

أخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد: الأسس، الضوابط، والأبجديات

**Professional ethics in light of new media : Foundations; controls
and alphabets**

ط.د. رقية لقلوق Laklouk reguia

ط.د. خولة ركروك¹ Rekrouk khaoula

جامعة محمد أمين دباغين سطيف 2 Mohamed Lamine Debaghine Setif 2 University

تاريخ القبول: 2022/06/14

تاريخ الإرسال: 2021/02/03

¹ المؤلف المرسل.

الملخص:

أحدثت الثورة التكنولوجية في الآونة الأخيرة تغييرات كبيرة على مستوى الممارسات الإعلامية، فرضت بذلك واقعا مهنيا يختلف في بعض جوانبه عن الإعلام التقليدي، ما جعله أمام حتمية تبني ممارسات مهنية جديدة تتكيف مع متطلبات البيئة الرقمية من حيث التقنية ومهارة التحكم فيها، فعملية المزاجية بين العمل الإعلامي والبيئة الرقمية ساهم في زيادة الجدل حول مسألة أخلاقيات المهنة، فأصبحت حتمية الضبط الأخلاقي للممارسات الإعلامية مطلبا أساسيا لتأطير العمل الصحفي وفق أسس وضوابط أخلاقيات المهنة.

الكلمات المفتاحية: الأخلاقيات، أخلاقيات المهنة، الإعلام، الإعلام الجديد.

Abstract:

The recent technological revolution has brought about major changes in media practices; By this it imposed a professional reality that differs in some aspects from the traditional medi, What made him face the inevitability of adopting new professional practices that adapt to the requirements of the digital environment in terms of technology and skill to control it, The process of combining media work with the digital environment has contributed to increasing the debate on the issue of professional ethics, So the imperative of moral control of media practices has become a basic requirement for framing the journalistic work according to the foundations and regulations of the profession's ethics.

key words: Ethics- Professional ethics- media- the new media.

01- مقدمة:

أتاحت التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال، كم هائم من المنصات والتطبيقات، كالمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الشبكة العنكبوتية، فأحدثت بذلك تغييرات على مستوى البيئة الإعلامية، أساليب وآليات الممارسة المعتمدة في البيئة التقليدية هذا ما أدى إلى تغيير الأدوار في طرقي العملية الاتصالية ومكن الجمهور من إنتاج المحتوى الإعلامي بدل أن يقتصر دوره في تلقي المضامين الإعلامية فقط، وهذا ما ساهم في إبراز مادة إعلامية جديدة مكمله للإعلام التقليدي، رافقه ذلك تحرر المادة الإعلامية من قيودها الجغرافية، وألغى بذلك الخصوصية وانعاقها من الرقيب الإعلامي الذي طالما شكل هاجس الصحف الورقية .

إن الحرية التي وفرتها شبكة الإنترنت لم ترافقها المسؤولية في كثير من الأحيان وغابت عنها الدقة والموضوعية في أحيان أخرى، مما يقودنا للحديث عن الأخلاقيات المهنية والالتزام بها في عصر البيئة الإعلامية الجديدة وأصبحت حتمية الضبط الأخلاقي للممارسات الإعلامية مطلبا أساسيا لتأطير العمل الصحفي في ظل بيئة تشوبها الشائعات، فقد دعا الكثير من الباحثين إلى ضرورة تنظيم وأخلقت الممارسات المهنية عبر الإعلام الجديد، إذ بات هذا التنظيم ضرورة عاجلة، مشيرين إلى أن ذلك لا يعني تقييدا للحريات أو تضيق للممارسات الإعلامية، وإنما الغاية منه حماية الأشخاص والمجتمع ومؤسسات الوطن والصالح العام .

وعليه ومن خلال ما سبق ذكره يمكن صياغة التساؤل الرئيسي التالي: ماهي ضوابط وأسس أخلاقة المهنة في ظل الإعلام الجديد؟

وتندرج ضمن هذا التساؤل التساؤلات الفرعية الآتية :

1. ما المقصود بأخلاقيات المهنة، وفيما تتمثل أخلاقيات الإعلام الجديد؟

2. ما هي المبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة؟

3. ما هي خصوصية الممارسة المهنية في البيئة الإلكترونية؟

4. فيما تتمثل ضوابط أخلاقة الممارسة الإعلامية عبر الإعلام الجديد؟

وللإجابة على تساؤلات الدراسة تم تقسيم وهيكله البحث على النحو التالي :

المحور الأول: مدخل مفاهيمي.

المحور الثاني: المبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة.

المحور الثالث: خصوصية الممارسة المهنية في البيئة الإلكترونية.

المحور الرابع: ضوابط أخلاقة الممارسة الإعلامية عبر الإعلام الجديد.

02- المحور الأول: مدخل مفاهيمي:

01-02 تحديد مفاهيم الدراسة:

01-01-02 تعريف الأخلاق:

◀ لغة: جاء في المعجم الوسيط عن علم الأخلاق أنه علم موضوعه أحكام قيمة تتعلق بالأعمال التي توصف بالحسن أو القبح، كما جاء عن السلوك أو التعامل الأخلاقي في المعجم نفسه: "هو ما يتفق وقواعد الأخلاق، أو قواعد السلوك المقررة في المجتمع وعكسه - لا أخلاقي". أما الأخلاقيات أو الأخلاق: مفرداتها حُلُق، والحُلُق: السجية والطبع، والمروءة والدين". وقد جاء في قاموس لونغمان (Long man) بأن الأخلاقيات "Ethics" تعني:

✓ دراسة طبيعة المبادئ الأدبية والأحكام وأساسها.

