الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية "دراسة كيفية"

"Ethical standers of digital media and its relationship with value system" Qualitative study

سارة جمعة حراز¹، هدير عبد الحميد ونس²

¹مدرس مساعد، تخصص الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة دمنهور، (جمهورية مصر العربية).

²حاصلة على ماجستير، قسم الاجتماع، شعبة الاتصال والإعلام، كلية الآداب، جامعة الإسكندرية،

(جمهورية مصر العربية).

Sara Harz¹, Hadeer Wanas²

Master researcher, Department of Sociology, mass communication division, Faculty of arts, Alexandria University, (Egypt)²

¹Assistant teacher, mass communication, Faculty of arts, Damanhur University, (Egypt).

تاريخ النشر: 2021/ 10/ 31 تاريخ الاستلام: 2021/08/ 25 تاريخ القبول: 2021/ 10/ 11

ملخص:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على القواعد الأخلاقية للإعلام في ظل التحول الرقمي الذي أتاح العديد من الإمكانيات للمتلقين في وقت قياسي، الأمر الذي أدى لتفاقم العديد من المشاكل لعل أهمها مشكلة التضييق الذي خلقه الإعلام الرقمي وما ترتب عليه من صعوبة التأكد من مصداقية الأخبار المنشورة. وبالتالي وجوب وجود دور رقابي على وسائل الإعلام الرقمي من خلال وضع معايير تضعها المجتمعات وفقاً لقيم كل مجتمع لتحقيق انضباط قبيح وأخلاقي مما ينتج عنه عدم إساءة استغلال تقنيات التحول الرقمي في بث الشائعات والأكاذيب والتضييق الذي ينتج عنه تهديد الأمن القومي ومخالفة القيم العامة للمجتمع، وبذلك يتم الاستفادة من تقنيات التحول الرقمي ومزاياه في خدمة أهداف ومصالح الجمهور.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي - أخلاقيات الإعلام الرقمي - الضوابط الأخلاقية - البيئة الرقمية - المعايير المهنية.

Abstract:

This research aims to identify the ethical rules of media in light of the digital transformation, which provided many possibilities for the recipient in record time, which led to the exacerbation of many

*هدير عبد الحميد ونس. البريد الإلكتروني: hadeer.wanas@yahoo.com

problems, perhaps the most important of which is the problem of misinformation that can be created by digital media and the consequent difficulty of verifying the credibility of the published news. . Consequently, there must be a supervisory role on the digital media by setting certain standards set by societies according to the values of each society to achieve *value and moral discipline*, which results in not misusing digital transformation techniques in spreading rumors, lies and misinformation that results in a threat to national security and violating the general values of society, and thus Digital transformation technologies and its advantages are used to serve the goals and interests of the public.

Keywords: Digital Media, Digital Media Ethics, Ethical controls, Digital Environment, Professional standards

1- مقدمة:

تمثل ثورة تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحد أهم مراحل تطور التاريخ الإنساني، والتي نتج عنها مجموعة من التغيرات، وبفضل الثورة التكنولوجية تغير إنتاج واستهلاك شكل المعلومات وأصبح هناك مصادر متنوعة متاحة للجميع. وبالرغم من هذا التطور الذي قدم الكثير من الفوائد للمجتمع البشري، إلا أنه جعل المجتمع تحت مجموعة من المخاطر في مجالات مهمة ومنها الأمن والاستقرار المجتمعي ومكافحة الجريمة. (المُرشد، 2019، ص 317)

وقد ظهر من خلال استخدام الاعلام الرقمي كوسيلة أساسية للتضليل الإعلامي وبث مواد محرضة تؤثر على استقرار المجتمع بالإضافة إلى انه ساعد في سرعة انتشار المعلومات بين مستخدمين هذه الوسائل وأصبح هناك صعوبة في التفرقة بين المعلومة الصحيحة والشائعة. الأمر الذي دفع الحكومات الي التصدي له إصدار جملة من القوانين واللوائح، لضبط الممارسة المهنية للبيئة الرقمية للحفاظ على أمن الدولة وحقوق مواطنيها، لوضع حدود للممارسة والعقوبات الملائمة. (كدواني، 2020، ص 380-381)

1.1 مشكلة الدراسة :

يشهد العالم اليوم مجموعة كبيرة من التغيرات والتي شملت وسائل الإعلام والاتصال والتي تعمل علي تشكيل عقل جديد ومعارف سلوكيات جديدة فبي ثورة إعلامية تكنولوجية(الرفاعي، 2011، ص692) وبالرغم من أن شبكة الانترنت ازال حواجز الزمان والمكان وساعدت في الحصول علي المعلومات بسهولة وتكلفة اقل إلا ان التحدي الأكبر يمكن في الضوابط الأخلاقية في العصر الرقمي، حيث اتاحت التكنولوجيا لكل فرد القيام بالنشر، بل البث المباشر ايضاً والذي نتج عنه وجود محتوى عدواني، قضايا مرتبطة بالملكية الفكرية والتلاعب الرقمي في الصور والفيديوهات واثار الاعلام الرقمي ايضاً قضية أخلاقية بمدي التزام الصحفيين بمواثيق الشرف الإعلامية والأخلاقية (أسامة، 2021 ص11)

ومن هنا تنبع مشكلة الدراسة في الدور السلبي الذي يؤدي الإعلام الرقمي في المنظومة القيمية للمجتمع لأن الإنترنت وسيلة تخضع لأخلاقيات مهنة الصحافة، حيث يعزز مجموعة من القيم الغير متماسكة ومنها صعوبة التحقق من مصداقية الأخبار التي يمكن ان تتعرض للفتنة الفورية التي اتاحتها التكنولوجيا نتج عنها عدم التأكد من الأخبار واخفاء الحقائق الذي نتج عنه الحاق الضرر بالآخرين، وتقوم الدراسة علي فرضية رئيسية

وهي أن الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي لها تأثير سلبي علي منظومة القيم المجتمعية وفي إطار ذلك تم تقسيم البحث إلى فئات موضوعية وهي كالتالي:

المبحث الأول الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي والمنظومة القيمية.

المبحث الثاني: واقع الأخلاقيات في البيئة الرقمية.

2.1 أهداف الدراسة :

- التعرف على القواعد الاخلاقية للإعلام الرقمي.
- التعرف على التحديات التي تواجه الاعلام الرقمي.
- معرفة تأثير القواعد الاخلاقية على التكنولوجيا الرقمية.
- التعرف على واجبات الاعلاميين في البيئة الرقمية.

3.1 تساؤلات الدراسة :

- ما هي القواعد الأخلاقية للإعلام الرقمي؟
- ما هي التحديات والعقبات التي تواجه البيئة الرقمية؟
- كيف تأثرت القواعد الأخلاقية بالتكنولوجيا الرقمية؟
- ما مدي ملائمة أخلاقيات الاعلام الرقمي لمنظومة القيم المجتمعية؟
- ما هي واجبات الاعلاميين في البيئة الرقمية؟

2. المنهج:

تنتمي هذه الدراسة إلى البحوث الكيفية، حيث تعتمد هذه البحوث على مجموعة من القواعد مثل النقد الأدبي والعلوم الإنسانية والاجتماعية والتحليل، كما تعتمد على إدراك الباحث ومعرفته بالتقاليد الاجتماعية السائدة. ولا يوجد مفهوم مطلق في البحوث الكيفية للحقيقة (قابل للقياس) فهو مفهوم يختلف من باحث إلي آخر وحتى يفهمه الباحث لا بد له من النظر إلى كل الأجزاء، وتهدف البحوث الكيفية إلى التوصل إلى تفسير موحد لظاهرة في موقف ما. (طابع 2001: 198) تعتمد الدراسة على تحليل الظاهرة المدروسة وهي الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية للمجتمع من كافة جوانبها ومحاولة مناقشة فرضية الدراسة في إطار ذلك من خلال جمع المعلومات من المصادر المختلفة، ولفت النظر إلى أبعادها المختلفة.

المبحث الأول: الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي والمنظومة القيمية:

شاع مصطلح الاعلام الرقمي منذ عشرات السنين حتى الآن واستخدم معه بعض أو معظم أشكال المعرفة الرقمية، وهناك الكثير من القضايا التي تختص بالإعلام الرقمي والتي تزداد تعقيداً مع التطور التكنولوجي الذي نعيشه والتي بطبيعة الحال تتناسب مع ديناميكية التغير البشري التي تجعلنا نقف أمام ما ستناوله في موضوع بحثنا وهو الأخلاقيات والمهنية في الاعلام الرقمي.

ولكن قبل البدء يجب أن نعرف ماذا تفعل وسائل الاعلام بصفة عامة في الناس؟

فهي تعكس التغير الذي يحدث في المجتمع عند نقطه معينه من الزمن قد تضيق زخما للتغيرات وتسارع الأمور، كما أنها تساعد في وضع الأجندات، فقد تزيد وعيينا وترينا أشياء لا يعرفها الكثيرون منا، ولكنني أجد

أنه من الصعب الاعتقاد أنه إذا كان لوسائل الإعلام في أي وقت مضي القدرة على تجاوزنا بالطريقة التي يدعيها البعض. (اسايرغر 2012:221).

