

المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:

بين التضليل وتنوير الرأي العام

Moral Responsibility for Media Practice in the New Media:

Between Misleading and Enlightenment the Public Opinion

د/ فاطمة الزهراء تنيو *

الملخص:

الإعلام مهنة تقوم على معايير أخلاقية وقانونية يتوجب على الإعلاميين دائما التحلي بها والالتزام بمضمونها. والتطور المذهل الذي طال النشر الإلكتروني بشكل عام، لم يواكبه التشريع القانوني اللازم لتنظيمه؛ مما ولد فراغا تشريعا في هذا الشأن وأسهم في تنامي مختلف الجرائم الإلكترونية وسهل سبل ارتكابها.

ومن خلال هذه الورقة سنحاول أن نبين مدى أهمية الالتزام بأخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد والتحديات والضغوطات التي تواجه الإعلامي عبر هذا الفضاء، ومختلف المواثيق الأخلاقية التي تنظم العمل في البيئة الإلكترونية. وكذا إبراز أهمية الوعي بأخلاقيات استخدام وسائل الإعلام الجديد والقوانين والمحددات الخاصة باستخدام الجمهور لهذه الوسائل ومدى الالتزام بها.

الكلمات المفتاحية: الرأي العام/ المسؤولية الأخلاقية/ الممارسة الإعلامية/ الإعلام الجديد.

Abstract:

Media is a profession based on ethical and legal norms that media professionals must always follow and abide by. The stunning development of electronic publishing in general has not been accompanied by the statutory legislation necessary to regulate it, which has generated a legislative vacuum in this regard and has contributed to the growth of various cybercrime and facilitated the commission of such crimes.

Through this paper, we will try to show the importance of the commitment to respect the professional ethics in light of the new media and the challenges and pressures facing the media man through this space, and the various ethical charters governing the work in the electronic environment. As well as to highlight the importance of awareness of the ethics' use of the new media, laws and determinants of public use of these means and the extent of commitment to them.

Key words: Public opinion, Moral Responsibility, Media Practice, New Media

* - أستاذة محاضرة بكلية علوم الإعلام والاتصال ولسمعي البصري، جامعة صالح بونيدر: قسنطينة 03، الجزائر/

E- mail : fatima.z2010@yahoo.com

مقدمة:

أدت ثورة المعلومات إلى انقسام القطاع الإعلامي إلى مجالين: الإعلام التقليدي الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون، والإعلام الجديد الذي يقوم على تدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنت والهواتف المحمولة وما يتسيدا من برامج كالفيديو وتويتر ويوتيوب وانستغرام وغيرها. وقد أسهم التطور التكنولوجي في تعزيز الحريات الإعلامية ووسائل السيطرة والمراقبة التي تطورت هي الأخرى بصيغ مختلفة. وسيظل الجدل بشأن الأخلاقيات والمراقبة في الإعلام الجديد متواصلا، فليس هناك من حسم نهائي يضمن انتصار طرف على آخر، وإن كان منسوب أو حدة هذه المراقبة قد تراجعت كثيرا بفعل وسائط الإعلام الجديد، فالعناصر الثلاثة: القانون والحرة والأخلاق ليست متماثلة في الأهمية، لكن غياب أحدها يهدد رسالة الإعلام وحسن سير عمله. فمن دون حرية يصبح مضمون الإعلام بيانات رسمية، ومن دون قوانين تصبح المهنة مشرعة الأبواب وغير محمية وعرضة للتجاوزات، ومن دون أخلاق يصبح الإعلام الجديد فاسدا، فتراجع الضوابط ويتهدد دوره الرئيسي المراقب والناقد.

1- تحديد المشكلة:

تناول هذه الورقة البحثية بالوصف والتحليل الإشكالات التي يتركز عليها الإعلام الجديد القائم، ونجاحه في السبق والإثارة - غالبا - على حساب أخلاقيات المهنة، ودون شك أساء البعض استخدام مساحة الحرية المتاحة عبر وسائل الإعلام الجديد مثل المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي. ففي هذه المنافذ تُنشر معلومات غير صحيحة ومضللة للرأي العام، بعضها لتحقيق مصالح شخصية وأخرى لزعزعة الأمن والاستقرار العام. ويعد التنظيم القانوني للإعلام الجديد اليوم أحد أهم التحديات التي تشغل بال المختصين في قانون الإعلام والاتصال على الصعيد العالمي، حيث تثار قضية التأطير القانوني للإعلام الجديد نظرا إلى طبيعته كوسيط يسمح للملايين من الأشخاص في العالم بالاطلاع على العديد من صفحات الويب. ومن هنا ظهرت مفاهيم جديدة لتنظيم الإعلام تتجاوز فكرة تنظيمه بواسطة الدولة، وتقترح طريقا ثالثا هو التنظيم الذاتي في إطار مفهوم أشمل هو حوكمة الإعلام الذي أصبح مدخلا مبشرا في إدارة أو تنظيم مشترك للإعلام. فما هي حدود الممارسة الإعلامية والضوابط الأخلاقية في ظل الإعلام الجديد؟

وتنطلق هذه الورقة من التساؤلات الآتية:

- ما هي الممارسة الإعلامية وكيف تحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية؟
- ما هي المعايير الأخلاقية والقانونية التي يجب أن يتحلى بها الإعلاميون في ظل الإعلام الجديد؟

- كيف يمكن التوصل إلى ميثاق شرف للعاملين في الإعلام الجديد وصياغة موثيق أخلاقية في البيئة الإلكترونية؟

2- ضبط المفاهيم:

أ- المسؤولية الأخلاقية:

تعرف المسؤولية الأخلاقية على أنها المسؤولية الناشئة عن إلزامية القانون الأخلاقي وعن الفاعل ذا إرادة حرة (حسام الدين، 2003، ص 41) ومعنى ذلك أنها مسؤولية ناجمة عن مخالفة قاعدة أخلاقية في الدين أو العرف وهي تشترط إرادة الفاعل، ومنه فمن كانت أفعاله غير مسيرة بإرادته لا يعد مسؤولاً من الناحية الأخلاقية.