✓ مجموعة من المبادئ الأدبية والقيم.

✓ مبادئ السلوك أو الآداب التي تحكم الفرد أو الجماعة.

✓¹

◀ اصطلاحاً: حسب قاموس (المفضل): "الأخلاقيات هي ما يتفق مع قواعد الأخلاق والسلوك المقررة في المجتمع ويفرق بينها وبين الأخلاق الذي هو علم تعرفنا أحكامه الخير فنتبعه والشر فنتبعه والصفات الثابتة في الإنسان وما يصدر عنها من خير أو شر من غير حاجة إلى فكر ورؤية"².

ويضاف إلى ذلك أن الأخلاقيات هي: "سلوك مهني وظيفي يستند إلى مجموعة من القيم والأعراف والتقاليد التي يتفق أو يتعارف عليها أفراد مجتمع ما حول ما هو خير، وعدل في تنظيم أمورهم". وهي أيضا "مجموعة القواعد والأسس التي يجب على المهني التمسك بها، والعمل بمقتضاها ليكون ناجحا في تعامله مع الناس، ناجحا في مهنته ما دام قادرا على اكتساب ثقة زبائنه والمتعاملين معه من زملاء ورؤساء ومرؤوسين"³.

الأخلاقيات أيضا هي: "جملة المبادئ النظرية والقواعد العملية التي تؤلف كلا متماسكا"⁴.

02-01-02 تعريف أخلاقيات المهنة:

كما يمكن النظر لأخلاقيات المهنة على أنها: "مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المهني التي تضعها المنظمة لكافة أعضائها، حيث تحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها، وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاء، وهذه الأخلاق المهنية تنبع أساسا من الأهداف النبيلة للمهنة وشرف الكلمة وتحقيق المصلحة العامة"⁵.

ويضيف إلى ذلك الأستاذ محجوب في كتابه (قواعد أخلاقيات المهنة) أن الأخلاقيات "هي معايير السلوك تطبق على هؤلاء الذين يستغلون مهنة معينة، فالشخص الذي يدخل مهنة ما يطلب منه الالتزام بأخلاقيات المهنة لأن المجتمع يجعله موضع ثقة في أن يقدم بضائع وخدمات ذات قيمة ولا يمكن أن تتوافر ما لم يكون سلوكه مغلفا بمعايير معينة"⁶.

كما يمكن القول أيضا أن أخلاقية المهنة الإعلامية مجموعة من القيم المتعلقة بالممارسة اليومية للصحفيين وهي تمثل جملة الحقوق والواجبات المرتبطة بمهنة الصحافة، وتحمل هذه الحقوق والواجبات عادة في صفة ميثاق يتفق عليه أغلب الصحفيين فيعملون على احترامه وعدم الخروج عن مبادئه⁷.

ويرى الباحث "سمير حماني" أخلاقيات المهنة الإعلامية أو كما يطلق عليها أيضا بأخلاقيات الإعلام وأخلاقيات الصحافة وأخلاقيات المهنة الصحفية، بأنها: "مجموعة القواعد المسيرة لمهنة الصحافة أو هي مختلف المبادئ التي يجب أن يلتزم بها الصحفي أثناء أدائه لمهامه، بعبارة أخرى هي تلك المعايير التي تقود الصحفي إلى القيام بعمل جديد يجد استحسانا عند الجمهور، كما أنها أيضا جملة المبادئ الأخلاقية الواجب على الصحفي الالتزام بها في أدائه لمهامه، كمعايير سلوكية تقوده إلى إنتاج عمل ينال به استحسان الرأي العام"⁸.

وفي ذات السياق ترى الباحثة "حنان بن يحيى علال" أن أخلاقيات المهنة في الإعلام الجديد هي: "أخلاقيات الصحفي في تعامله مع مادته الإعلامية على الأنترنت سواء كانت من أجل نشرها في موقع مؤسسته الإعلامية من موقعه المهني، أو على صفحته الخاصة على الفاسبوك، التويتر، الأنستغرام أو أي من مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي"⁹.

02-02 تعريف الإعلام:

◀ **لغة:** أصل الإعلام من مادة علم، جاء في لسان العرب: والعلم نقيض الجهل علم علماً وعلم هو نفسه ورجل عالم وعليم من قوم علماء، وأعلم فلاناً الخبر: أخبره به... (العلم) إدراك الشيء على ما هو به وقيل: العلم يقال للإدراك الكلي والمركب، والمعرفة تقال للإدراك الجزئي أو البسيط¹⁰.

اصطلاحاً: الإعلام هو إحاطة الرأي العام علماً بما يجري من الأمور والحوادث سواء في الشؤون الداخلية أو الخارجية وهو نشر الأخبار والآراء على الجماهير¹¹.

1-02-03 مفهوم الإعلام الجديد:

وجد الباحثون في مجال الإعلام صعوبة في ضبط مفهوم واحد للإعلام الجديد وذلك نتيجة ما أحدثته الثورة التكنولوجية من تغييرات مختلفة، سواء على مستوى الوسيلة أو على مستوى التفاعل مع الوسيلة الناقلة للمضمون مما جعله يأخذ عدة مسميات منها، الإعلام التشعبي، الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي وإعلام الوسائط المتعددة. عموماً لو أتينا لتعريف الإعلام الجديد وفقاً لقاموس التكنولوجيا الرفيعة (High-tech) فهو "اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".