ومع تطور التقنيات وتسارع الحقبة الزمنية شهدنا تطور في وسائل الاعلام الرقمي digital communication بما عكسه من تأثيرات في مجالي الثقافات والحوار بينها حيث اتاحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاء سبرانيا يتيح لاتباع الثقافات المختلفة التواصل والالتقاء ومن ثم التأثير المتبادل ولها تأثيراتها على منظومه القيم الثقافية السائدة في المجتمعات (أمين 2015: 89)، مما أتاح تساؤلاً آخرًا لدينا وهو، لماذا نستخدم الإعلام الرقمي؟

قبل البدء في اجابة هذا السؤال يجب توضيح بسيط للعصر الرقمي كما أطلق عليه أو على الاعلام الرقمي بصورة أعم وأشمل حيث أطلق عليه عدد من المسميات الأخرى تتمثل في "الاعلام الجديد، الاعلام التفاعلي، اعلام المعلومات، الاعلام السيبراني، الاعلام التشعبي (Heper media)) والتي تشير معظمها إلى عملية الاندماج والتزاوج بين ثلاث مكونات هي الحاسوب والشبكات والوسائط المتعددة. (صادق 2008: 7-12).

وقد استنتج بعض الباحثين أن تسمية الاعلام الرقمي لا تنطبق تمامًا علي الاعلام الجديد لأن أغلب وسائل الاعلام التقليدي ، ومنها الصحافة المطبوعة والراديو والتلفزيون استخدمت التقنية الرقمية ، في حين لا يمكن ادراجها ضمن الاعلام الجديد ، بحسب بعض تعريفاته ومداخله النظرية بمعنى أن تسمية الاعلام الرقمي انسحبت علي الاعلام الجديد من التقنية الرقمية لم تعد حصراً علي الاعلام الجديد حتي الذين يصنفون التلفزيون الرقمي ضمن وسائل الاعلام الجديد يشيرون إلي بعض البرامج التفاعلية وليس إلي التلفزيون جميعها وكذلك الراديو.

وحين نقول الاعلام الشعبي، فإنها توجي إلى أنه أتاح للأفراد بإنتاج المضمون وارساله عن طريق وسائل اتاحتها التكنولوجيا الحديثة، وكذا الحال ينطبق على التسميات الأخرى مثل الاعلام التشعبي والآلي والمعلومات. (الدععي 2016: 65-66).

ويحمل الاعلام الرقمي أنماط من تحديات النمط الثقافي السائد نتيجة توافد المعلومات والانفتاح الثقافي في العالم الافتراضي والذي يشمل ثقافات ولغات مختلفة ورغم أن لوسائل الإعلام الحديث دورا مهما في تدعيم الثقافة والمعرفة السياسية ومن ثم دعم المشاركة السياسية إلا أنها قد تحمل توجهات موجهه لأنماط ثقافيه لا تتوافق مع عادات وقيم المجتمعات وبخاصه في المجتمع العربي والإسلامي وهو أحد أوجه الحروب النفسية التي توجه ضد الجماعات والدول لتنال من عزيمتها. (المرشد، 2019 ص336).

وبالتالي يظهر أمامنا أن الهدف من التكنولوجيا لابد أن ينصب في خدمة الإنسان واسعارها وليس في اتجاه المعرفة القاتلة ويرى كارل بوبر أنه لابد أن يكون لأي فعل عقلائي هدف معين وهو عقلائي بنفس الدرجة لأنه يتعقب هدفه ولذلك فاختيار الهدف هو الشيء الاول الذي يتعين تفعله إذا رغبت أن تؤدي عملا بصورة عقلانية، بالإضافة إلى أن المعايير وهي المبادئ الأساسية والاكثر حبوته لرفاهيه النشر من أي مبادئ أخرى مهما كانت مهمه

ونتيجة تفاقم المشاكل الأخلاقية التي أحدثتها تكنولوجيا الحاسوب أكد والتر مانر أن أخلاقيات الحاسوب تتوزع في نوعين:

الأول ... المشكلات الأخلاقية القديمة، ولكنها أصبحت أصعب في ظل وجود الحاسوب

الثاني. المشكلات الأخلاقية التي ظهرت بسبب تكنولوجيا الحاسوب. (عبد الله 2017 ص253-254).

وهناك من أشار إلى أن الأخلاقيات تعني وثيقة تحدد المعايير الأخلاقية والسلوكية المهنية المطلوب أن يتبعها أفراد جمعيه مهنيه وتعرف بأنها بيان المعايير المثالية لمهنة من المهن تتبناه جماعه مهنيه او مؤسسه لتوجيه أعضائها لتحمل مسؤولياتهم المهنية. (حسنين 2015 ص6) ، ومثلت أخلاقيات وسائل الإعلام منذ عام 1970م جزءاً من محاولات مثيرة للجدل لإقامه نظام عالمي جديد للإعلام وشملت هذه الحركات مدول واسع النطاق علي القضايا التي يتناولها وأهميتها. (سعد الدين 2015 ص113) ، ونجد أن المفهوم التقليدي لأخلاقيات الإعلام يشير إلي مجال تطبيق الأخلاق التي تهتم بالسلوك والمعايير التي تلتزم وسائل الإعلام بتنفيذها بشكل عام مثل (الممارسة الصحفية، وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والرقابة علي المحتوى الإلكتروني) وبالرغم من ذلك يجد العاملين في الإعلام الرقمي أنهم أمام تحدي للحفاظ علي مجموعة من المبادئ الأخلاقية للإعلام الجديد، ويقتصر اهتمامهم نحو المبادئ المرتبطة بإنتاج المادة الإعلامية بدلاً من التركيز علي الأثار الأخلاقية للإعلام الرقمي وذلك لأن أخلاقيات الإعلام بالمعني التقليدي تشمل معايير النزاهة الصحفية والرقابة. (Alessi, MD, 2008:78-79)

كل ذلك مؤشراً لمعرفة الاخلاق الاعلامية، والتي تتمثل في مجموعة قيم ومبادئ خلقية وسلوكية يلتزم بها الصحفي أثناء ممارسة عملية وكذلك تلتزم بها المؤسسة الإعلامية ، وقد باتت هذه المبادئ متجسدة في تشريعات إعلامية أو موائيق شرف مكتوبة أقرتها اتحاد الصحفيين أو مؤسسات إعلامية أو هيئات نقابية. (صدقة 2009 ص13-14)، وتعد قضية الأخلاقيات المهنية من الأمور الهامة في الصحافة بصفة عامة، وتزداد أهميتها بالخصوص في الصحافة الإلكترونية وتطبيقاتها، ولاسيما مع الانتقادات الكثيرة الموجهة لها ولممارستها، مثل المترتبة بانتهاك حقوق المؤلف وأعمال الغير، القذف، نشر مضامين تنتهك خصوصية الأفراد، تلفيق التهم ونشر المعلومات الغير صحيحة سواء عن الحكومات أو الأشخاص العاديين أو الأنبياء عليهم السلام والرموز الدينية . لأن الحرية الكبيرة التي تتمتع بها التطبيقات الإلكترونية قد تجعل كل الأفراد ينشرون كل الأخبار دون إخضاعها للتحكيم والرقابة الذاتية، فيتناولونها بطريقة جريئة ومثيرة سعياً لتحقيق سبق الصحفي دون الأخذ في الاعتبار تداعياتها وانعكاساتها فيما بعد. فقد يتم نشر معلومة تمس بالأمن العام وتهدد استقرار بلد معين. كما أن هناك جانب سلمي مرتبط بالسطو على حقوق التأليف والنشر

الخاصة بالأخرين والمصدقية والثقة في كثير ما يتم تناوله من أخبار ومعلومات. (بعزيز 2017 ص175).

ويقصد بالأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد هي أخلاقيات الصحفي في تعامله مع مادته الإعلامية علي الانترنت من أجل نشرها في مدونته الإلكترونية أو علي صفحته الخاصة في الفيسبوك او في حسابه علي تويتر او انستجرام أو أي من مواقع الشبكات الاجتماعية الأخرى من موقعه الاجتماعي كقائد رأي، ويرى بعض العاملين في الإعلام الإلكتروني أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به ويقترح أغلبهم أن يكون هناك تكتلات تلتزم ببعض القواعد وأن يكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع من خلالها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسئ إليهم.. (علال 2019 ص853).

وهو ما اتفق مع ما ذكره عبد الرازق الدليبي في أخلاقيات المهنة التي تتمثل في عدة أشكال:

- أخلاقيات خاصة بتعامل الصحفي أو الإعلامي مع مصادره.
 - أخلاقيات خاصه بتعامل الإعلامي مع المواطنين من جمهور ووسائل الإعلام.
 - أخلاقيات الخاصة بالإعلان.
 - أخلاقيات خاصه بالسياسات التحريرية لوسائل الإعلام.
 - أخلاقيات خاصه بوسائل الإعلام بالمجتمع، وقيمه، وعاداته، وتقاليده.
 - أخلاقيات خاصه بحقوق الزمالة بين الإعلاميين.
 - أخلاقيات ومعايير المستوي المهني الإعلاميين. (الدليبي 2019 ص 10-12).
- وتتلخص أخلاقيات المهنة فيما يلي:

الصدق: وهو الدافع لأدبيات التعامل مع المادة الإعلامية والحقيقة هي المحور المحرك الإعلامي والوصول إليها ليس عن طريق الطرق الملتوية ولا القصيرة المشوية بما يخدش دقتها وصدقها.

احترام الكرامة الإنسانية: يلزم عرض الصور والاختبار بما لا يمس هذه الكرامة جماعيه أو فردية دون إذن إذا يقتضي استعمال وسائل قانونيه سليمة للحصول على المعلومات.

النزاهة: تعني تقديم الخبر والصور بنوع من الحياد وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر والتعليق أو الأسعار وبين الصالح العام والخاص.

المسؤولية: يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة من أخباره بمعني أنه لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه

العدالة: تفيد أن المواطنين متساوون من ي الحقوق والواجبات كما هم متساوون أمام وسائل الإعلام. (الدليبي 2019 ص 8-10).