وتهتم أخلاقيات المهنة كعلم للواجبات المعنوية الخاصة بمهنة محدودة وجزاءاتها التأديبية بتبيان القواعد السلوكية والأخلاقية لأعضاء المهنة سواء فيما بين الممارسين أنفسهم أو تجاه الغير. حيث جاء تعريفها في قاموس الصحافة والإعلام على أنها " مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، وتحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملّة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة". (حمزة، 1996، ص 170) كما يمكن القول أن أخلاقيات المهنة الإعلامية هي " تلك الأخلاقيات المتعلقة بمهنة الإعلام وهي مجموعة من القيم المتعلقة بالممارسة اليومية للصحفيين وجملة الحقوق والواجبات المترابطين للصحفي". (هونبورغ، 1996، ص 51)

ب- الممارسة الإعلامية:

يقصد بالممارسة الإعلامية مزاولة العمل الصحفي وفق ما تحدده السياسات الاتصالية للقائمين بالاتصال من حقوق وواجبات ومجال الحركة، وكل ما يتعلق بذلك من ضوابط سياسية وتنظيمية وعقابية. (مهدي، 2006)

وفي الوطن العربي فإن مجالات تطبيق السياسة الإعلامية تتضح من خلال وجود أنظمة إعلامية تنحو منحى ليبراليا بإطلاق حق ممارسة العمل الصحفي للمواطنين جميعا، وأخرى ذات منحى اشتراكي، والثالثة تأخذ بأسلوب القيد المسبق لدى الأجهزة الحكومية قبل مزاولة العمل الصحفي.

وتحدد سياسات الاتصال في جوانبها القانونية حدود الممارسة الإعلامية فيما هو مسموح وما هو محظور حفاظا على تماسك النظام وإيديولوجيته ومكوناته ذاتها. كما أن قادة نظم الاتصال يفهمون حقوق الإعلاميين وممارستهم على أنها حقهم في التعامل مع الواقع بأدب وأن أي خروج في التعامل المؤدب يقابل بما لا يحمد عقباه.

وفي الإطار الاختصاصي للمهنة فإن الممارسة العملية تشكل للصحفي المبتدئ أهمية كبيرة في كسب المعرفة، ليضع أولى خطواته على الطريق الصحيح، ويحدد بذلك نوع العمل المطلوب منه أو الاختصاص الذي يمارسه في تلك الصحيفة أو المجلة.

إذن نخلص إلى القول أن الممارسة الإعلامية هي مزاولة الإعلامي للمهنة بكل ما تنطوي عليها من حقوق وواجبات، ويكتسب الإعلامي خبرته فضلا عن تأهيله الأكاديمي بطريقتين أولهما كسب المعرفة من خلال الممارسة، وثانيهما المعرفة الدقيقة بالاختصاص الذي يمارسه. (مهدي، 2006)

ج- الإعلام:

لقد اختلفت تعريفات الإعلام باختلاف ثقافة وغرض وهدف من يعرفه، وأيضا باختلاف التخصص، وقد ظهرت تعريفات عديدة للإعلام تناقلت من كونه وسيلة أو أداة أو عملية أو فن أو أسلوب أو كعلم. (أبو خليل، 2015، ص 17). فالإعلام هو إحدى وسائل الاتصال التي يمكننا أن نقول أنها بدأت مع بداية البشرية، وكان أول حوار أو تبادل للمعلومات بين أول بشر سكنوا الأرض إعلاما، ولو عدنا إلى الحضارات الإنسانية القديمة وما وصل إلينا من مخلفاتها سنجد أنهم استخدموا الإعلام في علاقاتهم وفي تسيير شؤونهم وفي توثيق مناحي حياتهم. (الساري، 2015، ص 19)

والإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات الصادقة بهدف الإقناع، وهو أيضا التعريف بقضايا العصر ومشاكله وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل دولة ونظام. (المشاقبة، 2014، ص 14)

د- الإعلام الجديد:

ظهر مفهوم الإعلام الجديد في نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين، وأكثر ما يثير في هذا الإنتاج الإعلامي الخطير أنه اقترب إلى حدود الاتصال وكاد ينصهر، والمعلوم أن وسائل الإعلام كتعريف ومفهوم حددت على ثلاث أسس: الصحافة المكتوبة، الصحافة المسموعة - إذاعات - صحافة مرئية - تلفزيون، لكن بحلول ثورة الانترنت وما يتعلق بها من منتجات إعلامية اتصالية جديدة جعل فك الارتباط بينهما أمرا ليس بالسهل، وماعدا وسائل الإعلام التقليدية الثلاث، كلما تبقى من نشاط اجتماعي - اتصالي يصب في خانة الاتصال: المؤتمرات، الندوات، المهرجانات، المحاضرات، السينما، المسرح، وانضم إليهم أخيرا مواقع التواصل الاجتماعي: فيسبوك، تويتر وما ينشر على الشبكة الإلكترونية العنكبوتية. (تنبو، 2018، ص 81)

