

الممارسة الإعلامية عبر وسائط الإعلام الجديد: مسألة في الأخلاقيات Information Practicing through new media information: Debriefing about ethics

أ.د عطا الله طريف
جامعة عمار تلجي- الأغواط (الجزائر)
a.trif@lagh-univ.dz

ملخص

تحاول هذه الورقية أن تسلط الضوء على إشكالية جوهرية ترتبط بما يسمى بوسائط الإعلام الجديد من خلال البحث في مسألة إيجاد سبل لأخلفة الممارسة الإعلامية في البيئة الرقمية المعاصرة في جانبها المعلوماتي من خلال اقتحامها عديد الجوانب لحياة الأفراد والمجتمعات خاصة في مرافقتها لأماكن وتنقلات الأفراد اليومية، إضافة إلى أن الدور الكبير يناط بممارسي المهنة الإعلامية من إعلاميين وصحفيين الذين يواجهون التحديات الكبرى في ممارستهم للمهنة أكثر من أي وقت مضى، خاصة في الوقت الذي انتشرت فيه أساليب جديدة للممارسة وأصبح الكل يشارك في صناعة المحتوى والمضامين الإعلامية. لذلك تعالج هذه الورقة البحثية إطارا مفاهيميا حول الأخلاقيات، وأخلاقيات الإعلام، وأخلاقيات وسائط الإعلام الجديد لتشير لأنماط وإشكالات التي تطرحها الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الإعلام الجديد، لأصل إلى ختام هذه الورقة في عنصر أخير يرتبط بضوابط وسبل أخلفة الممارسة الإعلامية من قبل الصحفيين والمتلقين على السواء في ظل وسائط الإعلام الجديد.

كلمات مفتاحية: الممارسة الإعلامية، وسائط الإعلام الجديد، مسألة، الأخلاقيات.

Abstract

his paper aims to shed light on a fundamental issue related to what is known as new media through exploring the ethics of finding ways to ethically practice media in the contemporary digital environment, particularly its informational aspect. New media permeates various aspects of individuals' and communities' lives, especially as it accompanies daily routines and movements. Moreover, media professionals, including journalists and communicators, face significant challenges in their practice, more than ever before, especially in an era where new methods of practice have emerged, and everyone contributes to content creation and media production. Therefore, this research paper addresses a conceptual framework of ethics, media ethics, and ethics of new media to identify patterns and challenges posed by media practice in the context of new media. It concludes with a final element related to regulations and ethical ways of practicing media by both journalists and recipients alike in the realm of new media.

Keywords: Information Practicing, New media information, Debriefing, Ethics.



رقمنة مجلة الدراسات الإعلامية والإتصالية

المجلد 03 | العدد 03
ديسمبر 2023
الصفحات 55 - 71

ردم | ISSN-2773-4285
EISSN | 2830-8417
الإيداع القانوني | 07/2021
العنوان | 11، طريق دودو مختار، بن عكنون،
الجزائر العاصمة.
الفاكس | 23 88 50 (023)
الهاتف | 62 29 75 (0561)

تاريخ الاستلام 2023/09/29
تاريخ القبول 2023/12/10
تاريخ النشر 2023/12/31

المؤلف المرسل |
أ.د عطا الله طريف



1. مقدمة:

لطالما سعت الشعوب والمجتمعات البشرية على اختلافها إلى إيجاد الضوابط والأخلاقيات التي تعمل على تنظيم الآليات والسلوكيات والتعاملات والسعي إلى تنظيم طرق العيش لديها. كما ترتبط هذه الأخلاقيات والضوابط بحركية التواصل الإنساني المعتمد على الأعراف والمواثيق الشفهية أو المكتوبة على حد سواء، فقد كانت هذه الأخيرة إلى وقت بعيد تتيح فضاءات للتعايش لتوفير سبل وطرق العيش المشترك والمختلف الذي يهدف إلى تحقيق ذلك التوافق والانسجام فيما بينهم.