وهناك أهمية لوضع الأخلاقيات الإعلامية يتمثل الدور الرئيسي للقائم بالاتصال في إعلام الجمهور بما يحدث في بيئتهم والعالم بأسره. ومن المفترض أن يتم ذلك بصدق وموضوعية، ولكن نلاحظ بان كل ما يحدث في العالم اليوم لا يخرج في وسائل الإعلام. لذلك يجب على الإعلاميين اختيار تلك الأحداث التي يعتبروها تشكل مصدر قلق للكثيرين أو تحقق المصلحة العامة لهم، مع الأخذ في الاعتبار عرض المعلومات بطريقة تناسب جميع فئات الأفراد في المجتمع والتي تعتبر بمثابة قاعدة أساسية للإعلاميين عند اتخاذ قراراتهم بشأن نشر المعلومات. ونظراً لزيادة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في التأثير على الجمهور والتغيرات التكنولوجية التي طرأت على وسائل الإعلام كلها شكلت مصدر قلق كبير وأصبحت هناك حاجة لإصدار معايير أخلاقية لتقييم أداء الإعلاميين. (Nassanga 2008:649-650)

وتتمحور الأخلاق حول القيم ومنظومة القيم في وسائل الاعلام، فأخلاقيات المهنة الإعلامية تتباين في تفاصيلها من مؤسسة إعلامية إلى أخرى ومن بيئة إعلامية إلى أخرى فهي ليست علماً من العلوم يستند إلى قواعد معينة، إذا اختلف المختصون بالصحافة والإعلام في ذلك، فلا توجد مدونة قواعد عالمية تحكم هذه الأخلاقيات، فالبعض يعدها علماً من العلوم الاجتماعية، بينما يخالف البعض هذا الرأي، وهي مع ذلك تنبع من خبرات

مكتسبة وممارسات تولد لدي الصحفيين الحكمة في التعامل مع إشكاليات مهنية لا تحكمها قوانين، وتسمح في النهاية باتخاذ قرارات اخلاقية سليمة تنسجم مع قيم السلوك الاجتماعي لأي مجتمع. (جابر 2015ص111).

مفهوم المنظومة:

المنظومة أو النسق هو مجموعة الوحدات المرتبة ترتيباً مخصصاً، والمتصل بعضها البعض اتصالاً به تنسيق لكي تؤدي إلى غرض معين أو لكي تقوم بوظيفة خاصة كما يعرفها " ولمان " بأنه "مجموعة من العناصر لها نظام معين وتدخل في علاقات مع بعضها لكي تؤدي وظيفة معينة".

منظومة القيم:

هي مجموعة قيم الفرد أو المجتمع مرتبة وفقاً لأولويتها كما أنها عبارة عن مجموعة من الاتجاهات المترابطة فيما بينها والتي تنتظم في شكل بناء متدرج. كما أنها عبارة عن بناء متكامل ومتماسك من المبادئ والمثل النابعة من العقيدة الدينية للمجتمع. (صاحبي 2019 ص104).

ويبقى أمامنا تساؤلاً وفقاً لمنظومة القيم وتداخلها مع اخلاقيات الاعلام، هل تؤثر فينا وسائل الاعلام؟

وسائل الاعلام تؤثر فينا، إما تأثيرات سلبية أو إيجابية، سواء شعرنا بذلك أم لم نشعر، فلا أحد محصناً من تأثير وسائل الاعلام، حتى الشخص الذي لا يتعرض لوسائل الاعلام فإنه يتأثر بدرجة ما، من خلال زملائه أو أقرانه والوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه، وبالتالي يظهر أمامنا هل الاعلام محايد؟

ليس صحيحاً ما يردده البعض بأن الحيادية هي أساس عمل وسائل الاعلام، فهذا غير صحيح، بل إن الحيادية المطلقة شيء يتعذر وجوده في الحياة، فكل إعلام في هذا العالم هو بالضرورة إعلام منتمي، إماثقافة، أو وطن، أو مصلحة تجارية، أو وجهة شخصية، أو مزيج من الانتماءات، وهناك من يتحكم فيه ويقوم بتوجيه الذين يتحكمون في وسائل الاعلام في العالم أم ملاكها الذين يقومون بتأسيسها والانفاق عليها وتحمل تكاليفها فهم الذين يقررون ما الذي يخرج؟ وما الذي يستبعدوهم الذين يقررون ماذا نشاهد؟ وماذا نسمع؟ وماذا نقرأ؟ (مسعودان 2015 ص150).

وفي الدول النامية غالباً ما تحتل البرامج الأجنبية مساحة واسعة من الرسالة الإعلامية لوسائل الاعلام، نتيجة لضعف إمكاناتها المالية، وتدني مستوي الخبرة الفنية في مجال الإنتاج الإعلامي، مما يعرض الثقافات الوطنية لتلك الدول لخطر الغزو الثقافي، ويهدد المنظومة القيمية لدي شعوبها. (عبد الفتاح 2011 ص30).

وفي دراسة أجرتها أرانت وأندرسون قال بأن 47 % من محرري الصحف الإلكترونية يرون بأن سرعة الإنترنت قد قللت من إمكانية تطبيق المعايير والأحكام المهنية الأخلاقية، مثل الدقة في المعلومات، حيث يصبح من الصعب التأكد من دقة الحقائق والمعلومات قبل ولوجها إلى موقع الصحيفة الإلكترونية إضافة إلى أن قلة العاملين في الصحف الإلكترونية يؤدي إلى انعدام الدقة (رجدي 2018 ص47) ، إذ إن عدم إمكانية فرض رقابة حقيقة علي الإنترنت قد دفع الكثير من الأشخاص لاستغلال هذا الأمر لترويج الشائعات والأخبار الكاذبة، أو التشهير بالأخرين، أو انتهاك خصوصية الغير، أو سرقة المعلومات والمؤلفات التي تخضع لمبدأ حماية الملكية الفكرية بما يطلق عليها قرصنة المعلومات، لهذا فإن الإنترنت وتطبيقاته الاتصالية بمثابة نعمة ونقمة. (الفلاحي 2014 ص183).

ويمكن اختصار الجوانب التي تؤثر فيها الأخلاقيات على المنظومة القيمية في صعوبة وضع معيار للدقة والحقيقة للمعلومات في الإعلام الرقمي، وأيضاً عدم القدرة على تحديد أساس لمفهوم الشفافية بالإضافة إلى الخصوصية والسرية والمسئولية المجتمعية كل أمور يصعب تحديدها في الإعلام الرقمي

- سوف يصبح المجتمع الافتراضي " أسطورة قوية" تلعب على رغبات الناس وتحكم في حياتهم وبالتالي يشكل جزءاً كبيراً من تكوينهم الاجتماعي والعاطفي والفكري.
- يمكن وصف أخلاقيات الإعلام الرقمي بأنها متغير ومتطورة وتختلف باختلاف ثقافة المجتمع.
- الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال في تمكين الجمهور من المشاركة العامة للتصرف بمسئولية أكبر.

(WenatsWuryanta, 2019: P4)

وبالتالي فالعلاقة بين اخلاقيات الاعلام الرقمي ومنظومة القيم الاخلاقية هي علاقة متداخلة من جانب أن وسائل الاعلام في أي مجتمع تقوم بنقل أنماط التفكير والفهم والمعرفة لذلك فهي تعمل على خلق جانب كبير الثقافة الاجتماعية والتي يتخللها كل عناصر المنظومة القيمية.

ويؤثر الاعلام الرقمي على القيم من خلال ثلاثة مستويات مترابطة:

- المستوي العاطفي: تزايد المجموعات عبر الانترنت يؤدي إلى إعادة صياغة العواطف والتأثير في الأذواق.
 - المستوي المعرفي: أصبحت المجموعات الاجتماعية مصدر جديد من مصادر إنتاج القيم وتلقي المعارف وتشكيل الوعي تجاه القضايا المختلفة.
 - المستوي السلوكي: وهو أعمق المستويات فالعديد من المعلومات تحمل في مضامينها قيم ومرجعيات فكرية مخالفة لنموذج القيم السائد في المجتمع. (عمر 2012 ص135).
- ويمكن تحديد مجموعة من المعايير التي تلائم القيم المجتمعية والتي تمثل دولا وثقافات مختلفة تتمثل في التالي:

- ✓ الحق في الحصول على المعلومات من أي مصدر والوصول إليها.
- ✓ الحق في نشر أي معلومة بدون الإضرار بحقوق الملكية الفكرية.
- ✓ حق كل شخص في أن يوظف المعلومات وأن يستخدمها بشكل موجز وسريع.
- ✓ الحق في تجاهل المعلومات من أي شخص ورفض الكشف عن هوية منشأ المعلومات التي يتم تبادلها.
- ✓ الحق في الحصول على أي معلومات، أو تقارير، أو تسجيلات، أو سياسات، أو لوائح بشرط عدم انتهاك الخصوصية.
- ✓ تجنب التحرش أو تهديد الآخرين وابتزازهم.
- ✓ تجنب قمع آراء الآخرين، حتى لو كانت تخالف آراء ومعتقدات الغير.
- ✓ تجنب تحريف أو تشويه الآراء والملاحظات والمعلومات.
- ✓ تجنب الحصول أو نشر المعلومات التي تم الحصول عليها عن طريق الإكراه أو الخداع بأشكال غير مشروعة.

- ✓ عدم نشر معلومات أو بيانات تتعلق بخصوصيات الآخرين دون إذن مسبق منهم.
- ✓ عدم نقل أو ترويج معلومات بدون التحري والتدقيق من صحتها لمراعاة مشاعر الآخرين.
- ✓ عدم استغلال ما يتيح الإنترنت وتطبيقاته الإعلامية والاتصالية من حرية في التعامل والاستخدام. (سعد 2007 ص16-17).