وظهر الإعلام الجديد كمفهوم يتمحور حول الإعلام الديناميكي التفاعلي الذي يجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد، والذي يشارك فيه القارئ أو المتلقي "أو الجمهور بصورة عامة" بدلا من أن يكون مستقبلا للرسالة الإعلامية فقط ومتأثرا بمضمونها، وأدى التطور التكنولوجي دورا فاعلا ومهما في إضفاء ما يعرف بالتفاعلية على هذا النوع من الإعلام، فأصبح بإمكان المستفيد "الجمهور" التفاعل مع الطرح الإعلامي وقرآته والتعليق عليه، بل أصبح هذا المستفيد - في بعض الأحيان - هو صانع المادة الخبزية نصا وصورة وتعليقا، ومن ثم أصبح مشاركا حقيقيا في العمل الإعلامي، وعلى سبيل المثال فإن الصحف الإلكترونية التي تعد إحدى أدوات الإعلام الجديد، صارت تتيح للقارئ التفاعل مع النص، وطرح آراء كثيرة ومتعددة حوله، والخروج بمجموعة من الرؤى والأفكار حول الموضوع الواحد، واستطاعت وسائل الإعلام الجديد ومواقع الشبكات الاجتماعية على الانترنت أن تخلق إعلاما مختلفا عن الإعلام التقليدي في الطرح والتفاعل وسرعة نقل الخبر وتدعيمه بالصورة الحية والمعبرة، ففي الظروف الطارئة والأحداث العالمية استطاعت هذه الشبكات أن تتفاعل مع الأحداث على مدار الساعة، وتنقل الحدث أولا بأول ومن مكان حدوثه، ويؤكد هذا النقل سرعة انتشار مذهلة لا يستطيع الإعلام التقليدي مجاراتها بأي حال من الأحوال وتحت أي ظرف من الظروف.

وتقوم فلسفة الإعلام الجديد على مبدأ الدمج بين الوسائل الحوسبية والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات. وهناك عدة تعريفات للإعلام الجديد منها أنه اندماج يحصل بين الحاسوب وشبكة الانترنت والوسائط المتعددة، أو أنه كل وسائل الاتصال التي جاءت من الاندماج بين الحاسوب ووسائل الإعلام التقليدية، والتصوير الفوتوغرافي والفيديو والطباعة وتقنيات الصوت. ورغم تعدد التعريفات يبقى هناك حالتين يتميز بها الإعلام الجديد عن القديم وهما: الكيفية، والتفاعلية، فالكيفية هي طريقة بث مواد الإعلام التي تعتمد على دمج الصوت، والنص، والصورة، واستخدام الحاسوب كجهاز رئيسي في عمليات الإنتاج، أما التفاعلية فهي الفرق الذي أحدثته هذه الوسائل في المجتمع وبين الناس، وهي من أهم ميزات الإعلام الجديد. (أبو وردة، 2017).

ويضم الإعلام الجديد جملة من وسائل الإعلام والاتصال معا وهي: (تنبو، 2018، ص 81)

- خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على شبكة الانترنت.
- خدمات البث الإذاعي والتلفزيوني على الهواتف المحمولة.
- المواقع الإلكترونية للصحف والمجلات والمدونات والتي تعتمد على مبدأ النشر المستمر.
- خدمات البريد الإلكتروني بأنواعها.
- شبكات التواصل الاجتماعي: الفيسبوك، تويتر، يوتيوب...

➤ الكتاب الإلكتروني المتوفر على صفحات الشبكة العنكبوتية.

وقد أصبح الإعلام الجديد واقعا فرض نفسه، ولا يمكن تجاهله أو الاستغناء عنه لمن يعمل في مجال الإعلام أو من لا يعمل، ولم يعد الإعلامي هو من يعمل في إحدى المؤسسات، فالأدوات الجديدة أخرجت لنا جيلا جديدا من الإعلاميين الذي أطلق عليهم لقب الصحفي المواطن، الذي قد لا يمتلك نفس المهارات الإعلامية أو الأدوات التكنولوجية التي تتوافر للصحفي المحترف، غير أنه أصبح بمقدوره أن يمارس مهنة الإعلام ويخوض غمارها، ويصبح مصدرا مؤثرا من مصادر الأخبار وكسر احتكار المؤسسات الإعلامية لصناعة المشهد الإعلامي. (الدليمي، 2015، ص 125). وقد أشار تقرير الأمم المتحدة لاقتصاد المعلومات سنة 2010 "أن المعرفة أصبحت متاحة وفي متناول الجميع وهي جزء أساسي من حياة كل فرد". (المقدادي، 2013، ص 208).