بحسب ليستر (Leister) هو: "مجموعة من وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام"¹².

وعليه يحيلنا هذا التعريف إلى التعريف التي قدمته الباحثة "وهيبة" في ورقتها البحثية المعنونة بأخلقة الممارسة المهنة للإعلام الجديد حيث ترى بأن الإعلام الجديد هو: "إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليد التزاوج بين ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر، ظاهرة تفجر المعلومات (information explosion) وظاهرة الاتصال عن بعد (Télécommunication)"¹³.

كما يعرفه "فتحي أبو حطب" بأنه: "مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو غير المتصلة بالإنترنت، كما تتيح وسائط الإعلام الجديد إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي"¹⁴.

وتم تعريف كذلك على أنه اندماج جميع أنواع الوسائط في شكل جديد واحد، وجميع المفاهيم والأفكار والنظريات الخاصة بالوسائط الأصلية مدمجة في الشكل الجديد. يمكن تقسيم تعريف الوسائط الجديدة إلى ثلاثة أقسام متميزة تتمثل في الجانب البيئي، الجانب الثقافي والاجتماعي، والجانب التكنولوجي.¹⁵

وبحسب "صادق حمادي" فإن مفهوم الإعلام الجديد هو: "منظومة تواصلية جديدة، تقوم على وسائط ومضامين ونماذج اقتصادية مستحدثة". يحيلنا هذا التعريف إلى مفهوم المنظومة التي تمثل نظام مركب تتداخل فيه عناصر مختلفة، فالمنظومة التواصلية داخل شبكة الأنترنت تتكون من ثلاث اتجاهات، حيث نجد المدونة، منتديات الحوار، البريد الإلكتروني، الدردشة، مواقع الويكي، تمثل المنظومة التواصلية الفردية والجمعية، في حين نجد مواقع وبوابات المؤسسات الاقتصادية، الجمعيات، والحكومية تمثل المنظومة المؤسساتية، كما نجد المواقع الإعلامية والإخبارية تمثل المنظومة الإعلامية.¹⁶

مما سبق نستنتج أن الإعلام الجديد يمثل جملة من الممارسات التي أفرزتها الوسائط الإعلامية الجديدة في ظل بيئة تواصلية متغيرة.

03- المحور الثاني: المبادئ الأساسية لأخلاقيات المهنة

يرى الأستاذ "محمد قيراط" أن مهنة وممارسة الإعلام في مختلف المؤسسات الإعلامية بحاجة إلى أخلاقيات وضوابط وأسس ومبادئ ومواثيق شرف وأعراف وآداب تسير عليها وتعمل وفقها حتى تبقى شريفة، نزيهة، ونبيلة تؤدي مهمتها على أحسن وجه بعيدا عن المزايدات والمساومات وكل ما يسيء إليها وإلى أخلاقياتها، وحسب وجهة نظره أن أي عمل إذا لم يلتزم بضوابط وأخلاق وبأسس وقوانين يصبح فوضى تتلاعب به القوى التي قد تكون مصالحها بعيدة عن الصالح العام وعن قيم المجتمع ومبادئه، فالإعلام الجاد والهادف والملتزم هو ذلك الإعلام الذي يتعد عن الغرابة والإثارة والتقليد والسعي وراء تحقيق الأرباح بأية طريقة كانت فالمهمة الاستراتيجية للعمل الإعلامي هي الكشف عن الحقيقة وإبلاغ الفرد وإدماجه في المجتمع وإشراكه في اتخاذ القرار دور الإعلام هو جعل الفرد في المجتمع فردا واعيا مثقفا متعلما يعرف حقوقه وواجباته ومسؤولياته.¹⁷

كما أضاف الأستاذ "محمد قيراط" في مقال له حول الأخلاق في الممارسة الإعلامية أن مبادئ أخلاقيات الصحافة التي يجب أن يتحلى بها الصحفي، هي خمسة أركان أساسية تتمثل في التميز، الدقة، الاحترام،

الإنصاف، الشفافية والمساءلة، هذه المبادئ هي التي تجعل القائم بالاتصال والمؤسسة الإعلامية تعمل من أجل المصلحة العامة وتقديم الحقيقة لعامة الشعب ومحاربة الفساد، والتضليل والتشويه والدعاية واستغلال المهنة لأغراض لا علاقة لها بالمسؤولية والالتزام والدقة والانصاف والشفافية، حيث يرى أن غياب الأخلاق وسيطرت النزوات الشخصية أو الحزبية أو المالية أو التجارية على الممارسات الإعلامية أو الصحفية ابتعدت عن مهنة البحث عن الحقيقة وعن خدمة المصلحة العامة، وهذا يعني أنها بدلا من أن تكون المراقب العام في المجتمع والمدافع عن الطبقات المحرومة، تصبح في يد فئة صغيرة جدا تستعملها وتسخرها لخدمة مصالحها وحتى لو كان ذلك على حساب المصلحة العامة، وهذا ما يؤدي إلى انعدام المصداقية وتدهور العلاقة بين الشرائع الاجتماعية العريضة في المجتمع والمؤسسة الإعلامية¹⁸.