. المبحث الثاني: واقع الأخلاقيات في البيئة الرقمية:

ما تحديات البيئة الإلكترونية والعقبات؟

منذ أن بدأت البيئة الرقمية في الظهور مع العقد الأخير من القرن العشرين، سارعت وسائل الإعلام التقليدية نحوها، فحجزت الصحف المطبوعة موقع لها عبر الإنترنت، وفعلت الإذاعة الشيء نفسه، لكنها والتلفزيون ظلوا بعيدين عن التأثير بالإنترنت بوصفه بسيطاً منافساً في تلك المدة، بفعل احتفاظ كل منهما بخصائصه ومميزاته التي لم تستحوذ عليها الشبكة العنكبوتية بعد، واقتصر الأمر أولاً على الصحف. (أمين 2008: ص70) فالبيئة الرقمية هي البيئة التي أفرزتها تطبيقات الإنترنت في مجال الإعلام والذي تمخض عنها ظهور ما يسمي " بالإعلام الرقمي" الذي يتميز بالتغطية الفورية والأنية والمستمرة والحية للأخبار فور وقوعها ومن أي مكان في العالم، هي مدي سريان صلاحية هذا المفهوم في إطار هذه البيئة. (مكيري 2017 ص186) فقد شهدت وسائل الاتصال تغير غير مسبوق وكان للإنترنت دور كبير في تغير مسار نقل المعلومات من المصدر إلى الجمهور فقد أتاحت البيئة الرقمية سرعة إرسال المعلومات والنشر وبذلت المؤسسات الإعلامية جهود كبيرة في الحصول على هذه التقنيات وأصبح بإمكان المواطن الوصول إلى المعلومات بسهولة وأيضاً إنتاج هذه المعلومات ومشاركتها بأنفسهم. وحدثت أيضاً تغيرات مهمة في مسار انتقال المعلومات من المصادر إلي الصحفي ومن الصحفي مكتب التحرير وهي التطورات التقنية في المؤسسات الإعلامية حيث غيرت الوسائط الرقمية طريقة جمع المعلومات ومعالجتها. (Vasile, 2014:33)

ومع العقد الأول من القرن الحادي والعشرين أصبح حضور الإنترنت أقوى مما فتح النقاش حول إعلام الإنترنت، والعلاقة القائمة بين الإعلام بشكله التقليدي والبيئة الرقمية، وهنا يقول مانويل كاستلز " إن الإنترنت والشبكة العنكبوتية العالمية والاتصالات اللاسلكية ليست وسائل إعلام بالمعنى التقليدي، بل هي بالأحرى وسائل اتصال تفاعلية، لكي أجادل معظم المحللين في هذا المجال أن الحدود بين وسائل الإعلام الجماهيرية والأنماط الأخرى من الاتصال تتلاشي. (كاستلز 2014 ص112).

وخلال العقدين الماضيين، أصبحت البيئة الرقمية تمتلئ بالعديد من الوسائط المتطورة وغالباً ما تكون أرخص لأنها تستهدف تحسين الاتصال وزيادة المحتوى المعروض على الوسائط الرقمية. وبشكل عام، نجد تراجع عدد قراء الصحف المطبوعة ومشاهدي التلفزيون أيضاً في المقابل يزداد الوقت الذي يقضيه الجمهور مع الوسائط الرقمية مثل أجهزة الحاسوب الشخصية، والأجهزة المحمولة، والأجهزة اللوحية، وخصوصاً الهواتف الذكية. حتى أن البلاد التي تتمتع بدخل متوسط نسبياً تم تطوير البنية التحتية التقنية يتم وصف بإيجاز خلفية موضوع البحث مع عرض الاحالات الادبية الحديثة ذات صلة بموضوع المقال، بالإضافة الى عرض أسباب واهمية موضوع الدراسة في المقال. الى جانب ذكر سؤال البحث وأهدافه ومبرراته البحثية.

وأصبح عدد كبير من الأشخاص لديهم القدرة على دخول الإنترنت إلى المنزل عبر الأجهزة المحمولة والوسائط الأخرى. (Nielsen, Alessio Cornia, Kalogeropoulos 2016: p9).

وإذا حاول البعض تصوير العلاقة بين الإعلام والبيئة الرقمية على أنها تكاملية لا إقصائية، فإن وسائل الإعلام التقليدية ومع انتهاء هذا العقد اعترفت بأنها تواجه منافساً جديداً يكسب شعبية بسرعة مذهلة، ويثبت أنه عنصر رئيسي في مجال نشر الأخبار، رغم أن البعض يحاول إجراء مطابقات تتعلق بفوضى الإنترنت مقابل تنظيم الإعلام، ومجهولية المصادر مقابل وسائل إعلام معروفة لدي الجماهير. ومثل هذه التغيرات لم يوفرها الإعلام من قبل للجماهير، مما دفعهم للتراجع عن وسائل الإعلام التقليدية واستبدالها بعصر وسائل الاتصال الاجتماعي فهي فضاء رقمي واسع أحدث تحول غير مسبوق. (منجيل 2020 ص 198) ولا يزال الحديث عن نجاح عن نجاح أو فشل التجربة الإعلامية في ظل البيئة الرقمية حديثاً، إلا أن الموضوع يعرف الكثير من التحديات والتي تلقي بظلالها علي تغير طبيعة ممارسة العمل الإعلام، فصحيح أن كل المؤشرات - تقريباً - تنبئ بأفق إيجابي لوسائل الإعلام في البيئة الرقمية متعاظمة التطور والتي تتميز بزيادة فرص الحرية في العمل الإعلامي وزيادة نسبة مشاركة الأفراد في صناعة المضامين الإعلامية وأصبح للبيئة الرقمية ابعاد مهمة ، تسهم في تقليص التحديات التي تواجهها مثل مصداقية البيانات الصحفية ، ومسألة الهوية الافتراضية، والاختراق والهيمنة، التي تجد أرضاً خصبة في الفضاء الرقمي فهي قضايا وتحديات تحتاج إلي إعادة التفكير فيها. (كموش 2016: ص 203).

بالرغم من أن التكنولوجيا الرقمية تمثل ثورة حقيقة في نقل المعلومات إلى الجمهور حيث تم رقمته الصوت والصورة والبيانات والذي نتج عنه تقليل وقت نقل المعلومات إلا أن هناك صعوبة في التحقق من جودة المعلومات المقدمة للجمهور وعدم القدرة على تعديلها في حالة حدوث خطأ. وأصبحت هناك حاجة إلى صياغة مفاهيم وتشريعات أخلاقية وفقاً لكل مؤسسة إعلامية وكل مؤسسة تتأثر بالدولة وتاريخها وقيمها ومستويات تطورها في مجال الاتصال والإعلام (Maherzi, 1997: 32-33).

ويمكن ملاحظة عدم تطابق المعايير الأخلاقية التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية التي تقوم بانتهاك حقوق الملكية الفكرية والطبع، فالوسائط الرقمية أتاحت النسخ واللصق المباشر بدون ذكر المصدر لذلك فهي تهدر حق المصدر الأصلي ومن الأفضل أن تأخذ هذه الممارسة الرقمية معايير تتناسب مع فعالية الإنترنت كما يقول الباحث القانوني جون تهرانيان " نحن أصبحنا أمام أمة من المنتهكين الدائمين على الإنترنت وأصبح كل واحد منا مسئولاً عن مليارات الدولارات كتعويضات قانونية كل عام بدون وعي ويعتبر ذلك عمل إجرامي متعمد. (Latoneria & Sinnreich, 2014: P573)

ويمكن تحديد الإشكاليات والتحديات التي تواجهها الممارسة الأخلاقية في البيئة الرقمية:

1. أن التغيرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا والاندماج بين وسائل الاتصال شكل صعوبة في وضع إطار محدد لفهم الوسائل الجديدة وتأثيراتها بصفة عامة وتأثيرها على العمل الصحفي بصفة خاصة.
2. التكنولوجيا والتقنيات الحديثة جلبت معها أسلوب جديد في العمل الصحفي تطلب تغير في الممارسات الصحفية القديمة وأثار تساؤل هل ستؤدي إلى إلغاء الممارسات الصحفية القديمة أم تتعايش معها؟
3. مشكلة الإعلام دائماً كانت ندرة المعلومات والآن أصبحت تعاني من الوفرة، وهو ما يثير قضية المعايير المستخدمة في تقرير طبيعة ونوعية المعلومات المهمة والملائمة للعمل الصحفي وللجمهور معاً؟

4. العمل الإعلامي في ظل التكنولوجيا الحديثة يقوم على إعادة إنتاج الكم المعلوماتي المتوافر، وهو أمر يثير التساؤل حول طبيعة العمل الصحفي الذي أصبح يقدم العديد من الخدمات المتنوعة. (الداغر 2018 ص 59).

فوسائل الإعلام في البيئة الرقمية تواجه مجموعة من العقبات التي تؤثر في التزامها بالممارسة المهنية والأخلاقية ومنها:

- إن الأخلاقيات نادراً ما تكون اختيارات بين ما هو صواب أو خطأ، ولكنها تتعلق بالعديد من الاختيارات والمواقف وحتمية الاختيار فيما بينها.
- في عملية اتخاذ القرار فإن المبادئ الأخلاقية غالباً ما تكون موضع خلاف بحيث يتم تفضيل بعضها على بعض.
- تتشابه المعايير السياسية والاجتماعية والثقافية لتؤثر في عملية اتخاذ القرارات الأخلاقية من قبل الصحفي. (هاشم 2015 ص 111).