3- أخلاقيات الممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:

إن أهمية الإعلام بوسائله المتعددة تبرز أثناء القيام بمجموعة من الوظائف الأساسية التي تضع الإعلامي أمام مسؤولية تجاه المجتمع من خلال إتاحة المعلومات وعدم إلحاق الضرر بالآخرين. ومن أهم تلك الوظائف: الوظيفة السياسية، إذ يقوم بإبلاغ المواطنين بكل ما يدور في أوساط الحكومة والهيئات الأخرى من أنشطة، فتصبح وسائل الإعلام جزءا متداخلا في العملية السياسية من خلال مراقبة مراكز السلطة على كل المستويات، لذا سميت بالسلطة الرابعة، وللإعلام أيضا وظيفة تعليمية، إذ يقوم بتقديم التقارير الصادقة ومناقشة مختلف الأفكار والآراء والمواقف. ومن وظائفه الأخرى وظيفة التواصلية، إذ يقوم بتقديم المعلومات المرتبطة بالأحداث بحيث يكون الإعلام مرآة عاكسة، وبالتالي تتيح رؤية ما يجري من أحداث في المجتمع. وللإعلام وظيفة ثقافية أيضا، إذ يقوم بتدعيم القيم والتقاليد والمعايير المثالية للمجتمع. ومن خلال هذه الوظائف الأساسية تبرز الأسس الأخلاقية للمهنة الإعلامية بشكل عام، والتي نجدها تستند على احترام الأفكار، وتطرح من الأطراف الأخرى ليحدث توازن طردي بين العاملين والمستهلكين في حقل الإعلام، ورغم أن مبدأ التعاطي مع حق التعبير عن حرية الرأي أصبح من البديهيات التي تؤكد عليها الدساتير في المجتمعات المختلفة، إلا أن تفسير واستخدام هذا الحق يختلف اختلافا كبيرا عند التطبيق من مجتمع لآخر. ومهنة الإعلام غالبا ما تمارس من قبل متخصصين مهنيين لهم القدرة المهنية والكفاءة العلمية، ما يمكنهم من ممارسة دورهم المهني بشكل صحيح ووفق أسس علمية، وقد وضع على إثرها المختصون في الإعلام أسس أخلاقيات المهنة، والتي تتمثل في المعايير المهنية كقول الحقيقة والدقة والموضوعية والتوازن واحترام الذات من خلال تنزيهها من كل ما يؤدي إلى خدش الأصول المهنية والقواعد الصارمة للممارسة، والابتعاد عن الاكتساب والرشاوي ونشر كل ما يؤدي إلى إشاعة الجريمة والفوضى وعدم

احترام الناس والإضرار بالرأي الآخر أو ما فيه إهانة للآخرين أو أي جماعة ثقافية. (الجاف، 2015) وقد أضاف التطور التكنولوجي الذي حصل في السنوات العشر الأخيرة عنصرا جديدا على الحاجة إلى الأخلاقيات الإعلامية. فالتغطية السريعة للأخبار وسرعة انتقال المعلومات وظاهرة العولمة والمنافسة الشرسية بين مئات المحطات التي تحاول كل منها إيجاد موقع لها عند الجمهور، جعلت وسائل الإعلام تهتم بتغطية واسعة وسريعة للأخبار تتوافق مع سرعة التقنيات الحديثة، وهذا ما جعل الخبر - على أهميته - يصبح قديما بعد برهة قصيرة ويترك مكانه لأخبار جديدة. فنرى الأخبار تتوالى بسرعة مع الانطباع أنها متساوية تقريبا في الأهمية، وما دخول الأنترنت على خط هذه المنافسة الصحفية إلا لتعميق هذا الأمر. (صدقة، 2008، ص 35)

وتطرح الأخلاق في مهنة الإعلام إشكاليتين: (الدليمي، 2017، ص 8 - 9)

➤ **إشكالية تحديد مفهوم الأخلاق ذاتها:** ما مرجعيتها، هل هي دينية أم عرفية أم وضعية؟ ما مبادئها؟ هل هي ملزمة أم لا؟

➤ **إشكالية ترجمة هذه الأخلاق إلى قوانين وإجراءات وتنظيمات:** حيث تحدد مسؤولية كل طرف بدقة، ماله وما عليه وما يجب أن يقوم به أو يمتنع عنه. وهو ما يفيد ضرورة التفريق هنا بين ما هو أخلاقي محض أي يرجع إلى الضمير الفردي (للصحفي أو غيره)، وما هو أخلاقي قانوني والذي يخضع إلى المحاسبة والعقاب.

ويمكن أن نحمل الجرائم التي وردت في مختلف التشريعات العربية على النحو التالي: (سلامن، مهني 2019، ص 276-277)

أ/- جرائم نظم ووسائط شبكة المعلومات:

- كدخول المواقع وأنظمة المعلومات المملوكة للغير.
- التصنت أو اعتراض الرسائل.
- دخول المواقع وأنظمة المعلومات من موظف سام.
- جريمة الدخول للمواقع عمدا قصد الحصول على المعلومات أو بيانات أمنية.
- إعاقة أو تشويش أو تعطيل وصول الخدمة.

ب/- الجرائم الواقعة على الأموال والبيانات والاتصالات بالتهديد والابتزاز:

- الاحتيال أو انتهاك شخصية أو صفة غير صحيحة والحصول على أرقام أو بيانات بطاقات الائتمان.