ويحدد مركز (هردو) لدعم التعبير الرقمي ستة مبادئ أساسية لأخلاقيات المهنة¹⁹:

- **المسؤولية:** وتعني إلتزام المصداقية والحيادية فيما يكتب ليكتسب الصحفي ثقة الرأي العام، أي لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق من مصداقيته ومصداقية المصدر ويجب أن يعتمد على أكثر من مصدر.
- **حرية الإعلام والصحافة:** وتتجسد بالدفاع عنها من خلال عدم تقليل شأن المهنة وعدم وصفها بالسوء.
- **الاستقلالية:** المحافظة على الكرامة وكذلك المحافظة على الأمانة فالإعلامي والصحفي يحمل رسالة خالدة فهو يقوم بدور تنويري و تثقيفي لمجتمعه.
- **المصداقية والصدق والدقة:** وتظهر في كل كتابات الصحفي لكسب ثقة القارئ المتلقي، المستمع، المشاهد والقارئ هو أساس الإعلام الجيد، والتمسك بمبادئ الدقة في عرض الحقائق وينبغي على الإعلامي أن يكون صادقا في نقله للعمل الإعلامي سواء كان خبرا أم تحقيقا أم مقابلة، إذ فإن الصدق هو المحور الأساس للوصول إلى الحقيقة.
- **عدم الانحياز:** الكتابة بموضوعية وضرورة الفصل بين الرأي الشخصي والعاطفة من جهة، وبين ما يكتب من جهة أخرى.

المحافظة على حقوق الآخرين: ويكون ذلك بعدم التعدي وتجاوز حريات الآخرين وكشف الأسرار، وعدم التجسس على الحياة الخاصة للأفراد والتدخل في خصوصياتهم لأنها تعتبر أساليب غير أخلاقية، وأيضا يجب أن تراعي كتابة القصة الخبرية بإنصاف بحيث تذكر أقوال جميع الأطراف بحيادية تامة.

04- المحور الثالث: خصوصية الممارسة الإعلامية في البيئة الإلكترونية

إن السياق الاتصالي والإعلامي الجديد الذي ولدته تكنولوجيات الاتصال الجديدة، أثر على المنظومة الإعلامية بكاملها (وبشكل خاص على الممارسات الإعلامية)، فالخصوصية التي تنفرد بها البيئة الإعلامية الجديدة بكل ما تفرضه عناصرها من تكيفات مهنية وتكنولوجية مطردة في مجال الإعلام والاتصال، بهدف تمكين المؤسسات الإعلامية من مسيرة توجهات ورغبات الجمهور الجديد لقد فتحت هذه التكنولوجيات الاتصالية الجديدة الباب أمام إعداد المحتويات الإعلامية لأي كان، بشكل جعل الشبكات الاجتماعية والمدونات تزامن وسائل الإعلام التقليدية في صياغة المحتويات ووضع الأجندة الإعلامية، إلى درجة أن المؤسسات الإعلامية التقليدية، باتت تسارع الزمن من أجل التواجد في منصات تلك الشبكات الاجتماعية من خلال طرح محتويات إعلامية تفاعلية، تركز على الصورة والنصوص الشعبية مع التقليل من المحتويات الخطية، وهو ما فرض بدوره التكيف مع التكنولوجيا من خلال اقتناء برامج حاسوبية جديدة، والتكيف مهنيًا من خلال إعادة تأهيل الكوادر الإعلامية لبلوغ ما أصبح يسمى بالصحفي المتعدد المهارات أو المتكامل هذا الأخير بات يتوجب عليه ليس فقط بناء النصوص الإعلامية عبر التحكم في مهارات كتابة النصوص كما كان متوقعا منه سابقا، بل أيضا من خلال تحكمه في كم هائل من المهارات البصرية، ومهارات الكتابات الشعبية المختصرة، ومهارات التصوير وتحميل المحتويات على الإنترنت²⁰.

أشار الباحث "المعز بن مسعود" في ورقته البحثية المعنونة بالأخلاقيات في رؤية جديدة للممارسة المهنية، أن طبيعة البيئة الإعلامية الجديدة وخصوصيتها، فرض على الصحفي والإعلامي معايير تقنية أصبحت تحتل الجانب الأكبر من اهتماماتهم على حساب جانب أكثر أهمية وهو تحري الصدق والدقة في المعلومة خاصة مع المميزات التي أفرزتها البيئة الإعلامية الجديدة في سرعة انتشار المعلومة وتوفرها عبر مختلف المنصات الرقمية هذا ما أثر على الجانب الأخلاقي للممارسة الإعلامية.

وفي السياق ذاته أشار ذات الباحث أن للمعايير تحليلات قد تحيل إلى مدى التزام الإعلامي بالضوابط الأخلاقية المهنية لعمل الصحفي الإلكتروني، فهي من يقيم الدليل على صحة المعلومات المنشورة، وصدقها ودرجة

الوثوق بها، من خلال التعرف على دقة الروابط وقيمة النصوص فائقة الدقة والوسائط المتعددة المستخدمة في تحرير المواد الإعلامية.

ويضاف إلى ذلك قدرت الصحفي على اكتساب مهارات حذف أساليب الكتابة الرقمية، وإجاد توظيف الروابط التشعبية، ومهارة كتابة الأخبار على الأنترنت، والبحث عبر شبكة الأنترنت، ومهارة التعامل مع صحافة المواطن، ومن بين المهارات الواجب اتقانها أثناء ممارسة الإعلامي لمهنته نجد:

أ. **مهارات التحرير الرقمي:** لكي يصبح الصحفي قادرا على إخراج مادته الصحفية بنفسه، تتطلب الكتابة للأنترنت عددا من القواعد التي تعمل على زيادة قراءة المادة الصحفية، وجذب انتباه القارئ ومنها قدرته على الكتابة والتعديل وإدراج الصور والأشكال وقدرته أيضا على التدقيق اللغوي وربط داخل المواقع أو على الشبكة عموما.