نجد بأن البيئة الرقمية توفر العديد من الفرص بفعل ما تتمتع به من إمكانيات غير محدودة في جمع ونشر الأخبار والآراء، وما يتوفر لها من إمكانيات تفاعلية وتكنولوجية، وما أوجدته من طرق جديدة لجمع ونشر الأخبار وتوفير مصادر متنوعة، ومعلومات أكثر إفادة للجمهور، وبنوعية أفضل، ولإعطائها دوراً أكبر للجمهور في تشكيل الأخلاقيات الصحفية من خلال المشاركة والحوار والتواصل التفاعلي، ولتحريرها للإعلاميين من ضغوط السعي وراء الإثارة، ولتغييرها لدورهم المتعلق بجمع المعلومات، بحيث أصبح يتركز أكثر على تسهيل عملية تنقل وحركة المعلومات أكثر من الحصول عليها. (فاضل البدراني 2015:33).

بينما تري وجهة نظر أخرى بأن الطبيعة المتغيرة والسريعة للعمل الإعلامي في البيئة الرقمية واعتمادها على عدد قليل من الصحفيين، وعدم تكون صورة متكاملة عن طبيعة مهنة الإعلام ومحترفيها والمنتمين إليها في البيئة الرقمية وسهولة النسخ وإعادة النقل والتوزيع والتخزين والاسترجاع وإمكانية استخدام الإعلاميين لهويات مزيفة لنشر وجمع المادة الإعلامية والتواصل مع القراء والمصادر، كل ذلك أدى إلى التسرع في بث ونشر الأخبار والمعلومات بدون تدقيق، وإلى تناقص مصداقية الأخبار وزيادة أزمة مصداقية الإعلام الجديد، والتعدي على حقوق الآخرين، وزيادة حالات اختراق الخصوصية الآخرين، وتزييف الوقائع الحقيقية للقضايا والمعلومات بسهولة. وبالرغم من أن البيئة الرقمية وفرت أدوات عديدة للصحفيين لتعميق المادة الصحفية، والبحث عن المعلومات إلا أنها خلقت ثقافة جديدة تفتقر للقواعد والحدود والمرجعية الأخلاقية التي يمكن الاحتكام إليها لتقرير مدى دقة المعلومات وشموليتها. (البدراني 2015 ص 34)

ويري مجدي داغر بان هناك مجموعة من المؤشرات المرتبطة بعمل الإعلاميين في البيئة الرقمية:

- افتقاد البيئة الإلكترونية لوجود كيانات إعلامية مهنية محددة المعالم تجمع بين الوسائل الإعلامية والعاملين المنتمين لهذه البيئة، وتساعد في الدفاع عن المهنة وممارستها، وجاءت المبادرة من مؤسسات وجهات تطوعية اعتنت بعقد الندوات والمؤتمرات والسعي نحو صياغة مبادئ أخلاقية عامة، غلب عليها الطابع التقني والفني وأكثر من الطابع المهني الذي يحتاج إليه الإعلاميون المستخدمون للإنترنت.

- لا يزال الإعلاميون في المؤسسات الإعلامية التقليدية والتي لها نسخ إلكترونية يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية.
- أدى غياب موائيق أخلاقيات المهنة في البيئة الإلكترونية إلى عدم وضوح طبيعة الواجبات الملقاة على عاتق الإعلاميين في هذه البيئة، خاصة فيما يتعلق بالمهنة ومستقبلها.
- تركز معظم المنصات الإعلامية في البيئة الإلكترونية على مخاطبة الآخرين أكثر من مخاطبة الإعلاميين العاملين بها، فهي غالباً ما تهتم بطرح ما يعرف ببيان الخصوصية والمتعلق بحق الجمهور في حماية خصوصية الموقع، ونشر ما يعرف بشروط استخدام الموقع، ولكنها لا تضم غالباً في خانة التعريف بهويتها ما يتعلق بالتزاماتها المهنية وممارستها في البيئة الإلكترونية. (الداغر 2018 ص 34).

كيف تأثرت القواعد الأخلاقية بالتكنولوجيا الرقمية:

يشمل الإعلام الرقمي الصحافة الإلكترونية، التدوين، التصوير الصحفي الرقمي، صحافة المواطن، الميديا الاجتماعية أو شبكات التواصل الاجتماعي. وهو أيضاً الإعلام الذي بقدر ما أسهمت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في توسيع حرية التعبير فيه بقدر ما فتحت الباب على مصراعيه أمام أنماط جديدة من الانتهاكات الأخلاقية. وبقدر ما يفترض أن تزيد من مسؤولية الصحفي المهني ومعرفة كيفية استخدام هذا الإعلام للبحث والنشر واستخدام الصور الاتية من المواطنين في عمله، وكيفية إطلالته إعلامياً من المنصات المختلفة لهذا الإعلام. (علال 2019 ص 340)

ويمكن ملاحظة عدم تطابق المعايير الأخلاقية التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية التي تقوم بانتهاك حقوق الملكية الفكرية والطبع، فالوسائط الرقمية أتاحت النسخ واللصق المباشر بدون ذكر المصدر لذلك فهي تهدر حق المصدر الأصلي ومن الأفضل أن تأخذ هذه الممارسة الرقمية معايير تتناسب مع فعالية الإنترنت كما يقول الباحث القانوني جون تهرانيان " نحن أصبحنا أمام أمة من المنتهكين الدائمين على الإنترنت وأصبح كل واحد منا مسئولاً عن مليارات الدولارات كتعويضات قانونية كل عام بدون وعي ويعتبر ذلك عمل إجرامي متعمد. (Latoneria & Sinnreich, 2014: P573)

لذلك برزت الحاجة إلى أخلاقيات تعالج المسائل المستحدثة التي أفرزتها الميديا الجديدة لأن تطبيق الأخلاقيات التقليدية على الإعلام الجديد ليس بأمر سهل كما يعتقد رغم أن الصحافيين هم أنفسهم ولكن الوسيط الإلكتروني مختلف كل الاختلاف وأدوات النشر هي اليوم بأيدي المواطنين الصحفيين والمغردين والمدونين ومستخدمي التواصل الاجتماعي الذين يستفيدون من الخصائص الأنية والتفاعلية لأدوات الاتصال والحامل الجديد الذي مكثهم من المعلومة والمعرفة، ما استوجب السرعة في جمع المعلومات والأخبار ونشرها بطريقة انية والإعلامي لا يتمكن من مجارته هذه السرعة، مما يدفعه إلى النشر بدون التحقق والتثبيت من المعلومة وربما لا يهتم بمبدأ تقديم المعلومات وفقاً لأولوياتها وقيمتها عند المتلقي. (عليوي: 2015)

بالإضافة إلى استسهال السرقة والشفافية في بيئة الإعلام الجديد وانتحال آراء الغير وعدم ذكر المصادر التي تم النقل عنها. ولعل ما حدث مع الكاتب الصحفي الأمريكي الشهير فريد زكريا كاتب عمود في مجلة تايم ومقدم برنامج أسبوعي في محطة سي ان ان الذي اقتبس نص لأكاديمية أمريكية من جامعة هارفرد "جيل ليبور" نشر في 2012 من دون أن يشير إلى ذلك فتم تعليق عمليه في تلك الفترة بالرغم من اعتذاره.

ولا شك أن الإعلامي أصبح يستعين بالعديد من الصفحات لمواقع التواصل الاجتماعي بعد أن أصبحت مصدراً مهم للمعلومات بفضل الصفحات الخاصة التي يطل منها السياسيون والاقتصاديون والفنانون والرياضيون وغيرهم في تواصل مع جمهورهم من المتابعين ومن خلال الصفحات كبري وكالات الأنباء والمؤسسات الإعلامية الدولية ومراكز الأبحاث، ولكنه أيضاً يلجأ إليها ليكتب آراءه أفكاره كما وأنه يتبادل أطراف الحديث مع الأصدقاء الذين قد يكونوا زملاء في المهنة. (عليوي 2015).

وقد أتاح الإعلام الإلكتروني للفرد دوراً فاعلاً في صياغته وتشكيله وانتشاره وأظهرت المدونات قدرة الفرد على تحرير وبث أي مادة على الإنترنت وصياغتها إعلامياً، مع الحرية في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم والتوقيت وسهولة البث وقلة التكلفة وإمكانية تجاهل المصدر، وأصبحت أدوات التعبير والرأي أكثر من وسيلة لنقل الخبر إلي أن أصبح دور في المعالجة والمتابعة وإثارة ردود الفعل والقدرة على الانتشار. (المرشد 2019: ص325).

ومن ثم يجب أن ينص أي ميثاق أخلاقي للعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية على ضرورة حث الإعلاميين على البحث عن الحقائق، والكفاح من أجل الحصول على المعلومات الصحيحة، نشرها والسعي نحو تحقيق العدالة في تغطيتهم للأحداث وتحليلها وتفسيرها وعدم حذف أو إخفاء أي حقائق ذات أهمية من القصة تؤثر على فهم الجماهير لها، وعدم إضافة أي معلومات لا تتعلق بشكل مباشر بالقصة أو توفير رابط لمواقع تقدم معلومات غير متعلقة بالقصة بشكل مباشر، وعدم استخدام الأساليب التي ينتج عنها خداع الجمهور وتضليله، كما يجب أن تنص هذه المبادئ والمواثيق على ضرورة الالتزام بالمبادئ والمواثيق أثناء النقل الرقمي للمعلومات من مصادرها، وعلى حرية تنقل المعلومات الرقمية دون عوائق، وعلى الحق في المشاركة في هذا التدفق بدون التعدي على حقوق الآخرين وألا تستخدم هذه الوسائط في تزيف الحقائق أو تصوير الوقائع والأفراد في حالات وأوضاع غير حقيقية، وعدم استغلال إمكانيات التجهيل والتخفي التي تتيحها البيئة الإلكترونية لإلحاق الضرر بالآخرين، وأن يحرص العاملون في هذه البيئة على أن ينسبوا المعلومات التي يحصلون عليها إلي مصادرها الأصلية وعلى تأسيس كيان إعلامي مهني رقمي جديد وملتمزم بالقواعد الإعلامية. (شيخاني 2010: ص448).