- الانتفاع دون وجه حق بخدمة الاتصال.
 - ج/- جرائم النظام العام والآداب العامة:
 - الإخلال بالنظام العام والآداب.
 - إنشاء أو نشر مواقع بقصد ترويج أفكار وبرامج مخالفة للنظام العام للآداب.
 - انتهاك المعتقدات الدينية أو حرمة الحياة الخاصة.
 - الإساءة إلى السمعة.
 - د/- جرائم الإرهاب والملكية الفكرية:
 - إنشاء أو نشر المواقع الجماعات الإرهابية.
 - جريمة نشر المصنفات الفكرية.
 - ه/- جرائم الاتجار في الجنس البشري والدعارة والمخدرات والمؤثرات العقلية وغسل الأموال.
 - و/- الجرائم المتعلقة بأمن الدولة وسلامتها الداخلية والخارجية.
- وقد شجعت التكلفة غير المرتفعة في استخدام شبكة الأنترنت لنشر المواد الإعلامية الكثير من المؤسسات الإعلامية على الاستثمار في الشبكة سواء كان ذلك بالانتقال بالصحيفة من المحمل الورقي إلى الإلكتروني للضغط على تكاليف النشر المرتفعة، أو بإضافة صحيفة إلكترونية إلى جانب الورقية للوصول إلى شريحة أكبر من القراء وخلق فضاءات إعلانية جديدة من شأنها زيادة الموارد المالية للمؤسسة الإعلامية. وتعتمد هذه الصحف الإلكترونية في عملها - في الكثير من بلدان العالم - على عدد محدود جداً من الإعلاميين من مشارب مختلفة قد لا يكون تخصصهم الصحافة بالضرورة، لتزيد أعباء الصحفي وتشابك مهامه في أحيان كثيرة بين التحرير والإعلان والتسويق، فيمسك من كل شيء بطرف دون التخصص في جانب بعينه، وهو ما أفرز الكثير من المشاكل المتصلة أساساً بالمحتوى الإعلامي في ظل غياب الحياد والمصداقية والضوابط المهنية التي تحكم آليات الممارسة الإعلامية، وأخلاقياتها. (بن مسعود، 2019، ص 5)

وهاجس الأخلاقيات الإعلامية في البيئة الرقمية بدأ باكراً عند المهنيين في الولايات المتحدة الأميركية. ففي ربيع عام 1997 أي بعد انتشار الأنترنت بقليل بفضل الويب الذي سمح لأناس عاديين باستخدام الشبكة الدولية، تداعى اتحاد الصحفيين الأميركيين ومركز بوينتر Poynter المتخصص في قضايا الإعلام، إلى لقاء مع مجموعة من المهنيين "البائسين" أو "المتوحشين" من القادم الجديد إلى الساحة الإعلامية، وذلك للتشاور حول إمكانية تطبيق

أخلاقيات الصحافة التقليدية وقيمها على الإعلام الجديد. (عليوان، 2015) وكان الجواب البديهي: أكيد نعم! وهل هذا الأمر يستوجب عقد مؤتمر للتباحث فيه؟ فالصحفي يبقى صحفيا أينما وجد وأينما حل وفي أي وسيلة إعلامية اشتغل، وعليه أن يتبع الأخلاقيات نفسها والمعايير المهنية ذاتها التي تنطلق من مبدأ المسؤولية الاجتماعية التي أنيطت بالوسائل الإعلامية منذ عام 1947 على إثر التقرير الذي رفعتة لجنة "هاتشينز الأميركية" حول حرية وسائل الإعلام ودورها في المجتمع، وذلك بعدما ارتفعت الصرخات في وجه الإعلام ودوره في التأثير بالآراء والأفكار وتحوله إلى بوق دعائي سياسي ومنبر إعلامي رجحي. وقد كان همّ اللجنة الأساس الدفاع عن حرية الصحافة والتأكيد على "تنزيه المهنة وإبعادها عن الأخطاء والأهواء والتأثيرات المتنوعة عليها لأن الأخطاء التي ترتكبها الصحافة لا تعنيها فقط بل هي تتحول إلى خطر يهدد المجتمع، فإن هي أخطأت فإنها تقود الرأي العام إلى الخطأ"

وتصدر مسألة الأخلاقيات اهتمامات الساسة ورجال الأمن والمصلحين على حد سواء، فالدراسات العلمية تضع المسؤولين عن الأمن الأخلاقي في المجتمع أمام الأرقام والحقائق والبراهين العلمية عن تأثير التعرض لمضامين الإعلام الجديد على سلامة المجتمع وأمنه وتماسك نسيجه الاجتماعي، بما يضمن حصانة أفراد من تأثيراته السلبية، ليكونوا أعضاء فاعلين مشاركين في بناء المجتمع وتنميته، ولا يعني ذلك - بالتأكيد - الدعوة إلى غلق الأبواب وسد المنافذ، فهذا محال لا يقرّه واقع التعامل مع وسائل الإعلام الإلكترونية أو الرقمية، ولكن يعني الأخذ بقاعدة (ما لا يدرك جله لا يترك كله). ويمكن أن تساعد المختصين على إيجاد بيئة سليمة للتعامل الحضاري الراقي مع هذه الوسائل الإعلامية الحديثة، ولن يتم ذلك إلا باستصدار القوانين والتشريعات التي تحدد الأطر العامة للتعامل الأمثل مع هذه الوسائل وفق ما تمليه ثقافة المجتمع وقيمه. ويذكر أن قانون 2012 المتعلق بالإعلام في الجزائر، قد خصص بابا حول أخلاقيات المهنة بما فيها الصحافة الإلكترونية التي لم تذكر صراحة بل إشارة، بالإضافة إلى الإقرار بإنشاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة والتي تندرج ضمنها الصحافة الإلكترونية. (برقان، 2017، ص 56)

4- حقوق وواجبات الإعلاميين في البيئة الإلكترونية الجديدة:

تنطبق الواجبات المفروضة على العاملين في البيئة التقليدية على العاملين في البيئة الإلكترونية، إلا أن هناك صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ البعض الآخر أشكالا مختلفة. فضلا عن وجود العديد من التساؤلات لا تزال تحتاج إلى إجابات لتوضيح كيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الإلكترونية.