ب. **مهارات توظيف الروابط التشعبية في الكتابة الرقمية:** يعد النص التشعبي "الفائق" من أهم الأدوات في يد المحرر الصحفي فهو إلى جانب أنه يوفر المعلومات، فإنه يطيل كذلك من عمر القصة الخبرية، ويضفي معاني جديدة لها في الروابط التشعبية، حيث يحيل القارئ للمعلومات بعينها ذات الصلة باهتماماته وسط كم هائل من المعلومات على الأنترنت.

ت. **مهارات كتابة الأخبار على الأنترنت:** استفادة صحافة الأنترنت من التطور الحاصل في نمط التغطية الذي حدث في الصحافة التقليدية، فبعد ظهور الصحافة التفسيرية و الاستقصائية التي تحتاج إلى مصادر جاهزة تعطي لها الخلفيات والتفاصيل عن الأحداث، هذا ما يجعلها تقدم أخبار بأكثر عمق ودقة، هذا ما أحال دور الصحفي في الصحافة الإلكترونية إلى تحليل الموضوعات المعقدة وتفسيرها والتعليق عليها.

ث. **مهارات البحث في الأنترنت:** يتطلب التعامل مع الأنترنت، ضرورة تعلم مهارات البحث الذاتي عن المعلومات، البيانات، الإحصاءات، التحقق من مصداقيتها، تقييمها مقارنة بالمعلومات الأخرى، ضرورة الاهتمام بتحليل المعلومات والوثائق والاستفادة من محركات البحث والموسوعات المتوفرة عبر شبكة الأنترنت.

ج. **مهارات استخدام الوسائط المتعددة:** تشير هذه المهارة إلى مفهوم الاندماج الإعلامي الذي أزال الحواجز بين الأشكال والوسائل الإعلامية، نجدها من خلال دمج غرف التحرير في مواقعها الإلكترونية مع نظيرتها

في الصحيفة الورقية أو المحطات التلفزيونية التابعة لها، وبفضل الأنترنت كذلك تحول الصحفي من حارس إلى وسيط، وتحول الجمهور من مستقبل إلى منتج، وأسهمت تكنولوجيات الأخرى كالهواتف المحمولة والأقمار الصناعية في تبدل أدوار الصحفي وتغير مهامه²¹.

ويمكن القول أن ممارسة مهنة الإعلام في البيئة الإلكترونية، قد أحدث تغييرا واضحا في الآليات ومصادر مراقبة المضامين الإعلامية المتداولة وقلصت من هامشها، فقد أصبح بإمكان أي شخص أن يصدر صحيفة في شبكة الأنترنت بدون الالتزام بقوانين النشر سواء تلك التي تنص على التصريح أو الترخيص، بل أن هذه القوانين أصبحت عتيقة أو قليلة الجدوى. كما أصبح بإمكان أي شخص أن ييثر برامج إذاعية عبر شبكة الأنترنت أو يؤسس دار لنشر الكتب الإلكتروني²²، ومن جانب آخر استطاع الإعلام الجديد تغيير بعض الممارسات التقليدية للصحفيين والإعلاميين حيث توجه العديد من ممارسي الصحافة إلى الاعتماد على صحافة المواطن للتأكد من نوعية المعلومات التي ينشرها ويتداولها الجمهور، وطبيعة القيم التي تحملها مثل الموضوعية والحياد، والابتعاد بذلك عن وظيفتهم التقليدية في جمع ومعالجة المعلومات، لتصبح صورة الجمهور هي التي تعمل على تحويل إعلامية الممارسة نحو التكيف تدريجيا مع بروز المواطن، والجمهور الجديد كفاعل جديد في العملية الإعلامية²³.

05- المحور الرابع: ضوابط وأخلاق الممارسة المهنية عبر الإعلام الجديد:

إن الانتشار الواسع لوسائل الإعلام عبر الشبكة المعلوماتية الرقمية، صارت من بين أكبر الإنجازات التي حققها علم التواصل الحديث، وعليه فإن التعامل مع الإعلام الجديد أصبح أمرا مفروضا وملحا، بل ويتطلب منا المزيد من الاهتمام خاصة بحتمية الضبط الأخلاقي للممارسات المهنية عبر الفضاء الرقمي، وبحكم تنامي ثقافة المعلوماتية وما يواكبها من تطور تكنولوجي فرض وجوده في العالم الافتراضي، وبالنظر إلى أهمية ما صرنا نتوصل به من كم هائل ولا يحصى من المعلومات والمواضيع والأبحاث والدراسات، لم يجد الإعلام عموما والصحافة خصوصا، بُدًا من ولوج العالم الافتراضي، وأصبحت الشبكة العنكبوتية تعج بالمحطات والمواقع الإعلامية الإخبارية، والمدونات ومواقع التواصل الاجتماعي وكذا ظهور صحافة المواطن²⁴.

فعلى الرغم من أن هذه التقنية أتاحت للكثير من الناس التعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية وبصورة قد تتجاوز الحدود أحيانا مما يستدعي ضرورة الاحتكام إلى أخلاقيات الممارسة الإعلامية عبر الإعلام الجديد، ووضع مجموعة

من المبادئ والقواعد ضمن موثيق مهنية بغية تنظيم استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الصحفيين المنتمين إليها.

