرة، أهدي ثمرة هذا الجهد.

إلى والديّ العزيزين،

من كان دعاؤهما سرّ توفيقي، وصبرهما مصدر قوتي، وعطاؤهما بلا حدود،

إليكما أهدي هذا الإنجاز عرفانًا بما قدمتماه لي من حب ورعاية وتضحيات.

إلى إخوتي وأخواتي،

أنتم السند الذي أستند إليه، والرفقة التي منحتني القوة والعزيمة،

شكرًا لكل كلمة تشجيع، ولكل موقف دعم كان له أثر في بلوغ هذه اللحظة.

إلى زوجي العزيز،

شريك دربي وسندي في مسيرتي،

شكرًا لوقوفك إلى جانبي، لصبرك، لدعمك المتواصل، ولإيمانك الدائم بقدرتي على النجاح،

فلك مني خالص الامتنان والتقدير.

إلى أبنائي الأعزاء،

أنتم أجمل هدية من الله، ومصدر إلهامي وأملي،

أهديكم هذا النجاح ليكون رسالة لكم بأن الاجتهاد طريق الوصول، وأن الإرادة تصنع المستحيل.

إلى كل من ساندني بدعوة صادقة، أو كلمة طيبة، أو موقف نبيل،

أهديكم هذا العمل المتواضع، راجيةً من الله أن يجعله بداية لمزيد من النجاح والتوفيق.

مقدمة

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر ثورة رقمية غير مسبوقة مست مختلف مجالات الحياة، وكان من أبرز مظاهرها بروز الإعلام الإلكتروني كبديل حديث للإعلام التقليدي، لما يتميز به من سرعة في نقل المعلومات، وسهولة الوصول إلى الجمهور، والتفاعل المباشر معه. وقد أدى هذا التحول إلى إعادة تشكيل المشهد الإعلامي بشكل جذري، حيث لم يعد الإعلام حكرًا على المؤسسات الرسمية، بل أصبح متاحًا للأفراد والجماعات عبر منصات رقمية متعددة. وفي الجزائر، عرف الإعلام الإلكتروني تطورًا ملحوظًا خلال السنوات الأخيرة، مدفوعًا بانتشار الإنترنت وتزايد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الأمر الذي أفرز تحديات قانونية وتنظيمية جديدة تستدعي التأطير والتقنين. ومن هنا تبرز أهمية دراسة الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في الجزائر، باعتباره حجر الأساس في تنظيم هذا القطاع وضمان توازنه بين الحرية والمسؤولية.

وتكمن أهمية هذا الموضوع في كونه يتناول أحد أكثر المجالات حيوية وتأثيرًا في المجتمع، حيث أصبح الإعلام الإلكتروني أداة رئيسية في تشكيل الرأي العام، ونشر المعلومات، والتأثير في الاتجاهات السياسية والاقتصادية والاجتماعية. كما أنه يطرح إشكاليات معقدة تتعلق بحرية التعبير، وحماية الحياة الخاصة، ومكافحة الجرائم الإلكترونية، وضبط المحتوى الرقمي، وهو ما يجعل من الضروري وجود منظومة قانونية فعالة قادرة على مواكبة هذا التطور السريع. وعليه، فإن دراسة هذا الموضوع تساهم في فهم واقع الإعلام الإلكتروني في الجزائر وتحديد مدى انسجامه مع المعايير الدولية في مجال حرية الإعلام وحقوق الإنسان.

وتهدف هذه الدراسة إلى تحليل الإطار القانوني المنظم للإعلام الإلكتروني في الجزائر من خلال التعرف على أهم النصوص التشريعية والتنظيمية ذات الصلة، وتقييم مدى فعاليتها

في ضبط الممارسة الإعلامية الرقمية، كما تسعى إلى إبراز أوجه القصور التي تعاني منها هذه القوانين في ظل التغيرات التكنولوجية المتسارعة. بالإضافة إلى ذلك، تهدف الدراسة إلى تقديم مقترحات وتوصيات من شأنها تطوير المنظومة القانونية بما يحقق التوازن بين ضمان حرية التعبير وحماية النظام العام وحقوق الأفراد.

أما أسباب اختيار هذا الموضوع، فتعود إلى عدة اعتبارات موضوعية وعلمية، من بينها الانتشار الواسع للإعلام الإلكتروني في الجزائر وتأثيره المتزايد في مختلف فئات المجتمع، إلى جانب قلة الدراسات الأكاديمية المتخصصة التي تناولت هذا المجال بشكل معمق، فضلاً عن الحاجة الملحة إلى فهم الإطار القانوني الذي ينظم هذا النشاط، خاصة في ظل التحديات الجديدة التي أفرزها الفضاء الرقمي، مثل انتشار الأخبار الزائفة، وخطاب الكراهية، والاعتداء على الخصوصية، والجرائم المعلوماتية. كما أن هذا الموضوع يكتسي أهمية عملية لارتباطه بالواقع اليومي للمواطن والمؤسسات الإعلامية على حد سواء.

وانطلاقًا مما سبق، تتمحور إشكالية هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى استطاع الإطار القانوني الجزائري مواكبة تطورات الإعلام الإلكتروني وتنظيمه بما يضمن حرية التعبير ويحمي حقوق الأفراد والمجتمع؟

وتتفرع عن هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية، من بينها:

ما هي أبرز القوانين والتشريعات التي تؤطر الإعلام الإلكتروني في الجزائر؟

وما مدى فعاليتها في التطبيق العملي؟

وهل تمكنت من مواكبة التطورات التكنولوجية المتسارعة؟

وما هي أهم التحديات والصعوبات التي تواجه هذا الإطار القانوني؟

وكيف يمكن تطويره بما يتماشى مع متطلبات العصر الرقمي؟

ولمعالجة هذه الإشكالية، تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال وصف وتحليل النصوص القانونية والتنظيمية المتعلقة بالإعلام الإلكتروني، مع محاولة تقييمها في ضوء الواقع العملي، كما سيتم الاستعانة بالمنهج المقارن بشكل جزئي لمقارنة التجربة الجزائرية ببعض التجارب الدولية، قصد استخلاص أفضل الممارسات الممكن الاستفادة منها. ويسمح هذا المنهج بفهم شامل للإطار القانوني وتحديد نقاط القوة والضعف فيه.

ورغم أهمية هذا الموضوع، إلا أن الدراسة واجهت عدة صعوبات، من أبرزها قلة المراجع المتخصصة في مجال الإعلام الإلكتروني في الجزائر، خاصة تلك التي تعالج الجانب القانوني بشكل دقيق، إضافة إلى التغير المستمر في التشريعات المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية، مما يجعل من الصعب الإحاطة بكل المستجدات، كما أن نقص الإحصاءات الرسمية والدراسات الميدانية حول واقع الإعلام الإلكتروني في الجزائر شكل عائقًا أمام التحليل الدقيق، فضلاً عن تداخل هذا المجال مع تخصصات أخرى كالقانون والإعلام وتكنولوجيا المعلومات، مما يتطلب جهدًا إضافيًا للإلمام بمختلف جوانبه.

الفصل الأول

الاطار المفاهيمي للاعلام الالكتروني

الفصل الأول:

الاطار المفاهيمي للاعلام الالكتروني

في عصر العولمة والتقنيات الرقمية، أصبح الإعلام الإلكتروني جزءًا أساسيًا من حياة الأفراد والمجتمعات، حيث يتيح الوصول السريع إلى المعلومات والأخبار بشكل لم يكن ممكنًا في الإعلام التقليدي. يتسم الإعلام الإلكتروني بالسرعة والمرونة، مما يسمح بنشر المحتوى على مدار الساعة وتفاعله مع الجمهور بشكل مباشر، وهو ما يعكس تغييرات جذرية في أساليب الاتصال والتواصل الاجتماعي. يختلف الإعلام الإلكتروني عن الإعلام التقليدي في طبيعة الوسائط المستخدمة، حيث يعتمد على الإنترنت والأجهزة الرقمية، بينما يعتمد الإعلام التقليدي على الصحف، الإذاعة، والتلفزيون.

تتناول الدراسة في هذا الفصل الإطار المفاهيمي للإعلام الإلكتروني، من خلال تحديد ماهيته وخصائصه الأساسية، وكذلك دراسة الفروق بينه وبين الإعلام التقليدي. فهم هذا الإطار يساعد على إدراك التحولات الكبيرة التي طرأت على مهنة الإعلام، وعلى استراتيجيات الوصول إلى الجمهور المستهدف. كما يسهم في تحليل أثر الإعلام الإلكتروني على الرأي العام وسلوكيات المستهلك الإعلامي.

سيتناول **(المبحث الأول)** ماهية الاعلام الالكتروني، أما **(المبحث الثاني)** فسيبحث في المقارنة بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي.

المبحث الأول:

ماهية الاعلام الالكتروني

في العصر الحديث، أصبح الإعلام الإلكتروني جزءًا لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد والمجتمعات، حيث يتيح وصول المعلومات بسرعة وكفاءة لمختلف شرائح الجمهور. يُعد الإعلام الإلكتروني امتدادًا طبيعيًا للإعلام التقليدي، لكنه يختلف عنه في الشكل والوسائل والتقنيات المستخدمة. ويهدف هذا المبحث إلى دراسة ماهية الإعلام الإلكتروني، بدءًا من مفهومه ونشأته وصولًا إلى خصائصه وأنواعه المتنوعة، فمن خلال فهم الأسس النظرية لهذا النوع من الإعلام، يمكن تقييم دوره في نقل المعلومات والتأثير على الرأي العام. كما سنتعرف على كيفية تطور الإعلام الإلكتروني مع التقدم التكنولوجي وانتشار الإنترنت. ويُعد هذا التمهيد مدخلاً لفهم الفروق الجوهرية بين الإعلام التقليدي والإلكتروني، وتأثير كل منهما على المجتمع في **(المطلب الأول)**، سيتم التركيز على مفهوم الإعلام الإلكتروني ونشأته، بينما يُخصص **(المطلب الثاني)** لدراسة خصائصه وأنواعه.

المطلب الأول:

مفهوم الاعلام الالكتروني و نشأته

يمثل الإعلام الإلكتروني أحد أهم التحولات التي شهدها المجال الإعلامي في العصر الحديث، وذلك نتيجة للتطور السريع في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وانتشار شبكة الإنترنت. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور أنماط جديدة من الاتصال والإعلام تختلف عن الوسائل التقليدية من حيث السرعة والتفاعلية وسهولة الوصول إلى المعلومات. كما ساهم الإعلام الإلكتروني في توسيع نطاق تداول الأخبار والمعلومات بين الأفراد والمؤسسات على حد سواء. لذلك

أصبح من الضروري التطرق إلى نشأة الإعلام الإلكتروني ومراحل تطوره **(الفرع الأول)**، ثم عرض مفهومه **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: نشأة الاعلام الالكتروني

نشأ الإعلام الجديد بعد التطور المذهل لشبكة الإنترنت التي نشأت فكرتها في الستينات من القرن الماضي عندما افترضت وزارة الدفاع الأمريكية وقوع هجوم أو كارثة نووية تؤدي إلى تعطيل الاتصالات، فتم تكليف مجموعة من الباحثين للنظر في ما يمكن عمله في حال حدوث هذه الحالة الافتراضية[1].

بعد ذلك مر المشروع بعدة تطورات وصولاً إلى ما يعرف اليوم بشبكة الإنترنت، وهي مشتقة من **International Network**وهي الشبكة العالمية، وتقوم على وصل الملايين من أجهزة الحاسوب بعضها ببعض في عشرات الدول في العالم، وتملك هذه الأجهزة المؤسسات ودوائر حكومية وشركات وجامعات وأفراد ممن يمتلكون أجهزة شخصية موصولة بشبكة الإنترنت، وتعتبر شبكة الإنترنت اليوم أكبر جزء من تقنية المعلومات **Information Technology** في العالم كأداة اتصال وتواصل بين كافة الأفراد في جميع أنحاء العالم، يتم عن طريقها إجراء المعاملات المختلفة التجارية كالبحث عن الأسواق وأوضاع المنافسين ومراسلة الزبائن الحاليين والمحتملين بتكلفة قليلة، وتبادل المعلومات والخبرات والأخبار السياسية والاقتصادية والاجتماعية[2].

وقد ترك انتشار الحاسوب والتوسع الهائل في استخدام شبكة الإنترنت في مختلف نواحي الحياة آثارًا كبيرة على جميع مجالات الحياة، خاصة بعد انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد

[1] ماهر عودة الشمايلة، محمود عزة اللحام وأخرون، الاعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العالمي، عمان، 2014، ص 17.

[2] حسين شفيق، الوسائط المتعددة و تطبيقاتها في الاعلام، ط1، دار رحمة جرش للطباعة والنشر، عمان ، الاردن ، 2006، ص 49.

تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال مما ساهم في ظهور ما يسمى بالإعلام الإلكتروني بأشكاله المختلفة المقروءة والمسموعة والمكتوبة.[1]

وقد أصبح الإعلام الجديد بميزاته وخصائصه وبما يقدمه من خدمات محور الحياة في الوقت الحالي، فهو ثورة في عالم الإعلام والاتصال حيث إنه شمل وسائل الإعلام التقليدية وطوّر من أدائها، فالقنوات التلفزيونية أمكنها بث برامجها المختلفة عبر الحاسوب والموبايل، وكذلك المحطات الإذاعية أصبح بالإمكان التقاطها عبر عدة وسائل كالحاسوب والهاتف الخلوي[2].

وهذا التطور فرض على كافة وسائل الإعلام التقليدية ضرورة مواكبته والاستفادة منه حتى تبقى على قيد الحياة، فسارعت الكثير من الصحف لإنشاء مواقع إلكترونية لها على شبكة الإنترنت، وتزايدت هذه الصحف الإلكترونية، إضافة إلى صدور كثير من المجلات التي استفادت من هذه التقنية وكذلك انتشار المواقع الإلكترونية المختلفة.[3]

الفرع الثاني: مفهوم الاعلام الالكتروني و أهميته

ويُعد الإعلام الإلكتروني من أبرز هذه الأشكال التي ساهمت في تسريع نقل المعلومات وتوسيع نطاق الوصول إلى الجمهور، وسنتطرق في هذا الفرع إلى مفهومه **(أولا)**، وأهميته **(ثانيا)**.

أولا: مفهوم الاعلام الالكتروني

[1] صبيحة صاحبي، اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017-2018، ص 102.

[2] ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام وأخرون، المرجع السابق، ص 18.

[3] صبيحة صاحبي، المرجع السابق، ص 103.

نظرًا لحداثة المصطلح فقد اختلف العلماء والخبراء في وضع تعريف محدد له، ولكننا سنركز على تعريف اللجنة العربية للإعلام، فتعرف الإعلام الإلكتروني بأنه: الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح نشأة وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي آليًا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون[1].