فالإعلاميون العاملون في المؤسسات الإعلامية التقليدية والتي لها مواقع إلكترونية، ينتمون مهنيًا إلى هذه المؤسسات أكثر من الانتماء للكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية على البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية، على الرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات والتي من بينها: (أبو يوسف، 2016، ص 108)

- ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية.
- عدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى أو تعطيلها عن أداء عملها، أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر في مصداقيتها وعلى سير العمل بها.
- العمل على صياغة موثيق مهنية تتناسب مع الطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية.
- عدم الربط بمواقعهم، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقتهم أو إزعاجهم أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم.
- تجنب صراع المصالح بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني الإعلامي.
- عدم استغلال الإمكانات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية لتصميم مواقع إعلامية خاصة.
- إن مجمل الحقوق التي يتمتع بها أو يطالب بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، تنطبق بشكل أو بآخر على الإعلاميين العاملين في البيئة الإلكترونية الجديدة، سواء كانت حقوقًا مهنية أو سياسية أو ثقافية أو مادية أو معنوية أو غيرها، حيث يحق للإعلاميين في البيئة الإلكترونية التمتع بهذه الحقوق، إضافة إلى ما تضمنه عليهم البيئة الجديدة من حقوق لا يتمتع بها الإعلاميون في البيئة التقليدية، مثل حرية التعبير وحرية الوصول إلى مصادر المعلومات والحق في التواصل التفاعلي والفوري مع الجمهور. وفي الولايات المتحدة الأمريكية منح القانون للصحفي الإلكتروني كل الحقوق التي يتمتع بها الصحفي التقليدي، وعلى رأسها حقه في الحفاظ على سرية مصادره. واعتبر أن مهمة الصحفي الإلكتروني الأساسية هي نشر الأخبار، وأن يقوم بجانب ذلك بالتغطية الاستقصائية والتفسيرية للحدث، وعلى ذلك يشترط أن تكون مهنته الأساسية هي الصحافة. وإضافة إلى ما تقدم فإن البيئة الجديدة تضيء بعض المتطلبات التي يجب النص عليها كحقوق للإعلاميين من بينها: (اللبان، 2015)

- الحق في الحفاظ على سرية معلوماتهم، وعدم الكشف عن كلمة المرور الخاصة بهم أو محاولة كسرها.
- عدم تقصي أو تتبع تنقلاتهم الإلكترونية أو محاولة معرفة روابط وأسماء مصادره الإلكترونية.
- الحق في حماية أجهزتهم ووسائلهم الإلكترونية من التنصت والاختراق والمكر.

- الحق في الحصول على مزايا لحماية بياناتهم ومعلوماتهم ومصادرهم.
- الحق في الوصول المباشر لمصادرهم ووسائلهم الإعلامية بدون عوائق تكنولوجية.
- الحق في استنباط واستخدام طرق جديدة في التواصل مع جمهورهم ومع مصادرهم ووسائلهم الإعلامية الإلكترونية وغير الإلكترونية.
- الحق في إرسال معلوماتهم واستقبالها وتخزينها واسترجاعها بطريقة إلكترونية.
- الحق في الانتفاع والوصول لمصادر المعلومات التي تفرض قيودًا على استخدامها مادام الغرض هو القيام بخدمة عامة.
- الحق في التأهيل المهني والتكنولوجي بما يمكنهم من استخدام الوسائط الجديدة بفاعلية.
- الحق في الحصول على ما يعرف ببدل تكنولوجيا لتطوير مهاراتهم الرقمية.
- الحق في العمل على أجهزة متطورة وحديثة.
- الحق في إيجاد كيانات مهنية إلكترونية محلية وعابرة للدول تسن تشريعات ومواثيق لهم وتدافع عن حقوقهم مع حقهم في الاعتراف بهذه الكيانات وتمثيلها لهم في الجهات المختلفة.

5- مواثيق وضوابط أخلاقية:

يمكن تصنيف مواثيق أخلاقيات العمل الإعلامي إلى عدة أنواع أهمها: (مركز هردو، 2016، ص 13)

- **المواثيق الخاصة بوسائل الاتصال:** وهي الصحافة، الكتب، السينما، المسرح، الإذاعة الإلكترونية، الاتصال الافتراضي.
- **مواثيق تهتم بجوانب المضمون الاتصالي التعليمي:** وتشمل: الإعلام، التسلية، الإعلان المباشر وغير المباشر.
- **مواثيق تهتم بجوانب صناعة الاتصال:** وتتناول جانب أو أكثر من جوانب صناعة الاتصال، كأن تغطي في الصحيفة مثلا التحرير، الأخبار، الأحداث الجارية، الإعلان والتوزيع.

وقد ساعد ظهور العديد من المنظمات في العالم على غرار شبكة الصحافة الأخلاقية، أو مبادرة الصحافة الأخلاقية للاتحاد الدولي للصحفيين على دفع أخلاقيات العمل الإعلامي والمساعدة في تنظيم قطاع الصحافة الإلكترونية، وتعد شبكة الصحافة الأخلاقية من أهم الشبكات في العالم، وهي ائتلاف يضم أكثر من ستين مجموعة من الصحفيين وأصحاب الصحف ومجموعات الدعم الإعلامي. وتشجع الشبكة على أنشطة التدريب والقيام بالإجراءات العملية لتعزيز الأخلاقيات والحوكمة. (بن مسعود، 2019، ص 18)

ويرى العديد من العاملين في الإعلام الجديد والإلكتروني أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، ويرى القلة منهم أن الحل هو أن تكون هناك تكتلات تلتزم ببعض القواعد، وأن تكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسيء إليه.