واجبات الإعلاميين في البيئة الرقمية:

تطورت الأدوار الوظيفية والمهنية للإعلاميين بصورة متغيرة مع مرور الزمن، وتنوعت ما بين الدور الرقابي، نشر المعلومات، والدور المناهض للسلطة (Beam .Weaver and Bonnie J.Brownlee2009:p277-p280). وقد تصدت بعض الدراسات إلي مراجعة الأدوار المهنية في الصحافة ووجدت أنه مع مرور الوقت فإن الصحفيين غيروا مدركاتهم عن دور الصحافة في المجتمع والذي تحول من الالتزام بالحياد إلي تسليط الضوء على الأخبار وتوضيحها من خلال وضعها في إطار أوسع ، مع وجود تغيرات واضحة في وجهات نظر الصحفيين نحو الأدوار المهنية التي تقوم بها وسائل الإعلام في المجتمع. (Pritchard, Brewer and Sauvageau2005: 53-60).

وتشير نتائج دراسات عربية أن الإعلاميين العرب يمتلكون وجهات نظر مختلفة عن المهنة التي يعملون بها، وانهم يعانون من نقص الاستقلال، الافتقار إلى النزاهة والمهنية في وسائل الإعلام العربية. وأهم الأدوار والواجبات التي يؤديها الصحفيون العرب حسب الأهمية تتمثل في الإصلاح السياسي، وتوجيه الرأي العام، ونشر موضوعات لخدمة الصالح العام، ومنح صوتهم للفقراء والمشاركة المدنية، وأن الانعكاسات الإيجابية للتحوّل الديمقراطي في بعض البلدان العربية على الممارسة المهنية ساهمت في اتساع هامش حرية التعبير، وتعددية وسائل الإعلام،

وحرية العمل الإعلامي، وتفعيل سلطة الرقابة المجتمعية وأن أبرز المفاهيم التي ركز عليها التحول الديمقراطي للممارسة الإعلامية وهي:

التأكيد على أهمية التسامح، وقبول الرأي الآخر، والابتعاد عن التحريض والعنف، والابتعاد عن التشهير واختراق الخصوصية وأن التغيرات التي حدثت بعد التحول الديمقراطي تمثلت في إمكانية الفهم والتحليل للأحداث المرتبطة بوقائع ومناسبات، واكتساب مهارات جديدة في مجال العمل الإعلامي ثم التصرف بمهنية إزاء الأحداث والموضوعات المختلفة. (بن سليمان 2017: 65-66)

فالممارسة الصحفية الكلاسيكية لديها مجموعة من القواعد والمبادئ والواجبات التي يلتزم بها الصحفي في أداء مهنته ومنها المصدقية والموضوعية غير أن البيئة الرقمية أدت إلى أنماط جديدة من المعلومات والأخبار التي قد تكون غير دقيقة أو مجهولة المصدر وبذلك فهي تتخلى عن المصدقية والموضوعية.

وبالرغم من تغير خارطة تكنولوجيا التواصل وتأثيرها في بيئة الممارسة الإعلامية إلا أنه يجب على الصحفي التمسك بمبادئ وأخلاقيات المهنة الصحفية مع ممارسة حقه في الاتصال والوصول إلى المعلومات وفي ظل تأثير الإنترنت على مهنة الصحافة على المستوى التقني والموضوعي واتجهت المؤسسات الغربية إلى توطين مبادئ وواجبات وأخلاقيات جديدة تتماشى مع التغيرات التي طالت مهنة الصحافة. (المكاوي 2016: ص 365)

ونجد بأن الواجبات التي تنطبق على العاملين في البيئة التقليدية والبيئة الرقمية أيضاً، إلا أن هناك بعض الصعوبات التي تواجه العاملين في التطبيق، بالإضافة إلى وجود العديد من التساؤلات التي بحاجة إلى توضيح حول كيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الرقمية، فالإعلاميون الذين يعملون في المؤسسات التقليدية والتي لها مواقع إلكترونية ينتمون مهنيًا إلى هذه المؤسسات أكثر من الانتماء إلى الكيانات الإلكترونية، ومن ثم لا يزالون يستندون في التزاماتهم المهنية إلى البيئة الإعلامية التقليدية وليس الإلكترونية، وبالرغم من تغير طبيعة هذه الالتزامات والتي من بينها ضرورة الدفاع عن حرية التعبير الإلكتروني، والحق في ممارسة المهنة الإعلامية الإلكترونية، وعدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى أو تعطيلها عن أداء عملها أو تحرير مواد أو فيروسات أو روابط قد تؤثر على مصداقيتها وعلى سير العمل بها والعمل على صياغة ميثاق مهنية مناسبة للطبيعة الإلكترونية للعمل الإعلامي، والحرص على تنقية المهنة ممن لا يحترمون ضوابطها الأخلاقية وعدم الربط بمواقعهم، وعدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الرقمية في الانتقاص من حقوق الآخرين أو مضايقاتهم. (اللبان 2014: ص 115)

وبذلك فإن الصحفي في الفضاء الإلكتروني الافتراضي يتصرف كما يشاء دونما قيد كما يعتقد الكثيرون وذلك لسببين أساسيين: انتماء الصحفي إلى مؤسسة حريضة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدي الجمهور من جهة أولي والمسئولية الاجتماعية للصحفي من جهة ثانية باعتباره فاعلاً اجتماعياً يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسؤولة. إلا أنه في ظل التطورات الحاصلة في ميدان الإعلام والاتصال عموماً والصحافة بصفة خاصة نلاحظ تأخر الدول العربية في ركب التطورات الحاصلة في إذا لأثر لمواثيق أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين العرب للميديا الجديدة (الحمامي 2014):

وفي هذا الإطار قامت كل من الفيدرالية المهنية لصحافي مقاطعة كيبك في كندا لتطوير ميثاقها الأخلاقي بإدراج مبادئ وواجبات خاصة بالميديا الجديدة وكذلك أصدرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار أو المحررين دليلاً

اختزلت فيه القواعد التي وضعها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين لهذه الميديا وكذلك فعلت كل من الوكالة الفرنسية ورويتز والبي بي سي.

دليل الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار:

- المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق في الفضاء الإلكتروني فلا ينشر الصحفي ما لا يرتضي نشره في الصحيفة.
- يتحمل الصحفي مسئولية كل ما يكتبه لأنه كل ما يكتبه يصبح عموماً، حتى وإن كانت صفحة الصحفي شخصية وغير مرتبطة بالمؤسسة التي ينتمي إليها وذلك بسبب صعوبة الفصل بين الفضاء الشخصي والفضاء العمومي.
- يتفاعل الصحفي مع القراء بطريقة مهنية.
- لا يجب نشر المعلومات الحصرية على الفيس بوك أو على تويتر، بل على موقع الصحيفة. (الرزن 2013ص61)
- ينتبه الصحفي إلي نظرة الآخرين إليه، وعلى الصحفيين الإشارة إلى أن الوصلات التي يوصون بها لا تلزمهم. ومن الأفضل إخفاء قائمة الأصدقاء لأنهم يمكن أن يكونوا مصادر أخبار. كما أن الصحفي التحكم في خيارات الخصوصية حتى لا يظهر مؤيداً لمجموعة معينة كما أن انضمام الصحفي إلي بعض الصفحات من خلال like متابعة الأخبار قد يؤدي إلى التأثير على صورة الصحفي.
- يتأكد الصحفي من أصالة وصحة ما يقرأه.
- أن يعبر الصحفي عن هويته وانتمائه إلى الصحافة في حالة تواجده في أي فاعليات صحفية وعند ممارسة مهنته في الميدان أو على شبكة الإنترنت.
- يجب أن يتصرف الصحفيين على الميديا الاجتماعية بطريقة مقبولة لا تؤثر على صورتهم.
- أن يلتزم الصحفي بالشفافية ويعترف بأخطائه.
- عدم إفشاء أسرار المؤسسة الصحفية التي ينتمي إليها لأن مواقع الشبكات الاجتماعية يمكن أن تهدد سلامة العملية التحريرية التي تحدث وراء الأبواب المغلقة. (علال 2019ص 836- 837)

أساليب تعزيز السلوك المهني الأخلاقي للعاملين في الإعلام الرقمي؟

نلاحظ بأن هناك خلط بين القواعد والمعايير الأخلاقية وبين المعايير المهنية في الدراسات والأدبيات التي تتناول الأخلاق الإعلامية والمعايير المهنية، وربما أن بعضاً من هذا الخلط عائداً إلي التداخل بين المفهومين في الواقع أو في الممارسة الإعلامية، إذا أن بعض المعايير المسماة مهنية تحكمها مبادئ وقيم أخلاقية مثلها مثل أي سلوك مهني آخر سواء في الطب أو الحرف اليدوية أو التجارية وغيرها للتفريق بين المفهومين، الأخلاقي والمهني، ويمكن أن نلاحظ أن أغلب التعريفات التي جاء حول المعايير الأخلاقية تستند إلي أنها فلسفة معينة أو قيم معينة تحدد الصح والخطأ في السلوك الإنساني (بدر 2012ص 52).