ويمكن وضع تعريف مختصر للإعلام الإلكتروني: هو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة، يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير[2].

وهو الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وعلى رأسها الإنترنت، يحظى هذا النوع من الإعلام بحصة متنامية في سوق الإعلام وذلك نتيجة لسهولة الوصول إليها وسرعة إنتاجه وتطويره وتحديثه، كما يتمتع بمساحة من الحرية الفكرية. تعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة والإنترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث[3].

لم يتفق الباحثون والمتخصصون في مجال الإعلام على وضع تسمية محددة للإعلام الإلكتروني، وإنما وضعوا له عدة تسميات ومصطلحات مرادفة له بحسب رؤية وتصوّر كل منهم لهذا النوع من الإعلام، ومن هذه التسميات:

1-الإعلام الرقمي: هو الذي يجرد الإعلام الإلكتروني المعتمد على الحاسوب الآلي كمصدر حصري للوصول إلى المعلومة نحو بدائل أكثر إيجابية مثيرة للتفاعل والخيال والمتمثلة في

[1] فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014، ص 182.

[2] ليليا شاوي، هيئات ضبط الإعلام الإلكتروني بين المسؤولية والرقابة وحرية التعبير، مجلة دراسات في حقوق الإنسان، المجلد01، العدد 02، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2020، ص 58.

[3] علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، ط1، الأردن، 2013، ص 178.

الويب ومواقع التواصل الاجتماعي ووسائط الإدراك الحسي، وهو بذلك يعبر عن المحتوى المؤنسن الذي يفهم بنية وتركيبة المجتمع ويجد الحل لمشاكله وكيفية علاجها[1].

2-الإعلام التفاعلي: عرفه حسنين شفيق هو: "عملية الدمج الآني أو المتأني في أسلوب الاتصال والتواصل بين المرسل والمرسل إليه، وتكون المادة أو الرسالة هي محور هذا الدمج، بغرض توصيل الفكرة والاقتناع بها، أو الاستدراك حولها، فالتفاعلية من أهم الخصائص التي اختص بها الإعلام الإلكتروني بشكل مميز عن بقية وسائل الإعلام الأخرى لدرجة أن أطلق عليه الإعلام التفاعلي[2].

3-الإعلام الشبكي: عرفه محمد عبد الحميد هو: "العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة، بعدد من الوسائل، وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات، بما يتفق مع حاجات هذا القارئ واهتماماته وتفضيله، ويحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع".

4- الإعلام الجديد: يعرف قاموس التكنولوجيا الرفيعة الإعلام الجديد بشكل مختصر ويصفه بأنه: هو اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة، وبحسب ليستر فإن الإعلام الجديد باختصار هو: "مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام"[3].

---

[1] أحمد بودادة، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب في الجزائر، مجلة المعيار، المجلد 02، العدد 46، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر،تسمسلت ،الجزائر، 2019، ص 507.

[2] علي أمين هوشيار مظفر، تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد 07، كلية الآداب، جامعة صلاح الدين، العراق، أبريل 2018، ص 287.

[3] وداد سميشي، وسائل الإعلام الجديدة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد21، جامعة أم البواقي،الجزائر، 2015، ص 204.

ـ التعريف الإجرائي: إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة، والتلفزيون الرقمي والإنترنت، وهو يدل على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلًا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق، وتكون تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر[1].

ثانيا: أهمية الاعلام الالكتروني

يشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تقنية المعلومات والاتصال التي شهدها العالم. فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية "الإنترنت"، وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني المقروء والمسموع والمرئي، الذي يعد ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور، وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة، وبات يشكل نافذة مهمة جدًا لنشر المعلومات والحصول عليها[2].

ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الإلكتروني يسمى بـ "الجيل الشبكي" أو "جيل الإنترنت". وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي كـ "الفيسبوك، تويتر، إنستغرام، لينكد إن... إلخ." كوسيلة للتواصل بين الناس، حيث جعلت من الفرد مؤسسة إعلامية ينشر مواده الإعلامية على شبكات التواصل الاجتماعي[3].

[1] صحراوي شيماء، رحومة الرميصاء، الاطار القانوني لممارسة الاعلام الالكتروني في الجزائر – دراسة تحليلية–، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2022/2021، ص 21.

[2] صحراوي شيماء، رحومة الرميصاء ، المرجع نفسه، ص 25.

[3] محمد على أبو علا، التوثيق الاعلامي و النشر الالكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2013، ص 60.

أصبح الإعلام الإلكتروني محور الحياة المعاصرة، لما له من أهمية كبيرة في احتواء قضايا الفكر والثقافة، وبات يطلق عليها "ثقافة التكنولوجيا" أو "ثقافة الميديا". أصبح مستخدمو الإنترنت في العالم في تزايد مستمر في ظل ثورة الإنفوميديا التي تتجسد في الدمج بين وسائل الإعلام والاتصال. فالقنوات التلفزيونية أمكن لها بث برامجها عبر الموبايل، وبذلك استطاع الإعلام الإلكتروني أن يفرض واقعًا مختلفًا على الصعيد الإعلامي والثقافي والفكري والسياسي، فهو لا يعد تطويرًا فقط لوسائل الإعلام التقليدية، وإنما هو وسيلة إعلامية احتوت كل ما سبقها من وسائل الإعلام، من خلال انتشار المواقع والمدونات الإلكترونية وظهور الصحف والمجلات الإلكترونية التي تصدر عبر الإنترنت، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته. فالعصر الحالي يعد بحق عصر الإعلام الإلكتروني، إعلام المستقبل، والعالم أصبح يتجه اليوم بشكل عام نحو الإنترنت وتطبيقاته في المجالات المختلفة.[1]

[1] محمد على أبو علا، المرجع السابق، ص 60.

المطلب الثاني:

خصائص و أنواع الاعلام الالكتروني

يُعدّ الإعلام الإلكتروني من أبرز مظاهر التطور الذي عرفه قطاع الإعلام في ظل الثورة الرقمية وتقدم تقنيات الاتصال الحديثة. فقد أتاح هذا النوع من الإعلام إمكانيات كبيرة في نشر المعلومات وتبادلها بشكل سريع وفعال، مما ساهم في تغيير أساليب العمل الإعلامي التقليدي. كما أصبح وسيلة مهمة للتواصل ونقل الأخبار والمضامين الإعلامية إلى جمهور واسع في مختلف أنحاء العالم. وقد نتج عن هذا التطور بروز خصائص مميزة للإعلام الإلكتروني وتنوع أشكاله ووسائطه. لذلك سيتم في هذا المطلب التطرق إلى خصائص الإعلام الإلكتروني **(الفرع الأول)**، ثم عرض أهم أنواعه **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: خصائص الاعلام الالكتروني

هناك عدة خصائص يتميز بها الإعلام الإلكتروني أهمها:

1-**خاصية التنوع** :كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لإنجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة الورقية، كما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحرير. كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحرير وبين تلبية حاجيات الجمهور. هنا جاء دور نسيج الإنترنت الذي يسمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد نظرياً، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام، وهي المحرك لهذا التنويع في الإعلام والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطاً مختلفة من المقاربات تربط فيما بينها جميعاً بشبكة من المراجع[1].

[1] على عبد الفتاح، إدارة الاعلام، ط1، دار اليازوري، عمان، 2014، ص12

2-**خاصية التفاعل** :وتطلق على درجة المشاركة في عملية الاتصال وتأثيرها على أدوار الآخرين حيث باستطاعتهم تبادل الآراء والأفكار، ويطلق على ممارستهم الممارسة التفاعلية حيث يستطيع المرسل استقبال وإرسال الرسائل في الوقت نفسه، وتدخل هذه العملية مصطلحات جديدة مثل تبادل كبرى كمشاركين. والتفاعلية ليست عملية اتصالية مجردة يشترط فيها إحداث تفاعل وأثر ومشاركة[1].

3-**تفتيت الجمهور** :تعمل تكنولوجيا الاتصال المتطورة على تفتيت الجمهور بحيث يمكن توجيه نفس الرسالة لكل فرد من أفراد الجمهور على حدة مهما تعدد المتلقون ليتلقاها كل منهم في الوقت المناسب له[2].

4-**اللاتزامنية** :تعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من المشاركين كلهم أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه. مثال: البريد الإلكتروني يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية[3].

- **المشاركة**" :حيث تتيح وسائل الإعلام الجديد لجمهورها المشاركة بإضافاتهم وآرائهم عبر تسجيلها ضمن التعليقات على المواقع الإخبارية أو بإرسال الإيميلات والتويتر والمشاركة بالتصويت في البرامج التلفازية والإخبارية، بل هناك قنوات تشجع المشاهدين على تزويدهم بالأخبار من خلال الصور والأفلام الملتقطة عبر الموبايل وإرسالها إلى

[1] يسرى خالد ابراهيم، وسائل الاعلام الالكترونية و دورها في إنماء المعرفي، ط1، دار النفائس، عمان، 2014، ص 133.
[2] المرجع نفسه، ص 134.
[3] حسين شفيق، الاعلام الجديد، البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر و فن الطباعة، 2010، ص 63.

القناة لصناعة الحدث، وهو أمر لم تعهده صناعة الإعلام سابقاً حيث من يصنع الخبر يعمل مراسلاً في الجريدة أو القناة."[1]

5-**المرونة** :حيث يمكن لمستخدم وسائل الإعلام الجديد الوصول إلى كثير من مصادر المعلومات بكل سهولة ويسر، وإتاحة هذه المصادر للمستخدم يزيد من قدرته على الحصول على المعلومات المختلفة والمفاضلة بينها والاختيار المناسب منها[2].

6-**الشيوع والانتشار** :ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الإعلام والاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات الجمهور، وكل وسيلة تظهر تبدو على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة مثل: التلفزيون، ومع كل زيادة لهذه الأجهزة تزداد قيمة النظام لكل الأطراف المعنية[3].

7-**قابلية التوصيل** :وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثيرة من أجهزة أخرى، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي يتم فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز الهاتف بجهاز الفيديو[4].

[1] ياسين قرناني، أمينة بكار، تطبيقات الاعلام الجديد، المفاهيم، الخصائص، الوظائف، الفرص، و التحديات، ط1، دار الأيام، عمان، 2020، ص 25.

[2] علي خليل شقرة، الاعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2020، ص 57.

[3] يسرى خالد ابراهيم، المرجع السابق، ص 134.

[4] وهيبة بشريف، أخلقة الممارسة المهنية للاعلام الجديد، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية، المجلد11، العدد 1، جامعة باتنة، 2018، ص 413.

8-**إمكانية التحديث** :بعض نظم الإعلام الإلكتروني يمكن أن تتضمن معلومات تتغير بانتظام ويجب أن تخضع لتحديث معلوماتها على مدار الساعة مثل: الأخبار العاجلة، أسعار الأسهم وغيرها[1].

أيضاً من خصائص الإعلام الإلكتروني[2]:

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع دائرة مستخدميه.
- تخطي حدود الدول.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.
- توسيع دائرة التنافس الإعلامي.
- سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة إلكترونية.
- هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة.

[1] عباس ناجي حسين، الوسائط المتعددة في الاعلام الإلكتروني، دراسة مقارنة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 103.

[2] ساطور جهيدة، زوبير مخطارية، بن فريحة محمد، التنظيم القانوني للإعلام الالكتروني في الجزائر بين النصوص القانونية و الممارسة المهنية- دراسة ميدانية على عينة من صحفي الصحف الالكترونية-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021/2020، ص 27.

الفرع الثاني: أنواع الاعلام الالكتروني

يعود وفق هذا التصنيف إلى مجموعة من الأشكال الصحفية في الإذاعة والتلفزيون والصحف، ويشيران إلى راديو وتلفزيون الحوار الذي يرجع إلى حقبة الثلاثينات من القرن الماضي، وبرامج الحوار الحية وبرامج الأخبار الحية ويشمل التجديد، في حالات أخرى، نموذج برنامج أوبرا وقد بادر معظمها باستخدام التكنولوجيات الجديدة، وطبقوا أساليب مستحدثة في بناء موضوعاتهم وتقديمها[1].

النوع الأول: الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة:

تمثله الوسائل جميعها التي نعايشها الآن التي تعمل بواسطة الكمبيوتر، وتشمل شبكة الإنترنت والبريد الإلكتروني وغيرهما، وهي الوسائل التي مكنت من إنفاذ حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات ومن التواصل بين الطرفين وحققت للمواطنين إسماع أصواتهم للعالم، وتجاوزت العوائق المكانية والزمانية والحدود بين الدول التي كانت تعيق حركة الإعلام القديم، وتتصف هذه الوسائل بدورها الفعال في تسهيل التفاعل الجماهيري وتقديم مصادر لا حد له[2].

النوع الثاني: الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة:

هنا تزول الفوارق بين القديم والجديد، فقد أصبحت الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة حدوداً اصطناعية، وحدثت حالة تبادل للمنافع بين الإعلام القديم والجديد، ويستخدم الكثير من الممارسين للعمل الإعلامي الذين يعملون في الوسائل التقليدية الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم الإعلامية المختلفة، وكما يعترف الأفراد، تعترف المؤسسات القديمة أيضاً بأهمية

[1] صحراوي شيماء، رحمومة الرميصاء، المرجع السابق، ص 26.

[2] بشرى جميل اسماعيل، مدخل الاعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الاعلامي، المجلد1، العدد 14، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011، ص 18.

الإعلام الجديد، فصحف كبيرة مثل واشنطن بوست ونيويورك تايمز لديها مواقع ضخمة على شبكة الإنترنت، وتتواصل برامج التلفزيون المختلفة ونشرات الأخبار مع الجمهور بأدوات الإعلام الجديد وتكمل مشروعها الإعلامي وتدير استطلاعاتها عبر الوسائل المستحدثة[1].

مقاربة عربية لفهم الإعلام الجديد: وهناك تصنيف آخر للإعلام الجديد، إذ قسم عدد من الباحثين الإعلام الجديد وفقاً لعدة أنواع وهي[2]:

1-الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها، وهو جديد كلياً بصفات ومميزات غير مسبوقة، إذ ينمو بسرعة كبيرة وتتولد عنه مجموعة من التطبيقات والمواقع.

2-نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية، مثل: الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل: التفاعلية والرقمية.

3-الإعلام الجديد القائم على منصة الكمبيوتر، ويتم تداول هذا النوع من الإعلام بوسائل إما شبكية أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل: الأسطوانات الضوئية والكتب الإلكترونية.