وما يثير إشكالية ضرورة التوصل لميثاق شرف العاملين في الإعلام الجديد هو العديد من المظاهر التي يمكن أن نرصدها في هذا الإعلام ومنها الشك في مصداقيته ومجهولية مصادر الأخبار والتعليقات المنشورة بها واستخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام، والإساءة إلى الشخصيات العامة بالسب والقذف دون أسباب محددة، فقد يصل الأمر إلى إهانة رئيس الجمهورية وازدراء الأديان.

ويضمن الالتزام بالمعايير المهنية تطبيق إعلام احترافي بعيدا عن السلوكيات غير الأخلاقية، لتوفر حماية لخصوصية الفرد من جهة، وصدق المحتوى المنقول أو المعالج من جهة أخرى. وقد عقدت العديد من المؤتمرات والندوات بغرض وضع قوانين الشرف ومواثيق دولية لتنظيم عملية النشر عبر الشبكة، لكن تلك الجهود قد لا تصل إلى مبتغاها ولن تستطيع أن تحقق جل أهدافها، لأن الشبكة العنكبوتية فاقت كل توقعات صانعيها وأصحاب فكرتها الأساسية. وتعمل هذه المواثيق الأخلاقية على ضمان: (برقان، 2017، ص 56)

- وصف مثاليات ومسؤوليات المهنة.
- تثبيت الأمر الواقع وحماية متلقي المعلومات والمهنيين.
- تحسين صورة المهنة.
- تنشيط وإلزام الممارسين لدفعهم لتعريف مبرر عملهم في المهنة.
- إعطاء إرشادات حول السلوك المقبول.
- زيادة الوعي والاهتمام حول مختلف القضايا.

6- توصيات ومقترحات:

من بين الحلول التي يمكن اقتراحها لفض الاشتباك بين السلطة والعاملين في الإعلام الجديد التنظيم الذاتي، سواء على شكل اتحاد عربي للعاملين في الإعلام الإلكتروني، أو اتحاد محلي (داخل كل دولة عربية على حدة). وتكون مهام هذا الاتحاد للإعلام الإلكتروني على سبيل المثال لا الحصر: (اللبان، 2015)

- التوصل إلى ميثاق شرف للعاملين في الإعلام الإلكتروني يراعي الاعتبارات الأخلاقية والدينية والثقافية للمجتمع.

- عقد دورات تدريبية للعاملين في الإعلام الإلكتروني في مختلف المجالات التي تصقل خبراتهم، ومن بين هذه المجالات: الكتابة الصحفية، التحرير الصحفي، لغة المدونات والصحافة، التشريعات الإعلامية.
- إقامة مرصد للإعلام الإلكتروني يعمل على رصد المخالفات التي ترتكبها المواقع الإعلامية المختلفة وتحافي ميثاق الشرف الذي اتفق عليه العاملون في الإعلام الإلكتروني بقصد مراعاة هذه الملاحظات مستقبلا.
- التدخل لدى نقابات الصحفيين لإقناعها بتطوير نفسها في ظل التطورات الراهنة في تكنولوجيا الإعلام، وتنامي شبكة الأنترنت والصحافة الإلكترونية والمدونات، وذلك من خلال إنشاء شعبة جديدة بها للعاملين في المواقع الإخبارية الإلكترونية.
- التشجيع على إعداد الكتب الإرشادية والمواثيق الصحفية في مجال أخلاقيات الإعلام الجديد، مع أهمية رصد ما يخالف المهنة ومعاينة منتهكي القيم الأخلاقية، فضلا عن توعية مستخدمي الصحف الإلكترونية بأخلاقيات الإعلام الجديد.
- ضرورة إصدار قوانين إعلام جديدة تسير التطورات الحاصلة في وسائل الإعلام الإلكترونية، وذلك لن يتحقق بالرغبة والطموح فحسب، بل بالعمل والتجسيد الفعلي من خلال وضع نصوص تتوافق ومتطلبات وطموح وقضايا المجتمع.
- الإسراع في إرساء أجهزة ضبط الصحافة الإلكترونية خاصة لتجاوز مرحلة الغموض وغياب النصوص المنظمة من جهة، وتحقيقا لواقع صحفي إلكتروني فعال ونشط في سوق الإعلام الوطني والعالمي من جهة أخرى.
- العمل على نشر ثقافة النقد البناء مع الاستخدام الإيجابي للصحافة الإلكترونية من طرف القائمين بالإعلام وجمهور القراء المتفاعل معها، بهدف التعاون على إيجاد حلول للقضايا الراهنة المطروحة. (برقان، 2017، ص 57)
- خلق بيئة سليمة سياسيا واقتصاديا واجتماعيا وخاصة قانونيا بهدف تحقيق إعلام إلكتروني حضاري يهتم بقضايا وشؤون المجتمع الراهنة.