إلا أن تطور تلك المجتمعات من مجتمعات زراعية إلى صناعية أفرزت الحاجة إلى تكثيف تلك الأخلاقيات والضوابط العرفية منها، أو الرسمية على حد سواء خاصة مع تزامن ارتباط وتقدم تلك المجتمعات بظهور المخترعات العلمية التي أخذت يوماً بعد يوم في الانتشار ومسيرة حركات واتجاهات تلك الشعوب نحو مزيد من التركيز على أساليب التصنيع والإنتاج، ذلك ما تزامن بدوره مع الاتجاه آنذاك نحو تشكيل بيئة اتصالية امتدت جذورها بدءاً من التواصل الإنساني العام الهادف إلى التعارف والتعايش، مصداقاً لقوله تعالى في سورة الحجرات: "يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ" (سورة الحجرات، الآية (13): 517-). إلى البيئة الاتصالية التي كانت تعرف بالحديث وقتها، وفقاً لما جاءت به تلك الأخيرة من طباعة ومخترعات سلكية ولاسلكية أفرزت بدورها فيما بعد مناخاً اتصالياً جديداً أتاح بدوره المجال لظهور ما يعرف بوسائل الاتصال التقليدية ك (الصحف، الإذاعة، السينما والتلفزيون) المعاصرة.

كما أن انتشار هذه الوسائل كمستحدثات تكنولوجية في المجتمعات، دعا بالكثير من الدول والحكومات والملوك إلى التفتن بالدور الكبير الذي يمكن أن تلعبه هذه الوسائل من خلال استغلالها لدعم الاستقرار وجمع الأخبار، وتوظيفها في التعليم والترفيه، والترويج للسلع والخدمات، وذلك بضرورة تكوين متمرسين لهذه المهام أصطلح عليهم اسم الصحفيين الذين أُنيط لهم التعامل مع وسائل الإعلام وفق سياسات وخطوط افتتاحية تنحاز في تسييرها لما يملوه عليها حراس البوابات الإعلامية. حيث تزامنت مع اختراعات الأقمار الصناعية التي سمحت بدورها بانتشار القنوات الفضائية وتطور أساليب صناعة الصحف وازدهار صناعة السينما والاتجاه نحو عولمة الإعلام الهادفة إلى تشجيع برامج الترفيه وإذابة قيم المجتمعات ونشر الثقافة الاستهلاكية.

وبالرغم مما جاءت به فلسفات التيارات الفكرية النظرية للإعلام خاصة منها (الليبرالية، السلطوية، المسؤولية الاجتماعية والتنموية)، وما دعا إليه "الإعلان العالمي لحقوق الإنسان" في نهاية الأربعينات من القرن الماضي الذي طالب بضمان حرية التعبير، وإنشاء أولى مجالس لصحافة بعد الحرب العالمية الثانية العام 1947 وإنشاء مجلس قومي لها قصد مراقبة أداء الصحافة والتزام الصحف بنشر الرد والتصحيح لما تنشره. لتلها بعدها المواثيق الشرفية والأخلاقية المنظمة للمهنة.

فالملاحظ اليوم للبيئة الإعلامية الجديدة يلحظ دون ريب مدى تعاظم وسطوة ثورة الـ WEB 5.0 وما أتاحه من اندماج وتكامل لمختلف الوسائل في شكل مواقع لصحف الكترونية متعددة الوسائط، وكذا وسائط وتطبيقات جديدة أتاحت بدورها تسهيل سبل الاستخدام والتلقي معاً لمختلف شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنت، مدحضا في الوقت ذاته فرضية

تطور مسار مستويات العملية الاتصالية بما كان يعرف بدءاً بأدناها بالاتصال الذاتي أو الشخصي إلى أعلى مستوياتها الذي كان إلى وقت قريب يعرف بالاتصال الجماهيري لتعود حلقة مستوى الاتصال من جديد إلى الذاتية والشخصية من خلال تغير مفهوم الجمهور بحد ذاته إلى مفهوم المستخدم.

إن هذا التداخل في المستويات الاتصالية أدى في الوقت نفسه إلى رفع درجة يقظة واستعداد ومسؤولية الصحفيين في ظل تحديات الممارسة الإعلامية الراهنة وتفتت ما أُصطلح عليه بالجمهور أو المستخدمين الذين أصبحوا يتصفحون ملايين المواقع في الوقت الواحد، وتغير المضامين في اللحظة الواحدة، والثابت أصبح متغير في هذاء الفضاء السيبراني، والذي يسمح بدوره بسهولة انتشار السيول الجارفة من الأخبار وتداولها والحذر من الوقوع فيما يسمى "بالأخبار الكاذبة" على حساب الأخبار الصادقة والموثوقة الذي يسعى الصحفي الممارس للمهنة إلى بذل مزيد من الجهود لتكريس وتوظيف الأخلاقيات المهنية بها.