4-والإعلام الجديد كمفهوم يشمل جميع الأنواع السابقة من حيث أنه قائم على شبكة الإنترنت وتطبيقاتها وقائم على الأجهزة المحمولة ويجمع وسائل الإعلام التقليدية الأخرى.

[1] بشرى جميل اسماعيل، المرجع السابق، ص 18.

[2] وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الاعلام الجديد تحولات اتصالية و رؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الامارات العربية المتحدة، 2017، ص 81.

المبحث الثاني:

الاعلام الالكتروني كبديل للإعلام التقليدي

شهدت وسائل الاتصال والإعلام في العقود الأخيرة تطورًا كبيرًا نتيجة الثورة الرقمية وانتشار الشبكات الإلكترونية، حيث لم يعد الإعلام التقليدي وحده المصدر الأساسي للمعلومة، بل برز الإعلام الإلكتروني كقوة مؤثرة بفضل التطور التكنولوجي وانتشار الإنترنت، وقد أسهم هذا التحول في تغيير طرق إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، كما أتاح للجمهور فرصًا أوسع للتفاعل والمشاركة، وفي ظل هذا الواقع، أصبح من الضروري دراسة أشكال الإعلام الإلكتروني ومفاهيمه المرتبطة به لفهم طبيعته وخصائصه، كما تبرز أهمية المقارنة بينه وبين الإعلام التقليدي من حيث الوسائل والتأثير والمصداقية، ويهدف هذا المبحث إلى تسليط الضوء على هذه الجوانب من خلال تحليل أشكال الإعلام الإلكتروني والمفاهيم المشابهة له (**المطلب الأول)**، وبيان الفروق الجوهرية بينه وبين الإعلام التقليدي(**المطلب الثاني)**.

المطلب الأول:

أشكال الاعلام الالكتروني و المفاهيم المشابهة له

يتسم العصر الراهن بطفرة نوعية في مجال التقنيات الرقمية وتدفق المعلومات، مما أدى إلى بروز الإعلام الإلكتروني كأحد أبرز ملامح هذا التحول، فقد أصبح هذا النوع من الإعلام يلعب دورًا محوريًا في نقل المعلومات والتأثير في الرأي العام، متجاوزًا القيود الزمانية والمكانية التي كانت تميز وسائل الإعلام التقليدية. كما تنوعت أشكال الإعلام الإلكتروني لتشمل منصات متعددة تتناسب مع احتياجات المستخدمين المختلفة. وبالمقابل، ظهرت مفاهيم أخرى قريبة منه تتقاطع معه في الوظائف والأهداف، مما يستدعي التمييز بينها. وعليه، سنحاول

في هذا المطلب التطرق إلى أشكال الإعلام الإلكتروني(**الفرع الأول)** وأهم المفاهيم المشابهة له**(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: أشكال الاعلام الالكتروني

ارتبط الإعلام الإلكتروني الجديد بالتطورات التي شهدتها شبكة الإنترنت، وخاصة الإمكانيات التفاعلية التي أتاحها ويب 2.0، وكانت أبرز تطبيقاتها ما نشهده من شبكات اجتماعية وأدوات اتصال ومشاركة للمحتوى والأفكار والخبرات، ومع تدفق التقنيات الإعلامية الجديدة، فإن المفاهيم العالمية ونظم الاتصال الجماهيري أخذت أشكالًا جديدة، وأجبرت الوسائل التقليدية على التكيف مع المتغيرات التي فرضتها شبكة الإنترنت، والتي أصبحت من خلالها معايير جديدة للاتصال الجماهيري. وهنا يشير "برودي": "بينما يستمر التلفزيون بدوره كنافذة على العالم، فإن الإعلام الإلكتروني استطاع أن يوصل المستخدم بالعالم طالما هو متصل بالإنترنت"[1].

وتتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني:

- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة وحزم النشر الصحفي.
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة التي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.

[1] أمال قرساس، محاضرة مدخل الوسائل الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2022، ص 8.

- الأرشيف الإلكتروني: وهو نمط يمكن فيه أرشفة جميع المعلومات الإلكترونية بحيث يمكن للمتلقي أن يسترجعها في أي وقت.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف مواقع على الشبكة.
- المواقع الشخصية.
- المراصد الإعلامية. [1]
- النشرات البريدية.
- المدونات.
- المنتديات.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية، وغرف الدردشة الصوتية.
- اللوائح البريدية.[2]
- خدمات الهاتف الجوال: وتشمل البث الحي عبر الهاتف المحمول، وبث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمات الـ SMS وMMS، وغيرهما.
- بث خدمات الأخبار العاجلة.[3]

[1] عباس ناجي حسن، المرجع السابق، ص 100.

[2] عباس ناجي حسن، المرجع نفسه، ص 100.

[3] أحمد صابر حوحو، هدى زوزو، الإعلام الإلكتروني بين حرية الرأي وقيود القانون، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد1، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2021، ص 123.

وهذا يعني أن الوسائل الإلكترونية الحديثة قد سادت ساحة الثقافة، الأمر الذي يؤكد محورية الإعلام في حياتنا المعاصرة، وذلك الاهتمام الكبير الذي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر حتى بات يُطلق عليها الثقافة الإلكترونية أو الثقافة التكنولوجية.[1]

الفرع الثاني: المفاهيم المشابهة للاعلام الالكتروني

يطلق على الإعلام الإلكتروني عدة مسميات ومصطلحات منها:

الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة الإعلام الشبكي، الإعلام التشعبي

يعرف محمد عبد الحميد الإعلام الشبكي بأنه: "العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على الشبكات لإتاحة المحتوى في روابط متعددة بعدد من الوسائل وفق آليات وأدوات معينة تساعد القارئ في الوصول إلى هذا المحتوى، وتوفر له حرية التجول والاختيار والتفاعل مع عناصر هذه العمليات بما يتفق مع حاجات هذا القارئ ويحقق أهداف النشر والتوزيع على هذه المواقع".[2]

ويشير مفهوم الإعلام الرقمي إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل الويب (Web) والفيديو والصوت والنصوص وغيرها، وبالتالي فهو العملية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية واستقبالها من خلال النظم الرقمية، بما

[1] عباس ناجي حسن، المرجع السابق، ص101.

[2] فهد عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية: كيف تتعامل مع الإعلام، ط 1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010م، ص 182.

فيها التلفزيون التفاعلي أو غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية[1].

-**الإعلام الوسائط المتعددة:** عُرفت الوسائط المتعددة في مجال التكنولوجيا منذ أواسط القرن الماضي، وكلمة Multimedia مكونة من قسمين: القسم الأول يحمل الكلمة Multi وهي تستخدم في اللغة الإنجليزية بمعنى التعددية، وتشير Media إلى الوسائل الحاملة للمعلومات مثل الورق، والأشرطة، والأقراص السمعية والبصرية.[2]

-**الإعلام التفاعليInteractive Media** :، جاءت هذه التسمية لتوافر حالة العطاء والاستجابة بين المستخدمين لشبكة الإنترنت، وكذلك في التلفزيون والراديو التفاعليين وصحافة الإنترنت.

-**إعلام المعلوماتInfo Media** : للدلالة على التزاوج الحاصل بين الكمبيوتر والاتصال، وعلى ظهور نظام إعلامي جديد يستفيد من تطور تكنولوجيا المعلومات ويندمج فيها.[3]

[1] إيمان علي عون، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديدة تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، المنامة، 2009، ص 517.

[2] إيهاب شعبان عطية طاهر، دور التصميم الجرافيكي والوسائط المتعددة في تطوير الكتب التعليمية الإلكترونية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، كلية العمارة والتصميم، جامعة الشرق الأوسط،عمان ، 2018، ص 44.

[3] محمد علاوة، الإعلام الجديد المفهوم، الخصائص، العوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد الأول: العدد الأول و الثاني(عدد مزدوج)1-2، جامعة خنشلة، جوان 2017، ص 163.

المطلب الثاني:

الفرق بين الاعلام التقليدي و الاعلام الالكتروني

يتفق الكثير من الباحثين إن أهم ما يميزه الإعلام الإالكتروني هو التفاعلية و القدرة على دمج المحتويات الإعلامية ومعالجتها و تنسيقها وإرسالها و استقبالها و تخزينها بمرونة عالية و هناك عدة جوانب في الاعلام الإلكتروني تميزه عن الإعلام القديم و تجعله منافسا قويا و بديلا له في الكثير من الأحيان " وقد ناقش Me.Qauil مكويل " نقاط المقاربة بين الإعلام الجديد و القديم من أربعة جوانب رئيسية و هي كالتالي:

-من حيث النفوذ وعدم التكافؤ :إذ يختلف الإعلام الإلكتروني عن الإعلام التقليدي بأنه أكثر انفتاحًا وأقل احتكارًا، فالوصول إلى الإعلام الإلكتروني أسهل وأسرع من التقليدي، كما أن تدفق وحركة المعلومات في الإعلام الإلكتروني تكون في كل الاتجاهات سواء في إرسالها أو استقبالها، كما أن الحكومات لا تتحكم بالإنترنت ولا تضع لها التشريعات مثل الإعلام التقليدي[1].

-من حيث التلاحم الاجتماعي والهوية الثقافية :بما أن هناك مستخدمين كثر للإعلام الإلكتروني ذوي هويات وثقافات متنوعة، فإنه سيساهم بذلك في ظهور علاقات اجتماعية كثيرة ومتنوعة وتشكيل شبكات من الأفراد تربطهم أهداف واهتمامات مشتركة، وهو الأمر الذي لم يكن سانحًا سابقًا. فكان الإعلام التقليدي يخاطب الحاجة إلى التلاحم وتعزيز الهوية من خلال منظور الدولة الواحدة التي يحدها نطاق جغرافي محدد، أما في عصر الإعلام الإلكتروني فالهوية والاهتمام الثقافي يتجاوزان حدود الدولة الواحدة بسهولة[2].

[1] بن عبو وليد، الإعلام الجديد: مفهومه و خصائصه، مدخل نظري عام، مجلة الراصد العلمي، مجلة علمية دولية محكمة، المجلد 07، العدد 01، جامعة وهران 1، مارس 2020، ص 39.

[2] بن عبو وليد، المرجع نفسه، ص 40.

-من حيث القدرة على إحداث التغيرات الاجتماعية والمساهمة في مشاريع التنمية :من خلال النظرة التقليدية فإن حملات التنمية والتغير الاجتماعي تحتاج إلى تخطيط مركزي وتنظيم ذي اتجاه واحد ومجهودات جماعية مركزية، بالإضافة إلى ميزانيات ضخمة. وهذه الخصائص لا نجدها في الإعلام الإلكتروني الذي يغلب عليه طابع اللامركزية ويعتمد على المجهودات الفردية أو الجماعية المصغرة، ولكن أدوات ومضامين الإعلام الإلكتروني قد تتفوق في هذا المجال نظرًا لتنوعها وجاذبيتها وتميزها بالتفاعلية، كما أن الجمهور يتفاعل معها بطريقة اختيارية أو تطوعية[1].

التعامل مع الزمان والمكان :فيما يتعلق بتخطي حاجزي الزمان والمكان، فإن الإعلام التقليدي نجح في تخطي حاجز المكان، إذ إن التلفزيون يصل إلى أي منطقة في العالم بالبث الحي عبر الأقمار الصناعية، لكن انتشار الإعلام الإلكتروني ضاعف من هذه القدرة وخفف من أعباء الإرسال التقليدي الذي يتطلب تجهيزات ضخمة، كما أن الإعلام الإلكتروني تحرر من قيود المكان التي تفرض على الإعلام التقليدي التواجد في مراكز بث محددة ومراكز استقبال محددة. أما من حيث الوقت فإن الإعلام الإلكتروني يتفوق على الإعلام التقليدي من حيث سرعة إرسال واستقبال الرسائل الإعلامية بطرق متعددة، منها مواقع مخصصة للأخبار ومواقع الشبكات الاجتماعية ومواقع المحادثات والدردشة، كما أن أدوات الإعلام الإلكتروني توفر خاصية الأرشفة لاسترجاع المضامين من فترة زمنية سابقة.[2]

ولقد لخص أحمد عاشور الفرق بين الإعلام الإلكتروني والإعلام التقليدي في النقاط الآتية:

[1] ربيحة نبار، كريمة مقاوسي، جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد1، العدد 68، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2020، ص 25.

[2] ربيحة نبار، كريمة مقاوسي، المرجع نفسه، ص 25.

- الإعلام الإلكتروني هو إعلام حر، خالٍ من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة .

- أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الإلكتروني لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث ونقاط التوتر حول العالم، حيث إنه أكثر أمانًا لرجال الإعلام، وخير مثال على ذلك ثورات الربيع العربي .

- ظهور نوع جديد من الإعلاميين يمكن تسميتهم بـ"الإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعي الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا اللقب عن طريق تغطيتهم لمجريات الأحداث حول العالم وبؤر التوتر، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص يمكن أن تتقلص في القريب العاجل مع العمل المتواصل .

- يشهد الإعلام الجديد نشاطًا اقتصاديًا غير مسبوق وطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.[1]

[1] أحمد مصطفى معزة فضل السيد، الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الإذاعة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017، ص 44.

الفصل الثاني

تنظيم الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري

الفصل الثاني:

تنظيم الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري

يشهد الإعلام الإلكتروني في الجزائر تطورًا متسارعًا بفعل الثورة الرقمية وتنامي استخدام تكنولوجيا الاتصال، الأمر الذي فرض على المشرّع الجزائري ضرورة التدخل لتنظيم هذا المجال وضبط ممارسته. ويُعد الإعلام الإلكتروني من أبرز مظاهر التحول في البيئة الإعلامية، لما يتميز به من سرعة انتشار المعلومة وتعدد وسائط النشر، مما يستدعي تأطيرًا قانونيًا يوازن بين حرية التعبير ومتطلبات النظام العام، وفي هذا الإطار، جاء القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام ليضع الأسس العامة لتنظيم النشاط الإعلامي، رغم أنه لم يفصل بشكل دقيق في خصوصيات الإعلام الإلكتروني. ومع تطور هذا النوع من الإعلام، برزت الحاجة إلى وضع آليات قانونية أكثر تحديدًا تتعلق بكيفيات التأسيس، وشروط الممارسة، والضوابط المهنية، والقيود القانونية التي تحكم هذا النشاط. كما أن تعدد الفاعلين في المجال الرقمي وتزايد تأثيره في الرأي العام جعلا من الضروري تعزيز الإطار التنظيمي بما يضمن الشفافية والمسؤولية، ومن ثم، فإن دراسة تنظيم الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري تكتسي أهمية بالغة لفهم مدى قدرة النصوص القانونية على مواكبة التحولات الرقمية.