وقد نص ميثاق الشرف الإعلامي الصادر عن الأمانة العامة لجامعة الدول العربية في مؤتمر عقد في تونس عام 2013 على: "نحن الإعلاميون العرب العاملون في مجالات الاتصال والإعلام والمعلومات نلتزم التزاما ذاتيا نابعا من إحساسنا بمسؤولياتنا المهنية والقومية، بمواد هذا الميثاق وفقا لمنطلقاته ومبادئه وأهدافه." وشددت بنود الميثاق على ضرورة الالتزام بالمصالح العليا العربية والحفاظ على الهوية العربية وتحرير الصدق وقول الحقيقة والالتزام برفع مستوى الثقافة العربية بما يتماشى مع التطورات العلمية والتكنولوجية في العالم، وعدم نشر أية مادة من شأنها نشر الكراهية وإثارة الفتن واحترام الرأي والرأي الآخر، ومنع التعبئة والتشهير والابتزاز وغير ذلك من الأسس والأخلاقيات التي تجعل الإعلام الجديد إعلاما مثمرا وبناء وعاملا للوحدة العربية، والتأكيد على وحدة المصير وتعزيز الإحساس بالمسؤولية لدى كافة العاملين في الإعلام. (الجندي، 2016)

خاتمة:

الكثير من الدعوات صارت تتركز على تطوير المهارات التقنية للعاملين في الإعلام الجديد، وكأن هذا الإعلام يقوم فقط على التفوق التقني. فعمل القائم بالاتصال ينبثق من المهنية الصحفية والإعلامية والأخلاقية والفهم لسمات واحتياجات الرأي العام وتطبيق السياسات التحريرية وأهداف الموقع، فضلا عن مواكبة التغيرات التكنولوجية الدائمة والتي تؤثر في صناعة الرسالة. ويرتكز إصلاح وضع الإعلام الجديد على ضرورة إصدار قوانين أخلاقية وتشريعات تكفل العمل الإعلامي على الأنترنت، وتحمي العاملين به من خلال إنشاء كيان تنظيمي جديد يرفع شأنه، وإعادة النظر في دور الكيان القائم في رعاية العمل الإعلامي وتشجيع المهنية الصحفية على الأنترنت. ومن جهة أخرى، فإننا نأمل أن تقوم المواقع بدور أكبر في تدريب محرريها والعاملين بها، فضلا عن الاهتمام بعقد اجتماعات دورية حول أساسيات العمل وأخلاقياته، وتحديد طبيعة الجمهور ومتطلباته وأهداف الموقع، ومناقشة السياسة التحريرية وتقييم العمل بشكل دوري والاهتمام بقياس الرضا الوظيفي.

قائمة المراجع:

أولا-الكتب:

- 1- أبو خليل، فارس (2015) *وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير*، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
 - 2- أبو يوسف، إيناس وآخرون (2016) *دليل الصحافة الاستقصائية من أجل التنمية*، مصر، مؤسسة فريديش إيبر.
 - 3- بن مسعود، معز (2019) *أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية*، قطر، مركز الجزيرة للدراسات.
 - 4- تنبو، فاطمة الزهراء (2018) *الاتصال الدولي والهيمنة*، الجزائر، دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع.
 - 5- حسام الدين، محمد (2003) *المسؤولية الاجتماعية للصحافة*، القاهرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية.
 - 6- حمزة، عبد اللطيف (1996) *أزمة الضمير الخلقى*، القاهرة، دار الفكر العربي.
 - 7- الدليمي، عبد الرزاق (2017) *أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين*، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
 - 8- الدليمي، عبد الرزاق (2015) *صناعة الإعلام العالمي المعاصر*، الأردن، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
 - 9- الساري، فؤاد (2015) *وسائل الإعلام - النشأة والتطور*، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
 - 10- المشاقبة، بسام عبد الرحمن (2014) *نظريات الإعلام*، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
 - 11- صدقة، جورج (2008) *الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع*، بيروت، مؤسسة مهارات.
 - 12- المقدادي، كاظم (2013) *الإعلام الدولي والجديد وتصدع السلطة الرابعة*، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
 - 13- مركز هردو (2016) *أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي*، القاهرة، مركز هردو لدعم التعبير الرقمي.
 - 14- هونبرغ، جون (1996) *الصحفي المحترم*، ترجمة: كمال عبد الرؤوف، القاهرة، الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- ب-الدوريات:

- 15- برفان، محمد (2017) *حق الممارسة الإعلامية في الجزائر بين الحرية والأخلاقيات المهنية - دراسة لواقع الصحافة الإلكترونية في ضوء قانون الإعلام 2012*، لبنان، مجلة جيل حقوق الإنسان، العدد 23.

16-سلامن، رضوان ومهني، سامي علي (2019) *البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي "المفاهيم والضوابط"*، الجزائر، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد: 8، العدد 1.

ثالثا-مواقع الأنترنت:

17-أبو وردة، رهام (2016) *وسائل الإعلام الجديد*

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/04/06 من: <http://mawdoo3.com/>

18-بدران، عبد الله (2014) *الإعلام والعولمة -التحديات والإشكاليات -*

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/04/06 من:

<http://www.kuwaitmag.com/index.jsp?inc=5&id=11719&pid=1766>

19-الجانف، أميرة عبد الله (2015) *القيم الأخلاقية في العمل الإعلامي*

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/03/20 من: <http://www.rozhamawany.com/ar/?p=148>

20-الجندي، سهى (2016) *أخلاقيات الإعلام الجديد*، مجلة إيلاف

تم استرجاعه بتاريخ: 2019/11/14 من: <https://elaph.com/Web/opinion/2016/9/1107565.html>

21-عليوان، إيمان (2015) *الأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد*

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/03/22 من: <http://www.almodon.com/opinion/2015/12/8>

22-اللبان، شريف درويش (2015) *الضرورة الحتمية: الضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الجديد*

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/04/04 من: <http://www.acrseg.org/36569>

23-مهدي، محمد عبود (2006) *أخلاقيات العمل الصحفي - المفهوم والممارسة -*

تم استرجاعه بتاريخ: 2018/03/22 من: <http://abu.edu.iq/research/articles>