وبالرغم من أن مفهوم المعايير المهنية ما يزال مثار جدل حيث يري الكثير من الباحثين والصحفيين في العالم الغربي أنه وسيلة لفرض قيود جديدة علي حرية الإعلام ويفرض تطور الاوضاع الصحفية في العالم المعاصر للبحث عن وسيلة لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدي الصحفيين والتزامهم بالأخلاقيات مهنة الصحافة، ومعايير الأداء المهني، ولقد كان وضع دليل يتضمن هذه المعايير والأخلاقيات أو ميثاق شرف ضرورة تفرضها الصحافة

الإلكترونية، واختلال تدفق الأنباء في العالم المعاصر، وزيادة الاحتكار، والتركيز وغيرها من القضايا، كما يمكن تحديد أهداف موثيق الشرف الأخلاقية لحماية الجمهور من الاستخدام غير المسئول للصحافة . (الديبسي 1997ص 90)

وبذلك فإن المعايير المهنية والأخلاقية هي النواه الضابطة والمنظمة لممارسة أي عمل بشكل عام والصحافة بشكل خاص وإن غيابها وعدم الالتزام بها ساهم وساعد الكثير من رواد الصحافة الإلكترونية والعاملين في حقلها للخروج عن القيم والأخلاق والآداب العامة للمجتمع بشكل عام، ولمهنة الصحافة بشكل خاص الأمر الذي أدى إلى وجود ابتذال وانفلات واضحين في عالم الصحافة الإلكترونية (على 2017: ص3).

ولابد من الإشارة إلا أنه لا يوجد اتفاق واحد على المعايير المهنية أو الواجبات المهنية التي يتبعها الإعلامي في الفضاء الرقمي، ولكن هناك اجتهادات الدارسين والباحثين تتناول عدد من الواجبات المهنية. (غازي 2016: ص 531)

ويلتزم الإعلامي بالواجبات المهنية التالية:

- الالتزام بالشرف والأمانة والصدق للحفاظ على قيم المجتمع وعدم انتهاك حقاً من حقوق المواطن أو المساس بإحدى حرياته.
- الالتزام بعد الانحياز في كتاباته إلى الدعوات العنصرية أو المتعصبة المنطوية على امتهان الأديان أو الدعوة إلى كراهيتها أو الطعن في إيمان الآخرين.
- لا يجوز نشر أي إعلان يتعارض مع قيم المجتمع ومبادئه وآدابه العامة أو مع رسالة الصحافة.
- الالتزام بتصحيح أخطاء النشر فور الحصول على الحقيقة وحق الرد والتصحيح مكفول لكل من تناولهم الصحفي علي ألا يتجاوز ذلك الرد أو التصحيح حدود الموضوع وألا يشمل جريمة يعاقب عليها القانون.
- لا يجوز للرأي الذي يصدر عن الصحفي أو المعلومات الصحيحة التي يقوم بنشرها سبباً للمساس بأمنه كما لا يجوز إجباره على إفشاء مصادر المعلومات وذلك في حدود القانون. (غازي 2016ص 532)
- احترام مبدأ الخصوصية وعدم إلحاق الضرر بالأفراد أو المؤسسات جراء النشر الصحفي واحترام رغباتهم أو رغبة ذويهم في عدم الإفصاح عن أسمائهم أو عناوينهم لأسباب معنوية أو أمنية.
- عدم إطلاق أحكام مسبقة، وتوخي الدقة والوضوح في المصطلحات والتعابير المستخدمة في التغطية الصحفية.
- عدم استغلال الوضع الاجتماعي أو الاقتصادي في مناطق معينة.
- الامتناع عن نشر الصور ومقاطع الفيديو التي تسئ إلى حرمة وكرامة الضحايا (سواء كانوا موتي أو جرحي).
- احترام حقوق الطبع والنشر والتأليف، والإشارة إلى المصادر عند الاقتباس.
- تجنب التحقير والذم بالأفراد، أو الجماعات، أو المؤسسات، أو الهيئات.
- إبلاغ الجمهور عن الحالات التي تخفي فيها السلطات جزءاً من المعلومات، والتي ينجم عن إخفائها ضرر بالمصلحة العامة. (بن مسعود 2019:ص90).
- عدم التعدي على حقوق المواقع الأخرى أو تعطيلها عن أداء عملها.
- عدم تحرير مواد أو روابط أو فيروسات تؤثر في مصداقيتها وسير العمل بها.

- عدم استغلال المميزات التي توفرها تكنولوجيا البيئة الإلكترونية في الإنقاص من حقوق الأخرين، أو مضايقتهم، أو إزعاجهم، أو التعدي على ممتلكاتهم أو خصوصياتهم.
- تجنب صراع المصالح بين الأعمال الخاصة والعمل الإلكتروني والإعلامي، وعدم استغلال الإمكانيات الخاصة بالمؤسسات الإعلامية التقليدية في تصميم المواقع إعلامية خاصة (مسعود2019:ص91) ويواجه الإعلام الجديد اليوم الكثير من الصعوبات في الوصول إلى أطر أو ضوابط مهنية وقانونية، وخصوصاً في المناطق والدول التي عرفت هذا النوع من الإعلام في فترة حديثة نسبياً مقارنة بدول العالم المتقدم، حيث استقرت فيها كل أشكال الإعلام الجديد لاكتمال مقومات مجتمع المعلومات بها، وبلوغها ما يمكن أن نطلق عليه "مجتمع المعرفة" .. (بخيت2011ص355).

ويوجد العديد من الواجبات المهنية المفروضة على الإعلاميين في البيئة التقليدية والتي تنسحب إلى البيئة الإلكترونية الجديدة إلا أن هناك ثمة صعوبات في تطبيق بعضها، كما يتخذ بعضها الآخر شكلاً مختلفة، فضلاً عن وجود العديد من التساؤلات التي لا تزال تحتاج إلى توضيح وإجابات والتي تتصل بكيفية الالتزام بهذه الواجبات في البيئة الإلكترونية خاصة عندما يتعلق الأمر بالإعلاميين الذين يعملون في مؤسسات إعلامية تجمع بين الإعلام التقليدي والجديد. (اللبان2014 ص121)

ويقدم الدكتور الإفرنجي مجموعة من المقترحات لتطوير الأداء المهني للعاملين في مجال الإعلام الرقمي وهي:

- تأهيل الكادر المهني وفق معايير الجودة المهنية العالمية.
- الاستفادة المثلى من التطورات المتلاحقة في مجال الصحافة الإلكترونية.
- تعزيز مكانة الأخلاقيات المهنية والمعايير الأخلاقية. (علي، 2017: 44ص)
- تحسين جودة المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور وتنوعيه والبعد عن الرتابة والنمطية في تقديمه.
- تحديد أبرز مواطن الضعف المهنية لدى الإعلاميين العاملين في مجال الصحافة الإلكترونية من أجل صقل مهاراتهم وتطويرها.
- التزام المؤسسات الإعلامية بإصدار دليل تحريري خاص بها، يضم عدداً من الحقوق والواجبات للإعلاميين. (علي 2017: ص44)

الخاتمة:

مما سبق تناوله يمكن أن نتوصل إلى أن الإعلام الرقمي نتج عنه تغير في دور القائم بالاتصال والبيات وأخلاقيات العمل الإعلامي بسبب التحول الرقمي الذي نتج عنه تغير في طريقة الحصول على المعلومات وتخزينها واسترجعها ونشرها وأصبح الإعلام الرقمي لا يعمل ضمن ميثاق أخلاقي مما ينتج عنه تأثير سلبي على منظومة القيم المجتمعية فهناك صعوبة في وضع معيار لدقة ومصداقية الأخبار المنشورة. فالعلاقة بين أخلاقيات الإعلام الرقمي والمنظومة القيمية علاقة متداخلة بسبب تحديات البيئة الرقمية وصعوبة التأكد من جودة المعلومات المقدمة للجمهور وعدم القدرة علي تعديلها في حالة حدوث خطأ وبالتالي فإن هناك صعوبة في تطابق المعايير الأخلاقية التقليدية مع وسائل الإعلام الرقمية التي تقوم بانتهاك حقوق الملكية الفكرية والطبع بسبب التغيرات السريعة والمتلاحقة في عالم التكنولوجيا لذا من الضروري أن تشمل الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي أهمية البحث عن الحقائق للحصول علي المعلومة الصحيحة وعدم إخفائها و الحرص علي عدم نشر

معلومات تتعارض مع قيم المجتمع وعدم استغلال المميزات التي أتاحتها التكنولوجيا في التعدي علي حقوق الآخرين.

- قائمة المراجع:

- اسابيرغر، ارثر (2012). وسائل الاعلام وجهه نظر نقديه، ترجمه صالح خليل ابو إصبع، عالم المعرفة، القاهرة، ص221
- أمين، رضا عبد الواحد (2008). الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ص70، ص71-89
- بخيت، السيد (2011). أخلاقيات العمل الإعلامي دار الكاتب الجامعي، الإمارات، ص355
- بدر، قيس سعود (2012). مدي إلتزام الصحافة المطبوعة وصحافة الإنترنت بالمعايير المهنية من وجهة نظر الجمهور الكويتي (دراسة مقارنة) جامعة الشرق الأوسط كلية الإعلام، ص52 متاح على الرابط التالي: https://www.1_7ed830ac58622.meu.edu.jo/libraryTheses/
- بعزيز، إبراهيم (2017). المضامين الإعلامية المنشورة في مواقع التواصل الاجتماعي بين احترام أخلاقيات النشر، والسعي لإثارة اهتمام الجماهير، مجلة العلوم الإنسانية، ع7، ص175
- بن سلمان، محمد (2017). إدراك الإعلاميين السعوديين لأدوارهم الوظيفية والمهنية في بيئة الإعلام الرقمي، المجلة العربية للإعلام والاتصال، الجمعية السعودية للإعلام والاتصال، ع18، ص65
- جدي، رضوان (2018). أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة " دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، مجلة الصورة والاتصال، عدد 22، جامعة وهران، ص66
- جيد، غالب كاظم (2017). الاعلام الجديد، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ص65-66
- حسنين، إبراهيم السيد (2015). اخلاقيات الإعلام وقوانينه، مؤسسه طيبه النشر والتوزيع، القاهرة، ص6
- الحمامي، الصادق (2013). الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية في مجلة الاعلام والعصر الإماراتية، عدد سبتمبر، متاح ع الرابط http://www.tunisiafreeblogspot.com/blogspot.com/html5807/blog-post_10/2013
- الديبسي، عبد الكريم علي، المعايير المهنية في الصحافة الإلكترونية الأردنية 0 دراسة مسحية لأساليب الممارسة المهنية)، المجلة العراقية للمعلومات، المجلد 12، العددان 1-2، ص90 متاح علي الرابط التالي: https://www.uop.edu.jo/download/research/members/350_1997_%D8%AF
- الدليمي، عبد الرازق (2019). أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2019، ص10 -ص12