ولهذا ما يدعونا كمتخصصين في البحث اليوم أكثر من أي وقت في إيجاد الآليات والطرق لأخلة الممارسة الإعلامية في هذا الفضاء الجديد للإعلام مقترحين بذلك البحث في التساؤل التالي:

- ما هي آليات وسبل أخلة الممارسة الإعلامية عبر وسائط الإعلام الجديد؟

ولمعالجة هذا التساؤل، نطرح جملة التساؤلات هاته محاولين من خلال هذه الورقة البحثية الإحاطة بها وإعطاء أهم ما توصل إليه البحث في هذا الصدد للإجابة على ما يلي:

- ما هي الأخلاقيات، وماذا نقصد بأخلاقيات الإعلام، وما هي أخلاقيات الإعلام الجديد؟
- ما الأنماط والإشكالات التي تطرحها أخلة الممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد ؟
- ماهي الضوابط والأساليب لأخلة الممارسة الإعلامية عبر الإعلام الجديد ؟

2. المفهوم العلمي للأخلاقيات المهنية و مصادرها:

1.2 المعنى اللغوي للأخلاقيات:

جاء في المعجم الوسيط عن علم الأخلاق أنه علم موضوعه أحكام قيمة تتعلق بالأعمال لتي 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: مفرد لها خُلُق، والخُلُق: السجية والطبع، والمروءة والدين، وفي وصف سيدنا محمد-صل الله عليه وسلم-لعائشة-رضي الله عنها- حين قالت: "كان خُلُقُه القرآن"، أي متمسكا بأدابه وأوامره، ونواهيه وما يشتمل عليه، ومنه قوله تعالى: "وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ". وقد جاء في قاموس لونغمان Long man بأن الأخلاقيات Ethics تعني: (دياب، 2014: 67)

- دراسة طبيعة المبادئ الأدبية والأحكام وأساسها.
- مجموعة من المبادئ الأدبية والقيم
- مبادئ السلوك أو الآداب التي تحكم الفرد أو الجماعة.
- استقامة أدب التصرفات والأحكام وأخلاقياتها

وقد جاء في قاموس أكسفورد Oxford أن لفظة (Ethics) تعني المبادئ الأدبية وقواعد السلوك، وكلمة (Ethics) تحمل معنيين، أولهما علم الأخلاق، أو الأدب (Science of Morals)، وثانيهما مضمون وعمق الأخلاق أو الأدب (Soundness Moral)، ومن هذا المنطق فإنهم يستخدمون (Moralities) في دراسة تصرف أدبي، فإنهم يقصدون أنه تصرف أخلاقي، ومع ذلك فإن هناك فروق بينهما ليست فلسفية وحسب، فالأخلاقيات (Ethics): هي محاولة منظمة عبر استخدام السبب لإعطاء قيمة للخبر، فردية واجتماعية، بطريقة ما، لتحديد القواعد التي ينبغي أن تحكم السلوك البشري. أما (Moralities) فهي التي تعبر عن القيم التي يعدها أفراد الجماعة مهمة، وتنعكس في القوانين والإجراءات والتعليمات والسياسات. (دياب، 2014: 68)

وقد ظهرت هذه الكلمة Ethics في الفترة من 1600 وحتى عام 1629 كصفة تعلق بما هو أدبي أو علم الأخلاقيات، وفيما يتعلق بالأدبيات، كما ظهرت في الفترة من 1870 وحتى 1899 ظهر لها معنى يتعلق بمبادئ الأخلاقيات، أما لفظة Ethicalism فهو اسم ظهر في الفترة من 1870 وذلك بمعنى عبادة أو نسك للنماذج الأخلاقية. (دياب، 2014: 68)

2.2 المعنى الاصطلاحي للأخلاقيات بشكل عام:

جاء تعريفها في قاموس الصحافة والإعلام على أنها "مجموعة القواعد المتعلقة بالسلوك المني والتي وضعتها مهنة منظمة لكافة أعضائها، وتحدد هذه القواعد وتراقب تطبيقها وتسهر على احترامها، وهي أخلاق وآداب جماعية وواجبات مكملة أو معوضة للتشريع وتطبيقاته من قبل القضاة. (تنيو، 2019: 50)

وهناك تعريفات للأخلاقيات اصطلح عليها العلماء، ولعل أهمها ما يأتي: (دياب، 2014: 69-70)