وعليه، سيتم في هذا الفصل التطرق إلى الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في ظل القانون العضوي 12-05 (**المبحث الأول**)، ثم إلى الآليات القانونية المعتمدة لتنظيم هذا النشاط وضبط ممارسته في الجزائر(**المبحث الثاني**).

المبحث الأول:

الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في الجزائر في ظل القانون العضوي رقم 12-05

يُعدّ الإعلام الإلكتروني من أبرز التحولات التي شهدها قطاع الإعلام في الجزائر، الأمر الذي استدعى تدخل المشرّع لوضع إطار قانوني ينظم هذا النشاط ويضبط ممارسته. وفي هذا السياق، جاء القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام ليشكل المرجع الأساسي لتنظيم المجال الإعلامي، رغم أنه لم يفصل بشكل دقيق في خصوصيات الإعلام الإلكتروني. ويكتسي هذا القانون أهمية خاصة لكونه صدر في ظل سياق سياسي وإعلامي مميز، سعى من خلاله المشرّع إلى تكريس حرية التعبير مع وضع حدود قانونية لممارستها. كما تضمن جملة من الأحكام العامة التي يمكن إسقاطها على الإعلام الإلكتروني، إلى جانب نصوص تحدد القيود القانونية المرتبطة بحماية النظام العام والحقوق الأساسية. وعليه، يهدف هذا المبحث إلى دراسة الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في ظل هذا القانون، من خلال التطرق إلى ظروف صدوره (**المطلب الأول**)، وأهم أحكامه (**المطلب الثاني**)، ثم القيود الواردة على حرية ممارسته (**المطلب الثالث**).

المطلب الأول

ظروف صدور القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام

يُعدّ القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام من أهم النصوص القانونية التي عرفت بها المنظومة الإعلامية في الجزائر، حيث جاء في سياق إصلاحي شامل مست مختلف القطاعات. وقد ارتبط صدوره بجملة من الظروف الداخلية التي فرضتها التحولات السياسية والاجتماعية والاقتصادية التي شهدتها البلاد. كما تأثر كذلك بعدد من العوامل الخارجية

المرتبطة بالتطورات الإقليمية والدولية في مجال الإعلام وحرية التعبير، ويهدف هذا المطلب إلى إبراز مختلف هذه الظروف التي أسهمت في إصدار هذا القانون، وذلك من خلال التطرق إلى العوامل الداخلية **(الفرع الأول)**، ثم العوامل الخارجية **(الفرع الثاني)**.

الفرع الأول: العوامل الداخلية

صدر قانون الإعلام بعد المشاورات التي قامت بها وزارة الاتصال مع المؤسسات الإعلامية، التي دعتهم إلى تقديم اقتراحات بخصوص إعداد مشروع جديد من أجل مناقشة جملة من النقاط التي تغافل عنها القانون السابق، العوامل المؤثرة في إصدار القانون يمكن أن نلخصها في النقاط التالية[1]:

- الاحتياجات الشعبية الواسعة: ارتبطت باحتياجات الشعب المتمثلة في غلاء المعيشة، وارتفاع أسعار المواد الغذائية، وضعف القدرة الشرائية للمواطنين .
- التنديدات المتواصلة للأسرة الإعلامية: يعد التحسن الذي عرفته البلاد على الصعيد السياسي بداية من 1997، عادت الصحافة المكتوبة بقوة إلى الساحة الإعلامية من حيث معالجة القضايا كالفساد والرشوة .
- تتمثل في عوامل داخلية يمكن حصرها فيما يلي :
  - صدر هذا القانون العضوي في خضم الإصلاحات السياسية التي باشرتها السلطات العمومية، تمثلت في نصوص الإصلاحات السياسية، ومنها على الخصوص: الأمر رقم 11–01 المؤرخ في 20 ربيع الأول عام 1432 الموافق

[1] دنيا زاد سويح، التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2019/2018، ص 55.

لـ 23 فبراير 2011، رفع حالة الطوارئ[1]، والقانون العضوي رقم 05/12 المتعلق بالإعلام [2].

- تكوين الرأي العام في الجزائر أصبح يشكل من خلال قنوات أجنبية، يرى البعض أن تحرير هذا القطاع جاء متأخراً على الرغم من أهميته في تشكيل الرأي العام .

الفرع الثاني: العوامل الخارجية

تُعدّ العوامل الخارجية من بين أبرز الدوافع التي أثّرت في إصدار قانون الإعلام، حيث لم يكن السياق الدولي والإقليمي بمعزل عن التحولات التي شهدتها الجزائر في هذا المجال. وفي مقدمة هذه العوامل ما يُعرف بـ"الربيع العربي"، الذي شكّل نقطة تحوّل في طبيعة التعاطي مع قضايا الإعلام وحرية التعبير في العديد من الدول العربية. فقد أدّت هذه الحركات إلى بروز دور الإعلام، خاصة الإلكتروني، كوسيلة فعّالة في نقل الأحداث والتأثير في الرأي العام، وهو ما دفع السلطات إلى ضرورة مواكبة هذه التطورات من خلال وضع إطار قانوني ينظم هذا النشاط[3].

كما ساهم الانتشار الواسع لتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، وعلى رأسها شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، في تسريع تدفق المعلومات عبر الحدود دون رقابة تقليدية، مما جعل الإعلام الإلكتروني عابراً للحدود، لا يخضع للقيود الجغرافية أو السيادية.

[1] الأمر رقم 11-01 مؤرخ في 20 ربيع الأول، عام 1432 الموافق ل 23 فبراير 2011، يتضمن رفع حالة الطوارئ في الجائر، ج ر عدد 12، الصادر في 2011.

[2] القانون رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق ل 12 يناير 2012 يتعلق بالإعلام، ج ر عدد 02 الصادر في 15 يناير 2012.

[3] أحمد عمراني، فاعلية قانون الإعلام في غياب النصوص التطبيقية والهيئات المنصوص عليها، الندوة الفكرية، الممارسة الصحفية ومستقبل المشهد الاعلامي في الجزائر، جامعة أحمد بن بلة، وهران، 2014، ص 02.

هذا الواقع فرض على الدولة ضرورة تحديث تشريعاتها الإعلامية بما يتلاءم مع المعايير الدولية، ويأخذ بعين الاعتبار التزاماتها في مجال حرية التعبير وحقوق الإنسان[1].

إضافة إلى ذلك، تأثرت الجزائر بالتجارب القانونية المقارنة، خاصة في الدول التي سبقتها في تنظيم الإعلام الإلكتروني، حيث تم الاستئناس ببعض النماذج الدولية في وضع قواعد تنظيمية تضمن حرية الإعلام من جهة، وتحافظ على النظام العام والأمن الوطني من جهة أخرى. كما أن الضغوط الدولية، سواء من المنظمات الحقوقية أو الهيئات الإعلامية العالمية، لعبت دوراً في توجيه السياسات التشريعية نحو مزيد من الانفتاح والشفافية[2].

وعليه، فإن هذه العوامل الخارجية مجتمعة ساهمت في تسريع وتيرة الإصلاحات في قطاع الإعلام، وفرضت على المشرّع الجزائري تبني مقاربة قانونية حديثة تتماشى مع التحولات الإقليمية والدولية.

المطلب الثاني

الأحكام العامة المنظمة للإعلام الإلكتروني في القانون العضوي رقم 12-05

جاء هذا القانون في إطار الإصلاحات التي مست العديد من القطاعات في سبيل ترسيخ الديمقراطية، حيث تعد هذه الإصلاحات الخطوة الثانية بعد حالة الطوارئ في 2011 إضافة إلى تفعيل قوانين مكافحة الفساد. وكل هذا جاء كرد فعل طبيعي لامتصاص الغضب الشعبي الذي عرفته بلدان كثيرة من العالم العربي وعُبر عنه في شكل مظاهرات شعبية

[1] ساطور جهيدة، زوبير مخطارية، بن فريحة محمد، التنظيم القانوني للاعلام الالكتروني في الجزائر بين النصوص القانونية والممارسة المهنية- دراسة ميدانية على عينة من صحفي الصحف الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021/202، ص 49.

[2] ساطور جهيدة، زوبير مخطارية، بن فريحة محمد، المرجع نفسه، ص 49.

واعتصامات في ساحات عمومية في كل من تونس ومصر واليمن والبحرين وسوريا، وهذا ما اصطلح عليه بالربيع العربي[1].

بعد أشهر قليلة من عرض مسودة المشروع التمهيدي للقانون العضوي المتعلق بالإعلام لسنة 2011. وبعد مصادقة البرلمان بالأغلبية الساحقة على نص القانون العضوي الجديد صدر القانون رقم 12-05 المتعلق بالإعلام في الجريدة الرسمية بتاريخ 15 جانفي 2012، وهو أول قانون عضوي للإعلام في الجزائر تضمن 133 مادة موزعة على 12 بابًا، وجاء متضمنًا لأول مرة تنظيم الإعلام الإلكتروني، في خطوة تهدف إلى مواكبة التطورات الحاصلة في القطاع. كما خصّص حيزًا مهمًا لتنظيم النشاط السمعي البصري وفتح المجال أمام التعددية الإعلامية بعد سنوات من الاحتكار[2].

الفرع الأول: تنظيم النشاط السمعي البصري ودور هيئات الضبط

يمكن القول إن القانون العضوي رقم 12-05 جاء بأهم تحول في المجال الإعلامي من خلال إعادة تنظيم القطاع السمعي البصري، حيث أقرّ إنشاء سلطتين للضبط، إحداهما متعلقة بالصحافة المكتوبة والأخرى بالنشاط السمعي البصري. كما نص على رفع الاحتكار عن هذا القطاع والسماح بقدر من الانفتاح الإعلامي[3].

وقد خصص القانون سلطة مستقلة للسمعي البصري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، تتولى ضبط وتنظيم ومراقبة هذا النشاط من الناحية القانونية والتنظيمية، وتحدد مهامها وصلاحياتها وكيفيات سيرها بموجب النصوص القانونية المنظمة لها، وفق ما ورد في المادتين 65 و66. كما عرف القانون النشاط السمعي البصري بأنه كل بث أو إرسال

[1] نصر الدين مزاري، محاضرات في مقياس تشريعات إعلامية، مقدمة لطلبة السنة الثانية إعلام وإتصال، جامعة زيان عاشور، الجلفة، 2016، ص 17.

[2] المرجع نفسه، ص 18.

[3] أحمد عمراني، المرجع السابق، ص 04.

للإشارات أو الصور أو الأصوات الموجهة للجمهور عبر وسائل الاتصال المختلفة، كما ورد في المادة 58[1].

الفرع الثاني: تنظيم الإعلام الإلكتروني في القانون العضوي رقم 12-05

يُعد الإعلام الإلكتروني من المستجدات التي جاء بها القانون العضوي رقم 12-05، حيث خصص له الباب الخامس تحت عنوان وسائل الإعلام الإلكترونية، وتضمن عدة مواد حاولت وضع إطار قانوني لهذا النشاط[2].

وقد عرف القانون الصحافة الإلكترونية بأنها كل خدمة اتصال مكتوبة عبر الإنترنت موجهة للجمهور أو لفئة منه، وتنشر بصفة مهنية من طرف شخص طبيعي أو معنوي خاضع للقانون الجزائري، كما جاء في المادة 67. غير أن هذا التعريف بقي عامًا ولم يحدد بدقة الجوانب التنظيمية الخاصة بإنشاء وسائل الإعلام الإلكترونية أو شروط ممارستها[3].

كما تطرق القانون إلى النشاط السمعي البصري عبر الإنترنت، حيث نص في المادتين 67 و70 على أنه يشمل إنتاج وبث مضامين إعلامية موجهة للجمهور بصفة مهنية عبر الإنترنت، تتضمن أخبارًا ومعالجات إعلامية ذات طابع صحفي. غير أن القانون لم يتضمن إجراءات واضحة ومفصلة لإنشاء الصحف أو المنصات الإلكترونية، مكتفيًا بإشارات عامة مقارنة بما هو منصوص عليه للإعلام التقليدي، رغم التطور الكبير الذي عرفه الإعلام الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي في تلك المرحلة[4].

---

[1] عبد القادر جغلول، قانون الإعلام في الجزائر: دراسة تحليلية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2015، ص 85.

[2] القانون العضوي رقم 12-05 السالف الذكر.

[3] المادة 67 من المرجع نفسه.

[4] المادتين 67 و 70 من القانونالعضوي 12-05 مرجع نفسه.

المطلب الثالث

القيود القانونية الواردة على حرية الإعلام الإلكتروني

يخضع نشاط الإعلام الإلكتروني في الجزائر، شأنه شأن باقي وسائل الإعلام، لمجموعة من القيود القانونية التي تهدف إلى تنظيم ممارسته وضبطه في إطار قانوني واضح. وتستمد هذه القيود أساسها من أحكام القانون العضوي رقم 12-05، الذي سعى إلى تحقيق التوازن بين حرية التعبير وحماية المصلحة العامة، كما ترتبط هذه القيود بالمبادئ الدستورية والنظام العام (**الفرع الأول)**، بما يضمن احترام ثوابت الدولة واستقرارها، ومن جهة أخرى، تشمل أيضًا ضوابط تتعلق بممارسة النشاط الإعلامي وحماية العدالة وحق الجمهور في الحصول على المعلومات(**الفرع الثاني)**، وعليه سيتم التطرق إلى هذه القيود من خلال فرعين أساسيين.

الفرع الأول: القيود العامة المرتبطة بالمبادئ الدستورية والنظام العام

ومن بين أهم القيود التي وردت على نشاط الإعلام في القانون العضوي للإعلام 12-05 سواء كان النشاط متعلقًا بالصحافة الإلكترونية أو بالنشاط السمعي البصري عبر الإنترنت، حيث نصت المادة 71 على أنه: "يمارس نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الإنترنت في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون العضوي". حيث نصت المادة الثانية من هذا القانون: "يمارس نشاط الإعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما، وفي ظل احترام[1]:

- الدستور والقوانين الجمهورية.

- الدين الإسلامي وباقي الأديان.

[1] المادة 2 من القانون العضوي رقم 12-05 السالف الذكر.

– الهوية الوطنية والقيم الثقافية للمجتمع.

– السيادة الوطنية والوحدة الوطنية.

– متطلبات أمن الدولة والدفاع الوطني.

– متطلبات الأمن العام."

كما تندرج ضمن هذه القيود متطلبات النظام العام، حيث إن حماية الأمن القومي والنظام العام والصحة العامة والأخلاق تُعد استثناءً واسعًا من شأنه منح القائم على السلطة إمكانية تقييد حرية الرأي والتعبير. وينصرف الأمن القومي إلى سيادة الدولة واستقلالها في علاقتها بالأمم الأخرى سواء في السلم أو الحرب. كما أن فكرة النظام العام ترتبط بمجموعة الأسس التي يقوم عليها المجتمع، والتي تختلف من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر، وتشمل النظام العام المادي والمعنوي، بما فيه الآداب العامة، باعتبارها عنصرًا من عناصره[1].