ومن أبرز النماذج العالمية لموئيق الأخلاقيات، ما جاءت به الجمعية الوطنية الأمريكية لناشري الأخبار (American Society of News Editors)

حيث أصدرت دليلا يتضمن عشر قواعد كبرى وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية وتمثل هذه القواعد في²⁵:

✓ **القاعدة الأولى:** المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق الفضاء الإلكتروني، بمعنى لا يمكن للصحفي أن ينشر مالا يرتضي نشره في الصحيفة، بالإضافة إلى أنه لا يوجد مبرر في ألا تطبق القواعد التقليدية الأخلاقية على المجال الإلكتروني.

✓ **القاعدة الثانية:** يجب على الصحفي أن يتحمل مسؤولية ما يكتبه، حيث يجب على الصحفي أن يتحمل كل ما ينشره على الأنترنت لأنه يصبح عاما، حتى وإن كانت صفحة الصحفي خاصة وشخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة الإعلامية.

✓ **القاعدة الثالثة:** التفاعل مع القراء لكن بطريقة مهنية، حيث يمكن للصحفي أن يطلع على الأحداث وجمع المعلومات ولكن للانخراط في العالم الافتراضي حدود.

✓ **القاعدة الرابعة:** لا ينبغي نشر المعلومات الحصرية على "الفيس بوك" أو "التويتر" بل على موقع الصحيفة.

✓ **القاعدة الخامسة:** انتبه إلى نظرة الآخرين إليك، إذ يجب على الصحفي تجنب صراع المصالح، والإشارة إلى الوصلات التي يوصي بها لا تلزمه، ومحاولة التحكم في خيارات الخصوصية بشكل لا يبدو فيه الصحفي نصيرا لمجموعة معينة أو يكشف تضارب المصالح.

✓ **القاعدة السادسة:** تأكد من أصالة وصحة ما تقرأه على الشبكة، حيث يتمثل دور المؤسسات الإعلامية والصحفيين هو التأكد من المعلومات المنشورة ومن مصداقيتها، ويجب على كل صحفي أن يكون حارس بوابة جيد.

✓ **القاعدة السابعة:** قدم نفسك دائما على أنك صحفي، فلا يمكن للصحفي أن يخفي هويته سواء كان ذلك في الفعاليات الصحفية التقليدية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الانترنت.

✓ **القاعدة الثامنة:** الوسائط الاجتماعية هي أدوات وليست لعبة، فالصحفيون يمثلون مؤسساتهم ولا يمكن لهم أن يتصرفوا بطريقة غير مقبولة على الشبكة، ومن أحد ركائز أخلاقيات الشبكة الاجتماعية الضرورية هي الإعتماد على المصادر الأساسية.

✓ **القاعدة التاسعة:** كن شفافا واعترف بأخطائك.

✓ **القاعدة العاشرة:** حافظ على سرية الحياة الداخلية للمؤسسة، أي عدم إفشاء الأسرار الخاصة بهيئة التحرير الإعلامية.

وفي ذات السياق يلخص ميثاق الشرف الكندي العديد من المزايا التي تقدمها مواقع الشبكات الاجتماعية للصحفيين بتوفير المصادر، حيث يتزايد استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية في الحصول على المعلومات عن الأفراد والمنظمات وفي هذه الحالة ما ينشره الأفراد على هذه الشبكة حول أنفسهم يفقد حالة الخصوصية وتصبح هذه المعلومات ملكية عامة للجمهور، ويمكن استخدامها كمادة إعلامية، ومع ذلك يحذر الصحفيين من ضرورة الالتزام بقواعد معينة للوصول إلى الرسائل على الشبكات الاجتماعية، وإذا كان أصحابها لا نية لديهم لجعلها متاحة للجمهور وعدم استخدام الحيل والخداع للوصول إلى المعلومات الخاصة بالأفراد، كما لا ينبغي للصحفيين أنفسهم إخفاء هوياتهم خاصة عند البحث عن المعلومات بوسائل الإعلام الاجتماعي.

يضيف الدكتور "عطاء الله طريف" في ورقته البحثية المعنونة بـ (إشكالية أخلاقية الممارسة الإعلامية عبر وسائط الإعلام الجديد في البيئة العربية) أنه يمكن تحديد بعض الأخلاقيات التي وضعها مهنيون وأكاديميون لتنظيم الإعلام الجديد، تتلخص في العناصر التالية²⁶:

— تدعيم المادة الصحفية بالروابط والإشارة إليها، وذلك لإعطاء المواطن فرصة الاطلاع عليها تحقيقا للمصداقية المهنية.

— التصحيح العلني لأي معلومات غير صحيحة أو غير متحقق من مصدرها.