- هي مجموعة القواعد والأسس التي يجب على المني التمسك بها، والعمل بمقتضاها ليكون ناجحاً في تعامله مع الناس، ناجحاً في مهنته ما دام قادراً على اكتساب ثقة زبائنه والمتعاملين معه من زملاء ورؤساء ومرؤوسين.
- وهناك من عرف الأخلاقيات على أنها: "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.
- ومنهم من يرى أن أخلاقيات الوظيفة العامة تعد نمطاً من السلوك الوظيفي الذي تتطلبه -بل تفرضه- طبيعة النشاطات الحكومية، وأن تمسك الموظف العام بهذا النمط السلوكي من العوامل الرئيسة لنجاح الجهاز الإداري بالدولة في تحقيق رسالته.
- والأخلاقيات ذلك الفرع من الفلسفة الذي يهتم بعملية صنع القرارات من الناحية الأخلاقية.
- وقد عرفها "هوسمان" بأنها: ذلك الفرع من الفلسفة التي تتناول المسائل المتعلقة بالصحة والخطأ، والخير والشر، وعلى ذلك فإن مصطلح أخلاقي عادة ما يعني السلوك المتسق مع الصحة والخير.
- كما أن الأخلاقيات تتضمن مجموعة من القيم (Values) والتي عليها الحكم بالصحة والخطأ.
- ويرى آخرون أنها المسؤولية المعنوية لقرارتنا وسلوكياتنا في أن نختار بشكل مقصود وفعلي واختياري ما يجب أن تتبعه من القيم، مثل: الصحة-الخير-الحقيقة-العدالة-الفضيلة، والتي من الممكن أن تؤثر علينا أو على الآخرين.
- ويرى برات Bratt: الأخلاقيات بأنها مفهوم فلسفي يستطيع أن يقيم ويوازن بين الصحة والخطأ في لسلوك أو التصرف الإنساني.

3.2 مفهوم أخلاقيات الإعلام:

ارتبطت أخلاقيات الإعلام بالتنظيم الذاتي للإعلام من خلال جملة القوانين التي تنظم علاقة الإعلام بالمجتمع ومسؤولياته وحدود حريته، فهو أيضا ينبع من داخل مهنة الإعلام نفسها وهي ما يضعه الإعلاميون من قواعد للعمل الإعلامي يلزمون أنفسهم بها وتصب في النهاية في صالحهم كإعلاميين وفي صالح مهنة الإعلام وأخيرا في صالح المجتمع ككل. (محمد نصر، 2001: 289)

وتحدد الباحثة خالدية مداح ثلاثة مداخل فكرية لأخلاقيات المهنة، نذكر منها: (مداح، 2018: 103-104)

- أ- المدخل الهني المعيارى: حيث يتم اتخاذ القرارات الأخلاقية بناء على الممارسات السائدة في صناعة الصحافة.
- ب- المدخل الفلسفى الاتصالى: وترجع أصول هذا المدخل إلى أفكار "ميلتون وجيفرسون" عن الحرية والصحافة الحرة، وهنا يركزون على اكتشاف كيفية اتخاذ القرارات الأخلاقية في بيئتها الإعلامية.
- ج- المدخل الفلسفى الكلاسيكى: يركز على الأخلاقيات الاجتماعية وتأثيرها على أخلاقيات وسائل الإعلام.

إن مجال الصحافة قد عرّف هو الآخر بنود الأخلاقيات لتوجيه احترافية الصحافة ومساعدة الصحفيين لتجنب الصراعات على المصالح وحماية الصالح العام للتعريف بـ 242 بنوداً لأخلاقيات الصحافة عبر أنحاء العام. بنود الصحافة " قد شكلت من طرف العديد من المجموعات منهم الصحفيين، عامة الشعب، وكذلك من مُلاك ومسيري...الذين يؤثرون في السياسة وخصائص الاقتصاد في المجتمع من خلال تفعيل وسائل الاتصال المؤسّساتي ضمن البنود التي كتبت". فنجد عبر العالم القيم المهنية في أخلاقيات الصحافة. (Yang,et, al :2015:05)