الفرع الثاني: القيود المتعلقة بممارسة النشاط الإعلامي وحماية العدالة وحق الوصول للمعلومات

يخضع نشاط الإعلام الإلكتروني لجملة من القيود المرتبطة بكيفية ممارسته، وذلك بهدف تحقيق التوازن بين حرية الإعلام ومتطلبات حماية النظام العام وسير العدالة، وتتجسد هذه القيود في تنظيم إصدار الصحف الإلكترونية، وضبط الحق في الوصول إلى المعلومات، مع احترام سرية التحقيقات القضائية، كما تمتد هذه القيود لتشمل متطلبات النظام العام التي تشكل إطارًا عامًا يحكم مختلف أوجه النشاط الإعلامي.

[1] محمد الصغير بعلي، القانون الإداري: التنظيم الإداري والنشاط الإداري، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013، ص 112.

أولا: إصدار الصحف:

تراجع قانون الإعلام عن سابقه عندما أخضع إصدار النشريات الدورية لإيداع تصريح مسبق موقع من قبل المدير المسؤول للنشرية لدى سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، ويسلم له فورًا وصل بذلك، وبعد ذلك تمنح سلطة الضبط الاعتماد. وبذلك يكون المشرع قد حول جهة إيداع التصريح من وكيل الجمهورية في قانون 1990 إلى سلطة الضبط. والملحوظ أن هذا القانون يستخدم من جهة "التصريح المسبق" في المادة 11: "إصدار نشريه دورية يتم بحرية، ويخضع إصدار كل نشريه دورية لإجراءات التسجيل ومراقبة صحة المعلومات بإيداع تصريح مسبق موقع من طرف المدير المسؤول للنشرية لدى سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، ليعود ويستخدم من جهة أخرى "الاعتماد"[1].

لقيد إصدار الصحف بالحصول عليه، بعد إيداع التصريح المذكور في المادتين 11 و12 في القانون العضوي للإعلام وتسليم الوصل، وتمنح سلطة ضبط الصحافة المكتوبة الاعتماد في أجل 60 يومًا ابتداءً من تاريخ إيداع التصريح، ويعتبر الاعتماد بمثابة الموافقة على الصدور. ولقد نصت المادة 41 على أنه: "تمتد مهام وصلاحيات سلطة ضبط الصحافة المكتوبة إلى نشاط الإعلام المكتوب عن طريق الاتصال الإلكتروني"، وهذا يدل على أن ما يقع على الإعلام المكتوب يقع أيضًا على الإعلام الإلكتروني[2].

ثانيا: الحق في الحصول على المعلومات:

يعترف القانون في المادة "83" بالحق في الوصول للمعلومات وحق المواطن في الإعلام وينص على أنه: "يجب على كل الهيئات والإدارات والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام وفي إطار هذا القانون العضوي

[1] حمزة قدة، حرية الإعلام الالكتروني في قانون الاعلام لسنة 2012، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد1، العدد02، جامعة الوادي، 2021، ص 572.

[2] عبد القادر جغلول، المرجع السابق، ص 102.

والتشريع المعمول به". والصحفي في التشريع الجزائري هو كل من يحترف مهنة الصحافة (أي صحفي محترف)، والصحفي المحترف هو كل شخص يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشريه أو دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الإنترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرًا رئيسيًا لدخله، وهو كذلك كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز إعلام طبقا للإجراءات المنصوص عليها في المادتين 74 و80 من قانون الإعلام، مع وجود عقد عمل مكتوب يحدد حقوق الطرفين وواجباتهما[1]. غير أنه يمنع على الصحفي المحترف الوصول إلى مصادر الخبر في الحالات التي نصت عليها المادة 84 وهي[2]:

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو محدد في التشريع المعمول به .
- عندما يمس الخبر بأمن الدولة أو السيادة الوطنية مساسًا واضحًا .
- عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق القضائي .
- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي .
- عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد .

ثالثا: سرية التحقيق القضائي:

يتصف التحقيق الابتدائي بالسرية حيث لا يجوز أن يشهده غير الخصوم أو وكلائهم، وعلى هذا الأساس لا يمكن أن تمتد حرية الإعلام إلى نشر أو بث الوثائق والأخبار التي تلحق ضررًا بسر التحقيق الابتدائي. ومنه فإن من ينشر الوقائع التي تشملها التحقيقات الابتدائية أو الإدارية من ضبط أو تفتيش أو اتهام أو إحالة إلى المحكمة يقوم بهذا النشر على

[1] حمزة قدة، المرجع السابق، ص 572.

[2] المادة 84 من القانون العضوي رقم 12-05 السالف الذكر.

مسؤوليته الشخصية. كما أنه إذا تضمن النشر سبًا أو قذفًا أو إهانة فإن الناشر يعاقب بالعقوبة المقررة لجريمة السب أو القذف أو الإهانة اعتمادًا على أن استعمال الحق في نشر الإجراءات القضائية لا تتوفر شروطه في هذه الحالة، إضافة إلى أن القانون لا يبيح إثبات الوقائع المسندة إلا في حق الموظف العام أو من في حكمه.[1]

نص هذا القانون العضوي على مجموعة من القيود تتعلق بالتناول الإعلامي لما يجري في الجلسات القضائية واعتبرها جريمة يقع مرتكبوها تحت طائلة أحكام جزائية، كما يلي[2]:

1. **جريمة نشر المرافعات التي تجري في سرية:** حيث نصت المادة 120 على أنه يعاقب من مائة ألف إلى مائتي ألف دينار كل من نشر أو بث في إحدى وسائل الإعلام المنصوص عليها في هذا القانون العضوي فحوى مناقشات الجهات القضائية التي تصدر الحكم.

2. **جريمة نشر فحوى المرافعات المتعلقة بحالة الأشخاص والإجهاض:** نصت المادة 121 على أنه "يعاقب بغرامة من 50000 دينار إلى 200000 دينار كل من نشر أو بث بإحدى وسائل الإعلام المنصوص عليها في هذا القانون العضوي تقارير عن المرافعات التي تتعلق بحالة الأشخاص أو الإجهاض."

رابعا: متطلبات النظام العام:

إن حماية الأمن القومي والنظام العام والصحة العامة والأخلاق استثناء واسع من شأنه منح القائم على رأس السلطة تقييد حرية الرأي والتعبير. وينصرف الأمن القومي إلى سيادة الدولة واستقلالها في علاقتها بالأمم الأخرى في الميدان الدولي سواء أكان ذلك وقت السلم أو الحرب[3].

[1] صحراوي شيماء، رحومة الرميصاء، المرجع السابق، ص 63.

[2] المادتان 120 و 121 من القانون العضوي رقم 12-05 السالف الذكر.

[3] عبد القادر عدو، النظام القانوني للحريات العامة في الجزائر، ط1، دار هومة، الجزائر، 2012، ص 156.

وتمثل "المصلحة العامة"، و"مصلحة الجماعة"، و"الآداب العامة"، و"النظام العام"، حيث إن فكرة "النظام العام" محورها مجموعة الأسس التي يقوم عليها المجتمع، فهي بذلك تختلف من مجتمع لآخر ومن زمن لآخر، وهي تستعصي على التحديد، ويمكن القول إن النظام العام هو مجموع المصالح الأساسية التي يقوم عليها كيان المجتمع، فضلاً عن ذلك فإن النظام العام لم يعد مقتصرًا على النظام العام المادي بل ضم إليه النظام الأدبي والخلقي، وعليه يمكن القول بأن النظام العام يمثل ظاهرة قانونية تهدف إلى المحافظة على الأسس والقيم والمبادئ التي يقوم عليها المجتمع، أيًّا كان مصدرها أو الغاية منها مادية أو أدبية، وتعد الآداب العامة عنصرًا من عناصر النظام العام[1].

ويسير الفقه الدولي إلى وضع ضوابط محددة حتى لا يصبح الأمن القومي مدخلًا واسعًا لمصادرة حرية التعبير والإعلام وتداول المعلومات، ويمكن الإشارة إلى مبادئ جوهانسبرغ حول الأمن القومي التي تم تبنيها عام 1995، حيث نص المبدأ السادس منها على أنه: "لا يمكن معاقبة التعبير كتهديد للأمن القومي إلا إذا استطاعت الحكومة أن تثبت أن ذلك التعبير يرمي إلى إثارة العنف الوشيك أو من المحتمل أن يثير مثل هذا العنف، كما يتعين على الحكومة أيضًا إثبات أن هناك علاقة مباشرة بين التعبير واحتمال وقوع مثل هذا العنف[2]."

المبحث الثاني

الآليات القانونية لتنظيم الإعلام الإلكتروني في الجزائر

[1] محمد الصغير بعلي، المرجع الساق، ص 118.

[2] صحراوي شيماء، رحومة الرميصاء، المرجع السابق، ص 65.

يعد تنظيم الإعلام الإلكتروني في الجزائر من المسائل الحديثة التي فرضتها التحولات التكنولوجية المتسارعة وانتشار وسائل الاتصال الرقمية، الأمر الذي استدعى تدخل المشرّع لوضع إطار قانوني يضبط هذا المجال. ويهدف هذا التنظيم إلى تحقيق التوازن بين حرية التعبير من جهة، وضمان احترام النظام العام وأخلاقيات المهنة من جهة أخرى، وفي هذا السياق، أقرّ القانون جملة من الآليات القانونية التي تنظم إنشاء وممارسة نشاط وسائل الإعلام الإلكتروني، وتشمل هذه الآليات إجراءات تأسيس هذه الوسائل وفق شروط محددة (**المطلب الأول**)، إلى جانب ضبط شروط ممارسة النشاط الإعلامي الإلكتروني (**المطلب الثاني**)، كما وضع المشرّع مجموعة من الضوابط والمعايير التي يجب الالتزام بها لضمان مصداقية المحتوى وحماية حقوق الأفراد (**المطلب الثالث**)، وعليه، سيتم التطرق في هذا المبحث إلى مختلف هذه الآليات القانونية المنظمة للإعلام الإلكتروني في الجزائر.

المطلب الأول

إجراءات تأسيس وسائل الإعلام الإلكتروني في الجزائر

عرفت منظومة الإعلام في الجزائر تطورًا تشريعيًا تدريجيًا مواكبًا للتحولات السياسية والاقتصادية التي عرفتها الدولة منذ الاستقلال، وقد تميز هذا التطور بصدور مجموعة من القوانين التي نظمت النشاط الإعلامي بمختلف أشكاله، من الصحافة المكتوبة إلى الإعلام السمعي البصري، ومع بروز الإعلام الإلكتروني، برزت الحاجة إلى تحديث الإطار القانوني لمواكبة التحول الرقمي والتكنولوجي، كما اتجه المشرع الجزائري إلى وضع تنظيم قانوني أكثر تخصصًا يحدد قواعد ممارسة هذا النشاط وضبطه، وعليه سيتم التطرق إلى التطور التشريعي (**الفرع الأول**)، ثم إلى التنظيم القانوني الحديث للإعلام الإلكتروني والسمعي البصري(**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: التطور التشريعي لقوانين الإعلام في الجزائر

أولا: قانون 1982

يعتبر هذا القانون أول قانون إعلام في الجزائر، حيث صدرت قبله بعض النصوص التشريعية ابتداء من 1962 تتعلق بوضعية المؤسسات الصحفية (أمر نوفمبر 1967)، وضعية المهنة سبتمبر 1968 ووضعية النشر أمر نوفمبر 1973، غير أن هذه النصوص وصفت بغير الكاملة والمتناقضة ويغمرها بعض الغموض والالتباس كما أنها لا تنطلق من نظرة موحدة وشاملة للنشاط الإعلامي والاتصالي في الجزائر.[1]

من هذا المنطلق ظهرت الحاجة الماسة إلى قانون شامل يخص القطاع، وهو ما تكلل بالإعلان عن ميلاد قانون 1982 الذي وصف بأنه سد فراغا كبيرا في مجال التشريع الإعلامي الجزائري، حيث تناول القانون ولأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي، وجاء في المادة الأولى منه: "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة، وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية، ويعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق الأهداف الوطنية [2]."

ومن أهم ما جاء في قانون الإعلام سنة 1982:

-حق المواطن في الإعلام: المادة الثانية "الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على تحقيق إعلام كامل وموضوعي".

[1] قانون رقم 82-01 مؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق ل 6 فبراير 1982 يتضمن قانون الاعلام، ج ر عدد 6 الصادر في 1982.

[2] سناء مجالدي، مداخلة بعنوان أخلاقيات الاعلام الالكتروني في الجزائر ين واقع الممارسة والضوابط القانونية، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2019، ص 12.

-اللغة العربية هي لغة الإعلام الوطني المادة الرابعة "مع العمل دوما على استعمال اللغة العربية وتعميمه، يتم الإعلام من خلال نشريات إخبارية عامة، ونشريات متخصصة ووسائل سمعية بصرية".

تضمن هذا القانون أيضا جملة من المبادئ العامة إضافة إلى خمسة أبواب، أما المبادئ العامة فقد جاءت مؤكدة لمبدأ احتكار الدولة لقطاع الإعلام سواء تعلق الأمر بالإصدار أو الملكية، التوجيه والتوزيع كما تم من خلالها:

-إقرار مبدأ الحق في الإعلام، حيث نصت المادة الأولى من القانون على أن "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة[1]."

***الإجراءات العقابية في قانون 1982:**

خصص قانون الإعلام 1982 للإجراءات العقابية بابا كاملا أي ما يعادل حوالي 40 مادة خصصت 15 منها للمخالفات العامة من المادة 85 إلى المادة 100 بينما خصصت 25 مادة المتبقية للمخالفات الواقعة بواسطة الصحافة، ومن أهم المخالفات التي تقود الصحفي إلى المحاكمة والعقاب وهي:

-**جرائم الإفشاء**: وتتمثل في جريمة واحدة وردت في المادة 105 وهي إفشاء سر من الأسرار العسكرية.

-**جرائم الخبر الكاذب**: وتتمثل كذلك في جريمة واحدة، نصت عليها المادة 101 وهي نشر أخبار خاطئة أو مغرضة من شأنها المساس بأمن الدولة وقوانينها واختياراتها.

[1] نور الهدى عبادة، قانون الاعلام في الجزائر من 1982 إلى 2012 بين الثابت والمتغير، المجلة الافريقية للدراسات القانونية السياسية، المجلد 01، العدد01، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018، ص 149.

-**جرائم ماسة بسير العدالة:** نشر فحوى مناقشات دارت في جلسة مغلقة بقرار من الجهة القضائية المادة 110.