- الرزن، جمال (2013). من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الإنترنت، دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، تنسيق معز مسعود وآخرون، ط1، مطبعة أريتنو، تونس، ص 61
- الرفاعي، محمد، دور الاعلام في العصر الرقمي في تشكيل القيم الأسرية " دراسة تحليلية"، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول+ الثاني+ 2011، ص 691
- سعد، محمد(2007). أخلاقيات الإعلام والإنترنت وإشكالية التشريع، القاهرة، دار الكتب العلمية للنشر والتوزيع.
- سعدالدين، عبير (2015). أخلاقيات الإعلام، دار مكتبة الكندي للنشر والتوزيع، الاردن، ص 113
- شيخاني، سميرة(2010). الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، المجلد 26، العدد (1، 2) <http://www.damascusuniversity.edu.sy/mag/edu/images/stories/435-480.pdf>، ص 448
- صادق، عباس (2008). الاعلام الجديد "دراسة في مداخلة النظرية وخصائصه العامة، 2008، ص 7-12، متاح على الرابط التالي <Http://iugaza.edups;jdalous/files>
- صباحي، وهيبة(2019). نوادري فريدة، منظومة القيم ودورها في بناء المجتمع، مجلة الدراسات التاريخية والاجتماعية، كلية الآداب، ع 40.
- صدقة، جورج (2009). الأخلاق الإعلامية بين المبادئ والواقع (بيروت: مؤسسة مهارات، ص 13-14
- طابع، سامي(2001). بحوث الإعلام القاهرة: دار النهضة العربية.
- عبد الجواد، مجدي محمد (2018). اتجاهات الإعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية: دراسة ميدانية، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الحولية 38، الرسالة 493، ص 59
- عبد الفتاح، اسماعيل(2011). تحديات الاعلام التربوي العربي، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ص 30
- عبد الله، احمد وآخرون(2017). الأخلاقيات الرقمية والحداثة في التواصل الانساني، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، م 1، ع 2، ص 253-254
- العسلي، حاتم علي مصطفى (2017). المعايير المهنية والأخلاقية في الأداء الصحفي " دراسة تطبيقية على صحيفة القدس" مجلة جامعة فلسطين للأبحاث والدراسات – المجلد السابع العدد الثالث، ص 3 متاح على الرابط التالي <https://platform.almanhal.com/Reader/2/111102>
- علال، حنان(2019). الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد، مجلة المعيار، عدد 45، المجلد 23، ص 836 – 837
- علي، أسامة، الاتجاهات الحديثة في بحوث تطبيق الضوابط الأخلاقية في الصحافة الرقمية " رؤية تحليلية نقدية"، مجلة البحوث الإعلامية جامعة الأزهر، العدد 56، ج 1، 2021، ص 11

- علي، أمين، عمر، عبد الدائم (2012). فاعلية الاعلام التفاعلي في تغيير القيم الاجتماعية، جامعة أم درمان، معهد بحوث ودراسات العالم الاسلامي، رسالة دكتوراه .
- عليوي ، إيمان(2015). " الأخلاقيات المهنية في ظل الإعلام الجديد " جريدة المدن اللبنانية، 8 ديسمبر، متاح على <https://www.almodon.com/opinion/5-44117513a4d-485d-b4-543cce90b6be9f> الرابط التالي:
- غازي، محمد خالد (2016). الصحافة الإلكترونية " الالتزام، والانفلات في الخطاب والطرح، وكالة الصحافة العربية للنشر، القاهرة، ص 531 – 532
- الفلاحي، حسين علي (2014). الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، 183
- كاستلز، مانويل(2014). سلطة الاتصال، ترجمة: محمد حرفوش، المركز القومي لترجمة، القاهرة، ص 112
- كدواني، شيرين محمد، الضوابط القانونية لمنظومة الإعلام الرقمي في مصر: دراسة تحليلية، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، جامعة الأهرام الكندية، ع29، يونيو2020، ص 380 – 381
- كموش، مراد(2016). الإعلام الجديد في البيئة الرقمية قراءة في تغير الممارسات الإعلامية أعمال المؤتمر الحادي عشر: التعلم في عصر التكنولوجيا الرقمية، مركز جيل البحث العلمي، رقم المؤتمر 11، أبريل، ص 203
- الليان، شريف درويش (2014). الضوابط الأخلاقية والمهنيين والقانونية للأعلام الجديد، مجلة رؤى استراتيجية، م2، ع7، الامارات العربية المتحدة، مركز الامارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.
- المرشد، لطيفة أحمد إبراهيم (2019). الإعلام الرقمي والجدل ما بين الأمن وحرية التعبير: التحديات والفرص المؤتمر الدولي السنوي لكلية الآداب: القوي الناعمة لصناعة المستقبل جامعة عين شمس – كلية الآداب مج2، ص 325
- مسعود، المعز (2019). أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية " رؤية جديدة للممارسة المهنية"، مركز الجزيرة للدراسات، ص20
- مسعودان، نسمة(2015). الاعلام وتأثيراته المجتمعية مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، ع25، ص 150
- المكاوي، بسام عطية. مقررات أخلاقيات الإعلام في برامج الجامعات العربية ودورها في تعزيز التكوين المهني للصحفيين، ص365
- مكيري ، مالية (2019). حراسة البوابة الإعلامية في البيئة الإعلامية الإلكترونية محاولات بحثية عربية مجددة، مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ع 17، ص 186
- منيجل، عدنان جلاب (2020). تكييف وسائل الإعلام التقليدية مع البيئة الرقمية وانعكاساتها علي الجمهور " دراسة مسحية ميدانية" مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 28، العدد 1، ص 198
<https://www.journalofbabylon.com/index.php/JUBH/article/view/2821>

هاشم، مني جابر عبد الهادي (2015). المعايير المهنية الأخلاقية وعلاقتها باستخدام الجمهور المصري لمواقع التواصل الاجتماعي، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع 8، 2015، ص 111، ص 112

المراجع الأجنبي:

Alessi Norman E. A.Alessi,MDa, Vincent New Media and an Ethics Analysis Model for Child and Adolescent Psychiatry, Child Adolesc Psychiatric Clin N Am, 17 (2008), p78-79 available at : <https://sci-hub.do/10.1016/j.chc.2007.08.002>

DebatinBernhard, *New Media Ethics. HandbuchMedienethik*, 318–327. doi:10.1007/978-3-531-92248-5_20

Demuyakor john,Opportunities and Challenges of Digital Media: A Comprehensive Literature Review of Ghana, Electronic Research Journal of Social Sciences and Humanities, Vol 2:, Apr - Jun 2020,p95.

Eid Mahmoud, Ethics, media, and reasoning: Systems and applications, IGI Global book series Advances in Human and Social Aspects of Technology, 2014, pp188-189.

<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2013.808364>,

Iwowarilbituru, IbituruPepple, Media Ethics as Key to Sound Professionalism in Nigerian Journalism Practice, Journalism and Mass Communication, February 2018, Vol. 8, No. 2,p59.

LatoneroaMark &Sinnreich, Aram The hidden demography of new media ethics, Information, Communication & Society, 2014 Vol. 17, No. 5, 573 a available at:

MaherziLotfi, Worldcommunicationreport The media and the challenge of the new technologies, UNESCO Publishing, United Nations Educational, p32 -33) available at: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000111>

MiddletonMelisande,Social Responsibility in the Media, Center for International Media Ethics CIME, Oxford University PCMLP, March 2009,pp3-5.

Mota,etalArmanda Pinto,Digital media and the challenges for media education, Applied Technologies and Innovations, Volume 12 | Issue 2 | 2016,p45.available at, www.ati.pradec.eu

Nassanga GorettiLinda,,Journalism ethics and the emergingnew media culture of radio talk shows and public debates (Ekimeeza) in Uganda, Journalism, Vol. 9(5):,p649-650 available at: <https://sci-hub.do/10.2307/25074695>

Nielsen Rasmus Kleis, Alessio Cornia, Antonis Kalogeropoulos, Challenges and opportunities for news media and journalism in an increasingly digital, mobile, and social media environment, Prepared by the Reuters Institute for the Study of Journalism for the Council of Europe Steering Committee on Media and Information Society¹ Ref DGI(2016)18,p9 available at :<https://rm.coe.int/16806c0385>

Vasile Szabo-, Lucian CHALLENGES OF COMMUNICATION IN THE DIGITAL ERA: BUILDING A NEW PARADIGM, Conference: International Conference Globalization, Intercultural Dialogue and National Identity Volume: in Iulian Boldea (ed.), Globalization and intercultural dialogue: multidisciplinary perspectives, Târgu-Mureș: Arhipelag XXI, 2014, pp33 available at: https://www.researchgate.net/publication/271644518_CHALLENGES_OF_COMMUNICAT

Wenats Wuryanta,, AG.EKa New Media Ethics, MAY2019, P4, https://www.researchgate.net/publication/332030116_New_M

Wilkins Lee Christians, Clifford G THE HANDBOOK OF MASS MEDIA ETHICS, Routledge, new York, 2009, p25.