إن القيم المهيمنة في بنود أخلاقيات الصحافة تشمل الموضوعية، الحقيقة، النزاهة "وبالتالي، يمكن اعتبار التغطية الواقعية والصحيحة وغير المتحيزة قيمة توافقية للصحافة، ذلك أنه كل أشكال البنود وجوهر المهنة الصحفية تميز بين الخيال وغير الخيال" فجّل الدراسات حول العالم وجدت تبني بنود أخلاقيات الصحافة من طرف مؤسسات الإعلام الجموعية الجهوية منها أو الوطنية للصحفيين، غالباً ما أسفرت الرابطات الوطنية للصحفيين عن تغييرات مهنية إيجابية تسمح للصحفيين بتحسين أدائهم الوظيفي المجتمعي. (Yang,et, al,2015: 05)

ونظرا لدور الصحافة والعلاقة الوثيقة التي تربطها بوعي الناس وتأثيرها إيجابا وسلبا على المجتمع حسب نوع الصحيفة، كونها أشبه بالنوافذ المفتوحة باستمرار على عقول الناس وضمائرهم، بات من الضروري لمن يمارس هذه المهنة الاستناد إلى مجموعة القيم والتقاليد والأسس التي تشكل قاعدة أساسية لما يسمى بأخلاقيات المهنة والتي هي عبارة عن المضمون والالتزام الفكري تجاه مختلف القضايا لحماية شرف الكلمة ولتحقيق المصلحة العامة. (مداح، 2018: 103)

وقد تعددت واختلفت مفاهيم أخلاقيات الإعلام لدى الباحثين والمتخصصين في المجال، نذكر منها: (دياب، 2014: 71-

(72

- يعرفها ريتش Rich بأنها الاختيارات التي توجه الصحفيين حول الطرق التي يتصرفون بها.

- يعرف سليمان صالح أخلاقيات الصحافة (Press Ethics) بأنها: "مجموعة من المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء، ونشرها، والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وفي قيامهم بوظائف الصحافة المختلفة، وهذه المعايير المهنية التي تقوي إحساس الصحفي بمسؤوليته الاجتماعية".
- كما يعرف سليمان صالح أخلاقيات الإعلام بقوله: "هي منظومة من المبادئ والمعايير التي تستهدف ترشيد سلوك الإعلاميين من خلال قيامهم بتغطية الأحداث، وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية، ودورها في المجتمع، وضمان الوفاء بحقوق الجمهور في المعرفة، وإدارة المناقشة الحرة، مع التقليل-إلى حد أقصى-من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد، أو المصادر، وضمان حماية كرامة المهنة، ونزاهة الصحفيين".
- كما يعرف محمد منير حجاب، أخلاقيات الصحافة بقوله: "هي مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لآرائهم، وفي قياسهم بوظائف الصحافة المختلفة، وهذه المعايير المهنية تقوي إحساس الصحفي بمسؤوليته الاجتماعية، ويفرض تطور الأوضاع الصحفية في العالم المعاصر بأخلاقيات مهنة الصحافة ومعايير الأداء المهني.

3.2 أخلاقيات وسائط الإعلام الجديد:

إن ثورة وسائل الإعلام هي تحول جذري لا رجعة فيه، في طبيعة المهنة الصحفية والأخلاقيات. فوسائل النشر الحالية في أيدي المواطنين على اعتبار أن الانترنت تشجع الأشكال الجديدة للصحافة التي أصبحت تفاعلية وفورية. فبيئة الإعلام لدينا هي مشهد فوضوي يتطور بوتيرة غاضبة فالصحفيين المحترفين في مجال الصحافة يتشاركون أو يتقاسمون مع مغردي التويتر، والمدونين، والصحفيين المواطنين ومستخدمي وسائط التواصل الاجتماعي. (Nasir, 2014:191)

بدأ هاجس الأخلاقيات الإعلامية في البيئة الرقمية باكراً عند المهنيين في الولايات المتحدة الأمريكية، ففي ربيع العام 1997 بفضل الويب الذي سمح لأناس عاديين باستخدام الشبكة الدولية تدعى اتحاد الصحفيين الأمريكيين ومركز Poynter المتخصص في قضايا الإعلام، إلى لقاء مجموعة من المهنيين "البائسين" أو "المتوجسين" من القادم الجديد إلى الساحة الإعلامية، وذلك للتشاور حول إمكانية تطبيق أخلاقيات الصحافة التقليدية وقيمها على الإعلام الجديد، وقد ظهرت العديد من الآراء المتباينة حول ضرورة تواجد منظومة أخلاقية للعمل الإعلامي ضمن البيئة الجديدة، ويمكن إبراز هذه الآراء في إطار تصور لفريقين: (مهيرة، 2018: 396-397)