-**جرائم مخلة بالآداب العامة:** وتتمثل في هذا القانون في نشر كل ما يخالف الآداب العامة وحسن الأخلاق الواردة في المادة 106.

-**جرائم التحريض:** الدفاع عن الوقائع الموصوفة من جناية أو اغتيال أو نهب أو حريق أو سرقة أو تدمير بمتفجر أو وضع متفجرات في الأماكن العمومية أو جريمة حرب المادة 115.

-**جرائم التشهير:** نشر أي نص أو صورة لهوية وشخصية القصر الذين يتركون والديهم أو وليهم... وكذلك كشف هوية القصر المنتحرين المادة 109[1].

ما يلاحظ عن قانون 1982:

-قانون الإعلام الصادر بتاريخ 6 فيفري 1982 هو أول قانون في الجزائر والذي وصف بأنه سد فراغا كبيرا في مجال التشريع الإعلامي الجزائري، حيث تناول القانون ولأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي.

-قانون 1982 يعتبر منظما لقطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة أكثر، مقارنة بقطاع السمعي البصري الذي جاء التطرق إليه ضمن إطار عام، يوضح الحرج الذي كان يعاني منه المشرع الجزائري آنذاك في التعاطي مع المؤسسات السمعية البصرية.

-غاب في قانون الإعلام 1982 أي حديث عن الهيئات الإعلامية والصحفية: مجلس الإعلام، نقابة الصحافيين[2] .

[1] نور الهدى عبادة، المرجع السابق، ص 152.

[2] أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006، ص 76.

يعتبر قانون 1982 أول قانون للإعلام في الجزائر، لكن هذا القانون لم يصمد طويلاً حيث أدت أحداث أكتوبر 1988 إلى عدة تغيرات استلزمت صدور قانون جديد للإعلام قادر على مواكبة الأوضاع الجديدة. وبالفعل تم الإعلان عن صدور قانون 1990.

ثانيا: قانون 1990:

عرفت الجزائر نهاية الثمانينات إصلاحات سياسية تماشيا مع دستور فيفري 1989 الذي نقل الدولة الجزائرية من النظام الاشتراكي إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي طبقا للمادة 40. وفي مجال الإعلام واستجابة لروح دستور 1989 صدر قانون الإعلام 1990، لتكون بذلك سنة 1990 موعد صدور ثاني قانون للإعلام في الجزائر، والذي ضم 106 مادة انتظمت في تسعة أبواب[1].

-**الإجراءات العقابية في قانون 1990:** وهي كالتالي:

-من ستة أشهر إلى 3 سنوات سجنا للإساءة للأديان السماوية المادة 77.

-من سنة إلى 5 سنوات سجنا لكل مدير يتلقى إعانات أجنبية المادة 81.

-من شهر إلى عامين سجنا لبيع الصحف الأجنبية الممنوعة المادة 82.

-من شهر إلى عام سجنا للبيع بالتجول دون تصريح المادة 83.

-من 5 إلى 10 سنوات لكل نشر لمعلومات تمس سيادة الدولة أو الوحدة الوطنية المادة 86[2].

ما يلاحظ على قانون 1990:

[1] القانون رقم 90-07 المؤرخ في 09 رمضان 09 رمضان 1410 الموافق ل 04 أفريل سنة 1990 المتعلق بالاعلام، العدد14، الصادر 1990.

[2] نور الهدى عبادة ، المرجع السابق، ص 158.

-القانون لا يركز فقط على الصحافة المكتوبة حيث تم الحديث عن الوسائل السمعية البصرية من خلال المادة الرابعة.

-وفيما يخص حق الحصول على المعلومات وسر المهنة، فقد أعادت المواد 35 و36 من قانون 1990 والخاصة بالحق في الحصول على المعلومات ما جاء في المواد 45 و46 و47 من القانون القديم، حيث كفل القانون حق الصحفيين في الاطلاع على الوثائق الإدارية ولكنه أباح للسلطة حجب الوثائق التي يتم تصنيفها على أنها سرية.

-والجديد في هذا القانون هو ما أشارت إليه المادة (34) حيث أن الصحافيين الجزائريين بإمكانهم من اليوم فصاعدا استدعاء "مادة الضمير" في حالة تغيير توجه أو محتوى أي جهاز إعلامي أو توقف نشاطه أو التنازل عنه، بالموازاة يجب أن نسجل أنه لأول مرة تتم محاولة تحديد قواعد مواتية لاحترام أخلاق وشرف المهنة[1].

الفرع الثاني: التنظيم القانوني الحديث للإعلام الإلكتروني والسمعي البصري

بعد تطرقنا لجانب من تاريخ قانون الإعلام في الجزائر وتدرجنا من أول قانون للإعلام مرورًا بقانون 1990، لنتطرق بعد ذلك إلى قانوني الإعلام الجديدين: القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 12 جانفي 2012 والذي أدرج فيه لأول مرة وسائل الإعلام الإلكترونية، وقانون الإعلام 14/04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتضمن نشاط السمعي البصري.

أولا: قانون 2012:

بعد أشهر قليلة من عرض مسودة المشروع التمهيدي للقانون العضوي المتعلق بالإعلام لسنة 2011، وبعد مصادقة البرلمان بالأغلبية الساحقة على نص القانون العضوي الجديد، صدر القانون رقم 12-05 المتعلق بالإعلام في الجريدة الرسمية بتاريخ 15 جانفي 2012،

[1] صحراوي شيماء، رحومة الرميصاء، المرجع السابق، ص 49.

ويأتي هذا حوالي 22 سنة عن آخر قانون للإعلام في الجزائر، ويعتبر قانون رقم 12-05 أول قانون عضوي في الجزائر يتعلق بالإعلام، وقد تضمن هذا القانون 133 مادة موزعة على 12 بابا، وبالمقارنة مع قانون الإعلام 90-07 المؤرخ في 03 أفريل 1990 فإن هذا القانون العضوي الجديد قد تضمن نوعا جديدا من الإعلام وهو "الإعلام الإلكتروني" وذلك في خطوة أولى من المشرع الجزائري من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في القطاع[1].

إضافة إلى تخصيص حيز كبير لممارسة النشاط السمعي البصري في مبادرة جديدة من طرف الدولة للانفتاح على السمعي البصري، إلى جانب كثير من الإضافات التي جاءت من أجل تنظيم قطاع الإعلام، بعد أكثر من عقدين من الزمن على التجربة التعددية التي دخلتها الجزائر في مجال الإعلام سيما المكتوب منه[2].

أهم ما يلاحظ في قانون 2012:

-يفتح القانون الجديد القطاع السمعي البصري للمنافسة، كما ينص على إنشاء هيئة لضبط عمل المحطات الإذاعية والقنوات التلفزيونية.

-يقترح النص فتح النشاط السمعي البصري على أساس اتفاقية تبرم بين الشركة الجزائرية التابعة للقطاع الخاص والسلطة الضابطة، مع ترخيص يعطى من قبل السلطات العمومية.

-لا ينص القانون الجديد على أي عقوبة سالبة للحرية ويلغي كل عقوبات السجن التي نص عليها القانون الساري المفعول منذ 1990.

-ذكر وزير الاتصال "ناصر مهل" أن القانون الجديد ألغى نهائيا العقوبات المانعة للحرية وقلص الجنح من 24 إلى 11 مع غرامات لمرتكبي القذف أو عدم احترام القوانين.

[1] نصر الدين مزاري، الوضعية القانونية للاعلام الالكتروني في الجزائر في ظل التشريع الاعلامي الجديد، مجلة آفاق للعلوم، المجلد1، العدد التاسع، جامعة الجلفة، ستمبر 2017، ص 146.

[2] المرجع نفسه، ص 146.

-يرى بعض المختصين أن مشروع قانون الإعلام الذي بادر به وزير الاتصال سنة 2011 جاء ليحد من حرية الصحافة المكتوبة أكثر مما هو موجه لفتح القطاع السمعي البصري.

-وحملت المادة 18 من قانون السمعي البصري قرارا فاصلا فيما يتعلق بالحجم الساعي الخاص بالأخبار والحصص الإخبارية، حيث لا يمكن لأصحاب القنوات الخاصة استعمال هذا المجال بشكل واسع، إذ أشارت ذات المادة إلى أن كل خدمة موضوعاتية مرخص لها في إطار هذا القانون إدراج حصص وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال، على أن تحدد كيفيات تطبيق ذلك وفق تنظيم خاص. وهذه المسألة هي لب قانون السمعي البصري في الجزائر، حيث يمكن إدراج برامج إخبارية وفق شبكة تتقيّد بالمادة 29 سلفا، ولا يمكن وضع حجم ساعي للبرامج الإخبارية وفق حاجة القناة التي يمكن أن يتعذر عليها تخصيص ساعات إضافية لبرامج إخبارية في الحاالت الاستثنائية.[1]

يمكن القول بأن أهم حدث ميز الجانب الإعلامي في بداية سنة 2012 في الجزائر هو صدور القانون العضوي الجديد للإعلام، وهو القانون الذي أقر إنشاء سلطتي ضبط، واحدة متعلقة بالصحافة المكتوبة، والثانية متعلقة بممارسة النشاط السمعي البصري[2].

ثانيا: قانون 2014:

يعتبر القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري أول قانون متخصص في المجال السمعي البصري منذ الاستقلال، فبالرغم من إصدار المشرع الجزائري العديد من القوانين والمراسيم المتعلقة بالممارسة الإعلامية، إلا أنه كان في

[1] نور الهدى عبادة، المرجع السابق، ص 165.

[2] نصر الدين مزاري، المرجع السابق، ص 147.

كل مرة يكتفي بذكر بعض المواد المشتتة هنا وهناك في بعض القوانين الإعلامية التي أصدرها منذ الاستقلال على غرار قانون 1982 وقانون 1990 والمشروعين التمهيديين لسنتي 1998-2001، وكان في كل مرة يكتفي بدراسة بعض جوانب النشاط الإعلامي، ويحدد الإطار العام للمفهوم دون ذكر تفاصيل القطاع السمعي البصري، وبدون فتح المجال للاستثمارات الخاصة فيه، وبقيت الدولة محتكرة ومسيطرة على الإعلام بصفة عامة والقطاع السمعي البصري بصفة خاصة[1].

يحتوي القانون الخاص بالنشاط السمعي البصري الذي صادق عليه البرلمان في نهاية شهر يناير، والذي صدر في العدد 16 من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية في 23 مارس 2014، على 113 مادة تنظم القطاع السمعي البصري في الجزائر[2].

أهم ما يلاحظ على قانون 2014:

صدر القانون رقم 04/14 المؤرخ في 24 فبراير 2014، الذي جاء بعد قانون الإعلام لسنة 2012، والذي يعتبر أول قانون متخصص في هذا المجال، محتويا على 113 مادة، وبغض النظر عن القوانين الصادرة سابقا، فقد كان المشرع في كل مرة يدرج مواد فقط أو باب خاص بهذا النشاط كما جاء في القانون العضوي رقم 05/12 في بابه الرابع مقسما إلى فصلين[3].

[1] القانون رقم 14-04 المؤرخ في24 ربيع الثاني 1435 الموافق ل 24 فبراير 2014 المتعلق بالنشاط السمعي البصري، ج ر عدد 16 الصادر في 2014.

[2] عبد المومن بن الصغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع الاعلامي الجزائري (مراحل التطور)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد1، العدد19، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2018، ص 405.

[3] محمد الطيب سكيرفة، التشريعات الاعلامية في الجزائر بعد 2012 دراسة قانونية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية، المجلد02، العدد04، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2021، ص 550.

وعلى غرار المادة 61 من القانون العضوي 05/12 التي فتحت باب النشاط إلى مؤسسات أو شركات شريطة خضوعها للتشريع الجزائري، فقد جاءت المادة 02 من القانون 14 لتنص على حرية ممارسة النشاط السمعي البصري طبقا للقانون. وعلى ضوء الحديث عن فتح المجال للخواص المرخص لهم والذين يحملون الجنسية الجزائرية جاءت المواد متعاقبة من المادة 03 إلى المادة 05، وأوكلت المهنة لسلطة الضبط السمعي البصري حسب المادة 06 من هذا القانون والتي يعود إنشاؤها إلى المادة 64 من القانون العضوي 05/12[1].

في حين جاء الفصل الثاني ليوضح خدمات هذا القطاع المرخص لها، فقد نصت المادة 17 منه على أنه "تعد خدمة الاتصال السمعي البصري المرخص لها، كل خدمة موضوعاتية للبث التلفزيوني أو للبث الإذاعي تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في أحكام هذا القانون"، وتدرج حصص وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي محدد في الرخصة الممنوحة هذا حسب المادة 18، وذكرت المادة 19 الشروط الواجب توافرها في المقبلين على طلب الرخصة وعددت ذلك[2].

وذكرت المادة 23 منه أنه لا يمكن للشخص الطبيعي أو المعنوي على حد سواء أن تكون مساهمته في أكثر من خدمة واحدة للاتصال السمعي البصري من أجل تكافؤ الفرص وعدم احتكار القطاع. وجاءت المادة 27 منه لتنص على وضع مقابل مالي لكل صاحب رخصة وحددت هذه المدة بـ 12 سنة لاستغلال خدمة بث تلفزيوني و06 سنوات لخدمة بث إذاعي، وذكرت المادة 30 أنه يقوم باستغلال الرخصة الطرف المستفيد دون سواه، بمعنى يمنع تأجيرها أو تحويلها أو بيعها، لتذكر المادة 31 آجال الشروع في استغلال الخدمة وإمكانية سحبها، وتعرض المادة 33 إمكانية بيع مؤسسة تستغل هذه الخدمة، أما بالنسبة لشروط استعمال الرخصة فقد نصت المادة 40 من هذا القانون على أنه يترتب على منح هذه الرخصة

[1] المادة 64 من القانون العضوي 05/12 السالف الذكر.

[2] محمد الطيب سكيرفة، المرجع السابق، ص 551.

إبرام اتفاقية بين المستفيد وسلطة الضبط، كما أنه لا يمكن منح رخصتين لنفس الشخص من أجل استغلال خدمة بث إذاعي أو تلفزيوني حسب المادة 46[1].

تجدر الإشارة أن المادة 47 حددت القواعد العامة المفروضة في دفتر الشروط العامة، ومن بين الالتزامات التي يتضمنها دفتر الشروط: احترام متطلبات الوحدة الوطنية والأمن والدفاع الوطنيين، احترام المصالح الاقتصادية والدبلوماسية للبلاد، احترام سرية التحقيق القضائي، احترام المرجعية الدينية، مقومات المجتمع، القيم الوطنية ورموز الدولة، متطلبات الآداب العامة، وتحديد نسبة 60% على الأقل من البرامج التي تبث هي برامج وطنية منتجة في الجزائر من بينها 20% على الأقل مخصصة سنويا لبث الأعمال السمعية البصرية والسينمائية[2].