- احترام خصوصية الأفراد وعدم التدخل في حياتهم الشخصية وعدم استهداف أخبار حياتهم الخاصة إلا إذا كانت تخدم الصالح العام.
- توفير القدر الكافي من المعلومات وإعطاء الفرصة للجمهور من أجل الحكم واتخاذ القرارات.
- ممارسة الحرية المسؤولة واحترام الثوابت الدينية.
- الالتزام بحماية المصادر على الشبكة المعلوماتية والتأكد من مصداقية الأخبار قبل نشرها.
- الإمتناع عن السريات الفكرية والإشارة في كل الأحوال إلى المصادر.
- أن لا ينشر الصحفي مالا يتماشى مع السياسة التحريرية لمؤسسته الإعلامية، وأن لا ينشر كذلك ما يسيئ إلى سمعته أو إلى مهنته.
- يتحمل الصحفي عواقب ما ينشر حتى وإن كان فقط على صفحته الخاصة وذلك بسبب عدم القدرة على الفصل بين الفضاء الخاص والفضاء العمومي.
- أن لا ينشر الصحفي إلا ما هو مؤكد منه وعليه في غياب حراسة البوابة الالكترونية.
- أن يكون الصحفي نفسه رقيقا يمر عبر بوابته.
- ويرى الباحث أن ما توفره شبكة الأنترنت من بعض الخدمات لممارسي الإعلام الجديد فيما يرتبط بالبريد الالكتروني (email)، خدمات المجموعات الإخبارية (News Groups) والدرشة على الخط (Chat Online) يجب ذكر في هذا الإطار بعض الضوابط الأخلاقية المهنية الملزمة نقدم منها²⁷:
- يجب على الصحفي منع إساءة استخدام البريد الإلكتروني سواء للتهديد أو لإرسال عروض أسعار أو دعايات لا يرغبها المستخدم.
- منع استخدام أو إرسال الرسائل التي تخدش الحياء، ومراعاة عدم إرسال الصور المخلة بالآداب والتي تخدش حياء الجمهور.
- مراعاة عرض المعلومات والأخبار بجدية وموضوعية، وعرضها بصورة سليمة دون حدوث خلل أو ضرر.

- الالتزام بنشر الموضوعات والمقالات التي تهم المستقبلين وعدم إحداث الثغرات التي لا قيمة لها، أو عرض موضوعات لا تمت إلى المؤسسة بصلة.
- الالتزام الأخلاقي من قبل الصحفي أثناء خدمة (الدرشة) في عدم ذكر موضوعات أو التحدث في موضوعات غير مفيدة أو غير مهمة، أو غير أخلاقية.
- الالتزام في عرض الصور والإحصاءات والبيانات بالمستوى الأخلاقي وخاصة عند التحدث إلى الجنسيات الأخرى والفصائل الأخرى في الموضوعات المهمة.

06- الخاتمة:

إن ما أبرزته هذه الورقة البحثية في طرحها لمسألة الأسس وضوابط أخلاقيات المهنة في ظل الإعلام الجديد، يحيلنا إلى حتمية الضبط الأخلاقي لمختلف الممارسات الإعلامية خاصة في ظل التحولات المتعددة التي طرأت على مهنة الصحافة، استدعت من الصحفيين تكييف آليات تتوافق مع متطلبات البيئة الرقمية الجديدة وذلك من الجانب التقني والمهني وحتى الأخلاقي.

ورغم تضارب وجهات النظر حول ضرورة تواجد منظومة تقنن وتشرع وتأطر الممارسة الإعلامية، في ظل البيئة الإعلامية الجديدة بين مؤيد لضرورة وضع إطار قانونية وتشريعي، يقودنا إلى طرح رؤية جديدة لأخلاقيات الممارسة في ظل البيئة الرقمية، ترقى مهنيًا وقانونيًا لإيجاد معايير يمكن من خلالها تقييم مدى احترام المضامين الإعلامية المنشورة رقميًا وإلكترونيًا للمهنة، يساهم في الرقي بالقيمة الإحترافية للمؤسسات الإعلامية، إلا أن هناك رأي مخالف ل طرحنا السابق، حيث يرى أنه لا يمكن وضع أسس وقوانين تضبط الممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية، نظرا للخصوصية التي تنفرد بها هذه البيئة، تجعل من الصعب تقنينها وتأطيرها.

وعليه هذا ما يجعلنا نعيد النظر في آليات الضبط الأخلاقي وفق معايير، تساهم في رسم خارطة طريق لأخلاقيات إعلامية جديدة تلائم الفضاءات الرقمية وأن تكون هناك أخلاقيات تضع حداً للفوضى التي تهدد الدور التقليدي للإعلام في نشر الحقيقة انطلاقاً من مسؤوليته في المجتمع.

07- المصادر والمراجع:

1. إبراهيم إمام، العلاقات العامة والمجتمع، القاهرة، مكتبة الانجلو، 1981، ص 316.
2. بثينة مهيرة، أخلاقيات الإعلام الجديد: بين الحرية والالتزام في البيئة الالكترونية، مجلة المعيار، جامعة الأمير عبد القادر بقسنطينة، المجلد 22، العدد 44، 2018، ص 399 ,
3. بسام عبد الرحمان المشاقبة، أخلاقيات العمل الإعلامي، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2012، ص 63.
4. جابر علي محبوب، قواعد أخلاقيات المهنة، أساس إلزامها ونطاقها، ط2، القاهرة، النسر الذهبي للطباعة، 2001، ص 10.
5. حسن عماد المكاي، أخلاقيات العمل الإعلامي: دراسة مقارنة، القاهرة، دار الفكر العربي، 2000، ص
6. حنان بن يحيى علال، أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد: دراسة قانونية في الجزائر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 2، العدد 5، مارس 201، ص 5.
7. سمير حماني، أخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية، قراءة لعينة من قوانين الإعلام الجزائرية، مجلة صوت القانون، المجلد 6، العدد 2، نوفمبر 2019، ص 56.
8. الصادق حماني، الإعلام الجديد: مقارنة تواصلية، معهد الصحافة وعلوم الأخبار. مقال في مجلة الإذاعات العربية اتحاد إذاعات الدول العربية، العدد 4، 2006، ص 3.
9. طريف عطاء الله، الإعلام الجديد بين إشكاليات المفهوم وتغير الأداة، مداخلة غير منشورة ضمن ملتقى الإعلام الجديد وصناعة الرأي العام، منشورات مخبر الإعلام، الرأي العام وصناعة القيم. جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، أكتوبر 2019، ص 5.
10. عطاء الله طريف، إشكالية أخلاقة الممارسة الإعلامية عبر وسائط الإعلام الجديد في البيئة العربية، مداخلة غير منشورة ضمن المؤتمر الدولي الثالث للإعلام والاتصال، جامعة قطر، فيفري 2020، ص ص 4-18.
11. كمال حميدو، الإعلام الاجتماعي وتحولات البيئة الاتصالية العربية الجديدة، مركز الجزيرة للدراسات، مارس 2018، ص ص 6-7.