وقد حدد مقر هيئة سلطة السمعي البصري بالجزائر العاصمة وفقا للمادة 53، وتسهر هذه السلطة على حرية ممارسة هذا النشاط وعلى عدم تحيز الأشخاص المعنوية التابعة للقطاع العام حسب المادة 54، كما أعطتها المادة 55 صلاحيات عدة من ضبط ومراقبة واستشارة وتسوية نزاعات، وذكرت المادة 57 تشكيلتها التي تتمثل في 09 أعضاء، لكن الملاحظ أنها تشكيلة مختارة ومقترحة ولا يوجد فيها انتخاب لأي عضو من أعضائها، وجاءت المادة 60 لتحدد مدة العهدة بـ 06 سنوات غير قابلة للتجديد، وما نخلص إليه من هذا القانون: أنه أول قانون متخصص في المجال السمعي البصري[3].

المطلب الثاني

شروط ممارسة نشاط الإعلام الإلكتروني

[1] محمد الطيب سكيرفة، المرجع السابق، ص 552.

[2] المادة 47 من القانون رقم 14-04 السالف الذكر.

[3] المادة 53 من القانون رقم 14-04 السالف الذكر.

يُعد نشاط الإعلام الإلكتروني من الأنشطة الحديثة التي أفرزها التطور التكنولوجي، مما استدعى وضع إطار قانوني ينظم ممارسته ويحدد شروطه بدقة، ويهدف هذا الإطار إلى ضمان ممارسة هذا النشاط في بيئة قانونية منظمة تراعي مبادئ الشفافية والمسؤولية، كما يسعى إلى تحديد الشروط الواجب توفرها في القائمين على هذا النشاط، سواء من الناحية القانونية أو التنظيمية (**الفرع الأول**)، إلى جانب ذلك، يفرض المشرع مجموعة من الالتزامات المرتبطة بالجوانب المالية والتقنية لضمان استمرارية الخدمة الإعلامية(**الفرع الثاني**).

الفرع الأول: الشروط القانونية والتنظيمية لممارسة الإعلام الالكتروني

قبل التطرق إلى تحديد ضوابط حرية ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت في ظل ضوء المرسوم التنفيذي رقم 20-332 المتعلق بالإعلام عبر الإنترنت، لابد من تحديد الأشخاص المخول لهم القانون ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت وفق المادة 4 بقولها: (يمارس نشاط الإعلام عبر الإنترنت كل شخص طبيعي يتمتع بالجنسية الجزائرية أو شخص معنوي يخضع للقانون الجزائري ويمتلك رأسماله أشخاص طبيعيون أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية)[1].

كما حدد المرسوم الشروط الواجب توفرها في المدير المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الإنترنت في نص المادة 5 منه بقولها: يجب أن تتوفر في المدير المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الإنترنت الشروط التالية:

- أن يحوز شهادة جامعية أو شهادة معترف بمعادلتها .
- أن يتمتع بخبرة لا تقل عن ثلاث سنوات في ميدان الإعلام .

[1] المادة 4 من المرسوم التنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 9 ربيع الثاني 1442 الموافق ل 25 نوفمبر 2020، يتضمن كيفيات ممارسة نشاط الاعلام عبر الانترنت ونشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الالكتروني، ج ر عدد 70، الصادر في 2020.

- أن يكون جزائري الجنسية .
- أن يتمتع بحقوقه المدنية .
- ألا يكون قد حكم عليه بعقوبة عن جرائم القذف أو السب أو الشتم أو الإهانة أو التمييز أو الكراهية والتحريض عليها[1] .

الفرع الثاني: الالتزامات التنظيمية والمالية والتقنية لنشاط الإعلام الإلكتروني

كما ألزم هذا المرسوم المؤسسة المالكة لجهاز الإعلام عبر الإنترنت أن تصرح وتبرر مصدر الأموال المكونة لرأسمالها، وهذا حسب المادة 7 منه بقولها: (يجب على المؤسسة المالكة لجهاز الإعلام عبر الإنترنت أن تصرح وتبرر مصدر الأموال المكونة لرأسمالها والأموال الضرورية لتسييرها طبقا للتشريع والتنظيم المعمول بهما.

-يجب على كل جهاز للإعلام عبر الإنترنت مستفيد من دعم مادي مهما كانت طبيعته أن يكون له ارتباط عضوي بالهيئة المانحة للدعم ويجب بيان هذه العلاقة.

-يمنع الدعم المادي المباشر وغير المباشر الصادر عن أية جهة أجنبية.[2]

وحددت كيفية النشر عبر الإنترنت وهذا حسب نص المادة 6 منه بقوله) :يخضع نشاط الإعلام عبر الإنترنت للنشر عبر موقع إلكتروني تكون استضافته موطنة حصريا ماديا ومنطقيا في الجزائر بامتداد اسم النطاقdz)، كما نصت المادة 9 على ضرورة نشر النشاط الإعلامي بإحدى اللغتين الوطنيتين أو بكليهما: (ينشر نشاط الإعلام عبر الإنترنت بإحدى اللغتين الوطنيتين أو بكليهما، غير أنه يمكن نشر خدمة الإعلام عبر الإنترنت باللغة الأجنبية بعد

[1] صفيان بخدة، رقابة سلطة الاعلام عبر الأنترنت على الصحافة الالكترونية ضوء المرسوم التنفيذي رقم 23-332 المتعلق بالاعلام عبر الأنترنت، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد01، العدد 01، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، 2020، ص 215.

[2] المادة 7 من المرسوم التنفيذي رقم 20-332 السالف الذكر.

موافقة السلطة المكلفة بالصحافة الإلكترونية)، كما ألزم المرسوم أن يستخدم جهاز الإعلام عبر الإنترنت بصفته صحفيا دائما ومحترفا وهذا حسب نص المادة 11 منه بقولها: (يتعين على جهاز الإعلام عبر الإنترنت أن يستخدم بصفة دائمة صحفيا محترفا واحدا على الأقل)[1].

المطلب الثالث

الضوابط والمعايير القانونية المنظمة للإعلام الإلكتروني

يشكل الإعلام الإلكتروني أحد أبرز مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الاتصال، غير أن هذا التطور فرض ضرورة وضع إطار قانوني وأخلاقي ينظم ممارسته، فحرية النشر عبر الوسائط الرقمية، رغم أهميتها، لا يمكن أن تكون مطلقة دون ضوابط تحدد حدودها وتضمن عدم المساس بالحقوق والحريات الأخرى، كما أن طبيعة البيئة الرقمية وما تتيحه من سرعة انتشار المعلومات وتعدد الفاعلين، تستدعي اعتماد معايير واضحة لضمان المصداقية والمهنية، وفي هذا السياق، تتداخل الضوابط الأخلاقية مع القواعد القانونية والمعايير المهنية لتشكيل منظومة متكاملة تنظم نشاط الإعلام الإلكتروني، وعليه سيتم تناول هذه الضوابط من خلال فرعين أساسيين يتعلق (**الفرع الأول**) بالضوابط الأخلاقية والقانونية، و(**الفرع الثاني**) بالمعايير المهنية والمؤسساتية.

[1] صفيان بخدة، المرجع السابق، ص 216.

الفرع الأول: الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الإلكتروني

إن وضع الضوابط والمعايير المحددة للإعلام الإلكتروني والتي ترسم حدودها ومجاالت عملها ضرورة حتمية إذا أراد الإعلام الإلكتروني أن يحتفظ لنفسه بمستقبل يُذكر وسط خضم مائج ومتزايد من مواقع الإنترنت، ومن أبرز هذه الضوابط والمعايير:

أولا: الضوابط الأخلاقية:

تعتبر الضوابط الأخلاقية مجموعة المعايير والأحكام النابعة من تصورات أساسية عن الكون والحياة، وتتكون لدى الفرد والمجتمع من خلال التفاعل مع المواقف والخبرات الحياتية المختلفة، بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجهات لحياته تتفق مع إمكانياته، وتتجسد من خلال الاهتمامات أو السلوك العملي بطريقة مباشرة وغير مباشرة. يقول ستيفن وورد: إن أخلاقيات الإعلام الرقمي تعالج المشاكل الأخلاقية في الممارسات والمعايير لوسائل الإعلام الرقمية، ويشمل أسئلة حول الكيفية التي ينبغي استخدام الصحافة المهنية في الإعلام الجديد في المادة التي يتم تقديمها للمواطنين. ويجد وورد صعوبة في تحديد الجهة التي يتوجب عليها وضع محددات واضحة لأخلاقيات الإعلام الجديد، نظرا لاختلاط الممارسين ما بين صحفيين مهنيين محترفين ينتمون لمؤسسات إعلامية وبين صحفيين هواة "الصحفي المواطن"، وهذا التحدي يتفق عليه كثير من المنظرين.[1].

كما ترى إيمان عليوان، إن أخلاقيات الصحفي الإلكتروني تكمن في تعامله مع مادته الإعلامية على الإنترنت أكانت من أجل نشرها في موقع مؤسسته الإعلامية من موقعه المهني،

[1] أمينة زعيطي، راضية دبرناوي، حرية ومسؤولية الصحافة الإلكترونية في الجزائر في ضوء قانون الإعلان لسنة 2012، المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي، المجلد02، العدد02، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، الجزائر، 2018، ص 37.

أو على صفحته الخاصة في الفيسبوك أو في حسابه على تويتر أو انستغرام أو أي من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي[1].

ثانيا: الضوابط القانونية:

إن جميع الحقوق التي يطالب بها الإعلامي في الصحافة التقليدية تنطبق بشكل كبير على الإعلامي في البيئة الإلكترونية، حيث يحق له التمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضفيه عليه البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلامي في البيئة التقليدية، وأهمها حرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحق في التواصل التفاعلي مع الجمهور، إلا أن هذه الحقوق تحتاج إلى صياغتها في شكل مواثيق وبروتوكولات لضمان تمتع الإعلامي بها، وتجدر الإشارة أن البيئة الجديدة تضفي بعض المتطلبات التي يجب النص عليها فيما يتعلق بحقوق الإعلاميين وأهمها:

-الحق في الحفاظ على سرية المعلومات.

-عدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بالإعلامي في الوسائل الحديثة ومحاولة كسرها.

-عدم تتبع تنقلات الصحفيين الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط مصادرهم الإلكترونية.

-الحق في حماية أجهزة الصحفيين ووسائلهم الإلكترونية من التصنت والاختراق.

-الحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم.

-الحق في الوصول المباشر إلى مصادرهم ووسائلهم الإعلامية من دون عوائق تكنولوجية.

-الحق في إرسال المعلومات واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية.

[1] أمينة زعيطي، راضية دبرناوي، المرجع نفسه، ص 37.

-الحق في الوصول إلى مصادر المعلومات التي تفرض قيودا على استخدامها مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة.

-الحق في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكن الصحفي من استخدام الوسائط الجديدة بفعالية[1].

الفرع الثاني: المعايير المهنية والمؤسساتية للإعلام الإلكتروني

يُعدّ الإعلام الإلكتروني من أبرز مظاهر التحول الرقمي في المجال الإعلامي، حيث فرض واقعًا جديدًا يستوجب وضع معايير تضبط ممارسته وتضمن جودته، ولا يقتصر تنظيم هذا النوع من الإعلام على الجوانب التقنية فحسب، بل يمتد ليشمل أبعادًا مهنية ومؤسساتية متعددة، ومن هذا المنطلق، سيتم التطرق في هذا الفرع إلى أهم المعايير المهنية والمؤسساتية التي تحكم نشاط الإعلام الإلكتروني.

- المعايير المهنية:

ونطرح في هذا الإطار عددا من المعايير التي تميز الإعلام الإلكتروني: استعمال قوالب العمل الصحفي مثل الخبر والتحقيق والحوار، ولا يعني هذا عدم التعامل مع قوالب مغايرة تفرضها طبيعة الوسيلة الجديدة. إنتاج موضوعات ميدانية مثل تغطية المؤتمرات والندوات وغيرها، الاحتراف ومن أبرز محدداته:

-**التفرغ:** أي أن يكون الصحفي والإعلامي الذي يعمل من خلال موقع إلكتروني متفرغا لهذا النوع من العمل أو المهنة.

[1] فريدة بن عمروش، حياة حميدي، التنظيم القانوني للاعلام الرقمي في الجزائر بين النصوص القانونية والممارسة العملية، مداخلة ضمن شبكة المؤتمرات العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، 2019، ص 382.

-**الكفاءة المهنية:** التي يمكن أن يحصل عليها الصحفي من خلال تدريبه وتمرسه في العمل في مجال الإعلام الرقمي بوجه عام والصحافة الإلكترونية على وجه خاص.

-**الخبرة التراكمية أي الممارسة:** وهي أمر ضروري في العمل الصحفي والإعلامي.

-**المؤسسية:** بمعنى أن يكون منتميا إلى مؤسسة صحفية على شبكة الإنترنت.

معايير تتعلق بالمؤسسة أو الموقع: وتتمثل في معايير فنية وتبرز في:

* وجود نظام بالموقع للأرشفة.

* وجود سيرفر، أي موقع خاص، خادم ومستقبل للموقع.

* وجود نظام تأميني محدد يمنع عمليات القرصنة والاختراق بصورة مبدئية، ونقصد بذلك وجود نظام وخطط وليس ضمان عدم الاختراق[1].

-**معايير تتعلق بمعدل الزوار**: وهو ما يمكن تحديده من خلال مواقع متابعة التصفح العالمية مثل موقع Alexa ومن خلاله يمكن التعرف على:

* عدد الاستخدامات والجلسات التي تمت على الموقع.

* معدل الزيارات "المرور" التي تمت للموقع.

* البلدان التي تمت زيارة الموقع منها.

- **معايير مالية:** ويتمثل في وجود نظام تمويلي واضح ومحدد للمؤسسة أو الموقع وقابل للمراجعة من قبل الجهات المختصة.

[1] فريدة بن عمروش، حياة حميدي،المرجع السابق، ص 384.

- **المعايير القانونية:** تتعلق بالوضع القانوني للمؤسسة بالصورة التي تضمن الوفاء بالحقوق المالية والقانونية والعاملين فيها، ويكفي أن تصدر من خلال أي شكل يتيحه القانون، ويضمن محاسبة أصحاب المؤسسة ماديا وقانونيا عليه[1].

.

[1] فريدة بن عمروش، حياة حميدي،المرجع السابق، ص 384.

خاتمة

خاتمة:

من خلال دراسة الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في الجزائر، يتبين أن المشرّع الجزائري قد حاول مواكبة التحولات الرقمية التي مست قطاع الإعلام، وذلك من خلال سنّ مجموعة من القوانين والتنظيمات، على غرار القانون العضوي 12-05 المتعلق بالإعلام وقانون 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري. وقد سعت هذه النصوص إلى تحقيق نوع من التوازن بين تكريس حرية التعبير والصحافة من جهة، وضمان حماية النظام العام والأمن الوطني والقيم المجتمعية من جهة أخرى. غير أن الواقع العملي يكشف عن وجود بعض النقائص، سواء من حيث التطبيق أو من حيث مواكبة التطور التكنولوجي المتسارع، خاصة مع ظهور أشكال جديدة من الإعلام الرقمي لم يشملها التنظيم بشكل دقيق. كما أن تعدد الفاعلين في هذا المجال، وغياب إطار قانوني خاص بالإعلام الإلكتروني بشكل مستقل، يطرح تحديات حقيقية أمام ضبطه بفعالية.

ويبرز كذلك دور سلطة الضبط كآلية تنظيمية، إلا أن فعاليتها تظل مرتبطة بمدى استقلاليتها ونجاعتها في ممارسة صلاحياتها. إلى جانب ذلك، تظل أخلاقيات المهنة عنصرًا أساسيًا في ترقية الإعلام الإلكتروني، في ظل انتشار بعض الممارسات غير المهنية كالأخبار الزائفة وانتهاك الخصوصية. وعليه، فإن تطوير الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في الجزائر أصبح ضرورة ملحة لضمان إعلام رقمي حر، مهني ومسؤول، يواكب التحولات التكنولوجية ويساهم في تحقيق التنمية.

ومن خلال ما تطرقنا إليه توصلنا إلى النتائج التالية:

1. وجود ترسانة قانونية تؤطر الإعلام الإلكتروني بشكل غير مباشر .
2. اعتماد المشرّع على قوانين عامة دون تخصيص قانون مستقل للإعلام الإلكتروني .

3. سعي القوانين إلى التوفيق بين حرية التعبير ومتطلبات الضبط القانوني .

4. وجود فجوة بين النصوص القانونية والتطبيق العملي في الواقع .

5. قصور بعض النصوص عن مواكبة التطور السريع للإعلام الرقمي .

6. أهمية دور هيئات الضبط، مع تسجيل محدودية في فعاليتها .

7. تزايد التحديات المرتبطة بأخلاقيات المهنة في البيئة الرقمية .

وعليه نقترح ما يلي:

1. سنّ قانون خاص بالإعلام الإلكتروني يراعي خصوصياته .

2. تحديث التشريعات الحالية بما يتلاءم مع التطورات التكنولوجية الحديثة .

3. تعزيز استقلالية وفعالية هيئات الضبط الإعلامي .

4. وضع آليات قانونية واضحة لمكافحة الأخبار الزائفة دون المساس بحرية التعبير .

5. دعم التكوين المستمر للصحفيين في مجال الإعلام الرقمي .

6. إعداد مواثيق أخلاقية خاصة بالإعلام الإلكتروني وتفعيلها .

7. تعزيز الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات الإعلامية الإلكترونية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. حسين شفيق، الإعلام الجديد: البديل، تكنولوجيا جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، ط1، دار فكر وفن للطباعة، 2010،

2. حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط1، دار رحمة برس للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2006،

3. عباس ناجي حسين، الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني: دراسة مقارنة، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2016،

4. عبد القادر جغلول، قانون الإعلام في الجزائر: دراسة تحليلية، ط1، دار هومة، الجزائر، 2015،

5. عبد القادر عدو، النظام القانوني للحريات العامة في الجزائر، ط1، دار هومة، الجزائر، 2012،

6. علي خليل شقرة، الإعلام الجديد: شبكات التواصل الاجتماعي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2020،

7. علي عبد الفتاح، إدارة الإعلام، ط1، دار اليازوري، عمان، 2014،

8. علي كنعان، الصحافة مفهومها وأنواعها، ط1، دار للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013،

9. فهد عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية: كيف تتعامل مع الإعلام، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010،

10. فيصل أبو عيشة، الإعلام الإلكتروني، د ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014،

11. ماهر عودة الشمايلة، محمود عزة اللحام وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، ط1، دار الأعصار العالمي، عمان، 2014،

12. محمد الصغير بعلي، القانون الإداري: التنظيم الإداري والنشاط الإداري، ط1، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2013،

13. محمد علي أبو علا، التوثيق الإعلامي والنشر الإلكتروني في ظل مجتمع المعلومات، ط1، دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دمشق، 2013،

14. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الإعلام الجديد: تحولات اتصالية ورؤى معاصرة، ط1، دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، 2017،

15. ياسين قرناني، أمينة بكار، تطبيقات الإعلام الجديد: المفاهيم، الخصائص، الوظائف، الفرص والتحديات، ط1، دار الأيام، عمان، 2020،

16. يسرى خالد إبراهيم، وسائل الإعلام الإلكترونية ودورها في الإنماء المعرفي، ط1، دار النفائس، عمان، 2014،

ثانيًا: المذكرات والأطروحات والرسائل الجامعية

أطروحات الدكتوراه

1. أحمد مصطفى معزة فضل السيد، الإعلام الرقمي وانعكاساته على التعارف بين الحضارات، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم الإذاعة، كلية علوم الاتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2017،

2. دنيا زاد سويح، التنظيم القانوني للممارسة الإعلامية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة، 2019/2018،

2-مذكرات الماجستير

1. أحلام باي، معوقات حرية الصحافة في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006،

3- الماستر

2. ساطور جهيدة، زوبير مخطارية، بن فريحة محمد، التنظيم القانوني للإعلام الالكتروني في الجزائر بين النصوص القانونية و الممارسة المهنية- دراسة ميدانية على عينة من صحفي الصحف الالكترونية-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة ابن خلدون، تيارت، 2021/2020،

3. صبيحة صاحبي، اتجاهات الشباب الجزائري نحو مصادر الأخبار بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017-2018،

4. صحراوي شيماء، رحومة الرميصاء، الاطار القانوني لممارسة الاعلام الالكتروني في الجزائر – دراسة تحليلية-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، 2022/2021،

ثالثًا: المجلات

1. أحمد بودادة، دور الإعلام الرقمي في تشكيل الرأي العام لدى الشباب في الجزائر، مجلة المعيار، المجلد 02، العدد 46، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة . الجزائر، 2019،

2. أحمد صابر حوحو، هدى زوزو، الإعلام الإلكتروني بين حرية الرأي وقيود القانون، مجلة الاجتهاد القضائي، المجلد1، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خضير، بسكرة، 2021،

3. أمال قرساس، محاضرة مدخل الوسائل الإعلام والاتصال، قسم الاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2022،

4. أمينة زعيطي، راضية دبرناوي، حرية ومسؤولية الصحافة الإلكترونية في الجزائر في ضوء قانون الإعلان لسنة 2012، المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي، المجلد02، العدد02، جامعة عبد الحميد إبن باديس، مستغانم، الجزائر، 2018،

5. إيمان علي عون، أبحاث المؤتمر الدولي الإعلام الجديدة تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، منشورات جامعة البحرين، البحرين، 2009،

6. بشرى جميل اسماعيل، مدخل الاعلام الجديد المفهوم والنماذج، مجلة الباحث الاعلامي، المجلد1، العدد 14، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2011، .

7. بن عبو وليد، الإعلام الجديد: مفهومه و خصائصه، مدخل نظري عام، مجلة الراصد العلمي، مجلة علمية دولية محكمة، المجلد 07، العدد 01، جامعة وهران 1، مارس 2020،

8. حمزة قدة، حرية الإعلام الالكتروني في قانون الاعلام لسنة 2012، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد1، العدد02، جامعة الوادي، 2021،

9. ربيحة نبار، كريمة مقاوسي، جدلية العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد1، العدد 68، جامعة حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2020،

10. سناء مجالدي، مداخلة بعنوان أخلاقيات الاعلام الالكتروني في الجزائر بين واقع الممارسة والضوابط القانونية، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، 2019،

11. صفيان بخدة، رقابة سلطة الاعلام عبر الأنترنت على الصحافة الالكترونية ضوء المرسوم التنفيذي رقم 23-332 المتعلق بالاعلام عبر الأنترنت، مجلة الفكر القانوني والسياسي، المجلد01، العدد 01، جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة، 2020،

12. عبد المومن بن الصغير، التنظيم القانوني لنشاط القطاع السمعي البصري في ظل التشريع الاعلامي الجزائري (مراحل التطور)، مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد1، العدد19، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولاي الطاهر، سعيدة، 2018،

13. علي أمين هوشيار مظفر، تأثير الإعلام التفاعلي في الإعلام الحديث، مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع، العدد 07، كلية الآداب، جامعة صلاح الدين، العراق، أبريل 2018،

14. فريدة بن عمروش، حياة حميدي، التنظيم القانوني للاعلام الرقمي في الجزائر بين النصوص القانونية والممارسة العملية، مداخلة ضمن شبكة المؤتمرات العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، 2019،

15. ليليا شاوي، هيئات ضبط الإعلام الإلكتروني بين المسؤولية والرقابة وحرية التعبير، مجلة دراسات في حقوق الإنسان، المجلد01، العدد 02، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2020،

16. محمد الطيب سكيرفة، التشريعات الاعلامية في الجزائر بعد 2012 دراسة قانونية، مجلة الباحث في العلوم الانسانية و الاجتماعية، المجلد02، العدد04، جامعة أبي بكر بالقايد، تلمسان، الجزائر، 2021،

17. محمد علاوة، الإعلام الجديد المفهوم، الخصائص، العوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما، مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية، المجلد الأول: العدد الأول و الثاني، جامعة خنشلة، جوان 2017،

18. نصر الدين مزاري، الوضعية القانونية للاعلام الالكتروني في الجزائر في ظل التشريع الاعلامي الجديد، مجلة آفاق للعلوم، المجلد1، العدد التاسع، جامعة الجلفة، ستمبر 2017،

19. نور الهدى عبادة، قانون الاعلام في الجزائر من 1982 إلى 2012 بين الثابت والمتغير، المجلة الافريقية للدراسات القانونية السياسية، المجلد 01، العدد01، جامعة أحمد دراية، أدرار، الجزائر، 2018

20. وداد سميشي، وسائل الإعلام الجديدة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد21، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2015،

21. وهيبة بشريف، أخلقة الممارسة المهنية للإعلام الجديد، مجلة العلوم الانسانية و الاجتماعية، المجلد11، العدد 1، جامعة باتنة، 2018،

رابعًا: النصوص التشريعية

1. الأمر رقم 11-01 المؤرخ في 23 فبراير 2011، المتضمن رفع حالة الطوارئ في الجزائر، الجريدة الرسمية، العدد 12، 2011 .

2. القانون رقم 12-05 المؤرخ في 12 يناير 2012، المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، العدد 02، 2012 .

3. القانون رقم 82-01 المؤرخ في 6 فبراير 1982، المتضمن قانون الإعلام، الجريدة الرسمية، العدد 06، 1982 .

4. القانون رقم 90-07 المؤرخ في 4 أفريل 1990، المتعلق بالإعلام، الجريدة الرسمية، العدد 14، 1990 .

5. القانون رقم 14-04 المؤرخ في 24 فبراير 2014، المتعلق بالنشاط السمعي البصري، الجريدة الرسمية، العدد 16، 2014 .

6. المرسوم التنفيذي رقم 20-332 المؤرخ في 25 نوفمبر 2020، المتضمن كيفيات ممارسة نشاط الإعلام عبر الإنترنت ونشر الرد أو التصحيح عبر الموقع الإلكتروني، الجريدة الرسمية، العدد 70، 2020.

الفهرس

الفهرس:

عنوان	صفحة
اهداء	
الشكر	
مقدمة	2
الفصل الأول: الاطار المفاهيمي للاعلام الالكتروني	6
المبحث الأول: ماهية الاعلام الالكتروني	7
المطلب الأول: مفهوم الاعلام الالكتروني و نشأته	7
الفرع الأول: نشأة الاعلام الالكتروني	8
الفرع الثاني: مفهوم الاعلام الالكتروني و أهميته	9
المطلب الثاني: خصائص و أنواع الاعلام الالكتروني	14
الفرع الأول: خصائص الاعلام الالكتروني	14
الفرع الثاني: أنواع الاعلام الالكتروني	18
المبحث الثاني:الاعلام الالكتروني كبديل للإعلام التقليدي	20
المطلب الأول: أشكال الاعلام الالكتروني و المفاهيم المشابهة له	20
الفرع الأول: أشكال الاعلام الالكتروني	21

الفرع الثاني: المفاهيم المشابهة للاعلام الالكتروني	23
المطلب الثاني: الفرق بين الاعلام التقليدي و الاعلام الالكتروني	25
الفصل الثاني: تنظيم الإعلام الإلكتروني في التشريع الجزائري	29
المبحث الأول: الإطار القانوني للإعلام الإلكتروني في الجزائر في ظل القانون العضوي رقم 12-05	30
المطلب الأول: ظروف صدور القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام	30
الفرع الأول: العوامل الداخلية	31
الفرع الثاني: العوامل الخارجية	32
المطلب الثاني : الأحكام العامة المنظمة للإعلام الإلكتروني في القانون العضوي رقم 12-05	33
الفرع الأول: تنظيم النشاط السمعي البصري ودور هيئات الضبط	34
الفرع الثاني: تنظيم الإعلام الإلكتروني في القانون العضوي رقم 12-05	35
المطلب الثالث: القيود القانونية الواردة على حرية الإعلام الإلكتروني	36
الفرع الأول: القيود العامة المرتبطة بالمبادئ الدستورية والنظام العام	36
الفرع الثاني: القيود المتعلقة بممارسة النشاط الإعلامي وحماية العدالة وحق الوصول للمعلومات	37

المبحث الثاني :الآليات القانونية لتنظيم الإعلام الإلكتروني في الجزائر	42
المطلب الأول : إجراءات تأسيس وسائل الإعلام الإلكتروني في الجزائر	42
الفرع الأول: التطور التشريعي لقوانين الإعلام في الجزائر	43
الفرع الثاني: التنظيم القانوني الحديث للإعلام الإلكتروني والسمعي البصري	47
المطلب الثاني: شروط ممارسة نشاط الإعلام الإلكتروني	53
الفرع الأول: الشروط القانونية والتنظيمية لممارسة الإعلام الالكتروني	53
الفرع الثاني: الالتزامات التنظيمية والمالية والتقنية لنشاط الإعلام الإلكتروني	54
المطلب الثالث: الضوابط والمعايير القانونية المنظمة للإعلام الإلكتروني	56
الفرع الأول: الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الإلكتروني	56
الفرع الثاني: المعايير المهنية والمؤسساتية للإعلام الإلكتروني	58
خاتمة	62
قائمة المراجع	65
الفهرس	