12. محمد الطيب سالت، أخلاقيات العمل الصحفي في القانون الجزائري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية والآداب واللغات، جامعة الجلفة، نوفمبر 2010، ص1.
13. محمد بن مكرم ابن منظور، لسان العرب، باب العين مع اللام والميم، ق4، دار المعارف، د.س، ص 3083.
14. حمد سيد ريان، الإعلام الجديد، القاهرة، مركز الأهرام للنشر والترجمة والتوزيع، 2012،
15. مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، أخلاقيات ومبادئ العمل الصحفي والإعلامي، القاهرة، 2016.
16. المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، فيفري 2019.
17. وهيبة بن شريف، أخلاق الممارسة المهنية للإعلام الجديد، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد الخامس عشر.
18. a development :Archan Mitra ,news media and convergence communications perspective, global media journal- Indian edition, vol02, no2,2011,p3.
19. Miege Bernard, les industries du contenu face à l'ordre informationnel, Grenoble, PUG, collection la communication en plus, 2000, p95
20. محمد قيراط، أخلاقيات الصناعات الإعلامية في عصر التضييل المنظم، متاح على الرابط، <https://alsharq.com/opinion/29/2/2018/>، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/01/16
21. محمد قيراط، الأخلاق في الممارسة الإعلامية، متاح على الرابط، <https://al-sharq.com/opinion/26/01/2019/>، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/01/17
22. نصر الدين لعياضي، إشكاليات الإعلام في عصر العولمة، متاح على الرابط،

[http://www.siironline.org/alabwab/solta5\(18\)/015.htm](http://www.siironline.org/alabwab/solta5(18)/015.htm)، تم الاطلاع عليه بتاريخ :

2020/01/22

23. حسن اليوسفي المغاري، الاعلام الجديد بين الحرية والأخلاق، متاح على الرابط،

<https://www.aljazeera.net/blogs/blogs/2017/6/29/>، تم الاطلاع عليه بتاريخ:

2020/01/24

08- الهوامش:

¹ طريف عطاء الله، 2020، ص 4.

² حنان بن يحيى علال ، ص 5.

³ طريف عطاء الله، 2019، ص 5.

⁴ حسن عماد المكاوي، ص12

⁵ بسام عبد الرحمان المشاقبة، ص 63.

⁶ جابر علي محجوب، قواعد أخلاقيات المهنة، ص 10.

⁷ محمد الطيب سالت، ص1.

⁸ سمير حماني، ص 56.

⁹ حنان بن يحيى علال، المرجع السابق، ص 3

¹⁰ محمد بن مكرم ابن منظور ، ص 3083.

¹¹ إبراهيم إمام، ص 316.

¹² طريف عطاء الله، الإعلام الجديد بين إشكاليات المفهوم وتغير الأداة، مرجع سابق، ص5

¹³ وهيب بن شريف، ص12.

¹⁴ محمد سيد ريان، ص10.

¹⁵ Archan mitra ,p3.

¹⁶ الصادق حماني، ص 3.

¹⁷ محمد قيراط، أخلاقيات الصناعات الإعلامية في عصر التضييل المنظم، متاح على الرابط،

<https://alsharq.com/opinion/29/2/2018/>، تم الإطلاع عليه بتاريخ: 2020/01/16

¹⁸ محمد قيراط، الأخلاق في الممارسة الإعلامية، متاح على الرابط،

<https://al-sharq.com/opinion/26/01/2019>/الأخلاق-في-الممارسة-الإعلامية، تم الإطلاع عليه

بتاريخ: 2020/01/17

¹⁹ مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، 2016.

²⁰ كمال حميدو، ص ص 6-7.

²¹ المعز بن مسعود، ص 9.

²² نصر الدين لعياضي، إشكاليات الإعلام في عصر العولمة، متاح على الرابط،

[http://www.siironline.org/alabwab/solta5\(18\)/015.htm](http://www.siironline.org/alabwab/solta5(18)/015.htm)، تم الاطلاع عليه بتاريخ :

2020/01/22

²³ Mieke Bernard, P 95

²⁴ حسن اليوسفي المغاري، الاعلام الجديد بين الحرية والأخلاق، متاح على الرابط،

<https://www.aljazeera.net/blogs/blogs/2017/6/29/>، تم الاطلاع عليه بتاريخ:

2020/01/24

²⁵ بثينة مهيرة، ص 399.

²⁶ عطاء الله طريف، إشكالية أخلفة الممارسة الإعلامية عبر وسائط الإعلام الجديد في البيئة العربية، ص 18.

²⁷ طريف عطاء الله، الإعلام الجديد بين إشكاليات المفهوم وتغير الأداة، ص 19.