أ- الفريق الأول: يرى أن البيئة الإعلامية الالكترونية بحاجة لصياغة منظومة من الحقوق والواجبات الأخلاقية لمساعدة الإعلاميين أثناء أدائهم لمهنتهم، على أن تتناسب هذه المنظومة مع التحديات التي فرضتها ثورة الاتصال والمعلومات، فالمشكلة من وجهة نظرهم لا تكمن في صلاحية المعايير والأخلاقيات المهنية للتطبيق على وسائل الاتصال الجديدة، بقدر ما تكمن في أن ثورة الاتصال قد جعلت معظم المعايير والأخلاقيات الإعلامية التي تطورت خلال القرن العشرين غير صالحة، إذ تشكل تلك الثورة مناخاً إعلامياً واتصالياً جديداً يحتاج إلى معايير وأخلاقيات جديدة. إلا أن تصور هذا الفريق والمتمثل في صياغة مبادئ ومواثيق أخلاقية للعمل الإعلامي على الانترنت، يواجه مجموعة من الصعوبات المتمثلة في طبيعة البيئة الالكترونية في حد

ذاتها والتي تتميز بالتطور والتغيير المستمر إضافة إلى غياب الجهات المعنية بمراقبة مدى التزام أو عدم الالتزام بهذه الضوابط الأخلاقية والمهنية وهو ما أكد عليه تصور الفريق الثاني.

ب-الفريق الثاني: يرى عدم وجود حاجة لسن موثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإعلامية الالكترونية، بل ويعارض فكرة تطبيق القيم التقليدية على البيئة الالكترونية، باعتبار أن ثراء البيئة يضاهي قيمة المعايير التي يتم تطبيقها في البيئة التقليدية. ويطرحون في ضوء هذه الرؤية عدة مبررات أهمها صعوبة وضع أي معيار أو ضابط أخلاقي عملاً صعباً، بفعل أن ما هو قابل للتطبيق في هذه اللحظة، قد لا يكون مقبولاً بعد فترة قصيرة من الوقت، نظراً للتطورات المتسارعة في البيئة الإعلامية الالكترونية. وبالرغم من أن الفريق الثاني يخاف الفريق الأول في الرأي، إلا أنه يواجه انتقادات عدة أهمها أن التطور المتسارع للبيئة الالكترونية الجديدة زاد من الحاجة إلى القوى العاملة فيها وهو ما يتطلب ضرورة وضع أطر وضوابط أخلاقية مهنية لتجنب الأضرار التي قد تؤدي إليه انعدامها.

3. الأنماط والإشكالات التي تطرحها أخلقة الممارسة الإعلامية في ظل وسائط الإعلام الجديد

1.3 أنماط الممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:

إن الإعلام الجديد أو الميديا الجديدة لا يمكن اقتصار تعريفها فقط على إدراج التكنولوجيا في العملية الإعلامية والاتصالية، وإنما هي تدمج في ثلاثة عناصر مهمة؛ هي: الأنظمة التقنية أي أجهزة الاستقبال الرقمي، الممارسات المتاحة، والترتيبات الاجتماعية، ويقصد بها المجتمع، الأسرة، الحملات السياسية...إلخ. وتعتبر هذه العناصر الثلاثة البنية التحتية لتشكيل الميديا الجديدة. (مكرتار، 2017: 317)

ويقدم الباحثان (Richard David) و(Dina Owen) ثلاثة أشكال للممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة، يمكن تلخيصها فيما يلي: (مكرتار، 2017: 318)

أ/- ممارسة قديمة بتكنولوجيا جديدة: يرى الباحثان أن هذا الشكل يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحفية القديمة في الإذاعة والتلفزيون باستخدام التكنولوجيا وتطبيق الأساليب المستحدثة في بناء ومعالجة المواضيع.

ب/- ممارسة جديدة بتكنولوجيا جديدة: ويحيل هذا الشكل على صحافة المواطن، حيث مكنت التكنولوجيا الحديثة التبادل الحي والسريع للمعلومات والتواصل بين الأفراد وتسهيل الوصول على المصادر.

ج/- ممارسة جديدة بتكنولوجيا مختلطة: يستخدم الكثير من الإعلاميين الوسائل الجديدة لاستكمال أدوارهم المحتفلة، وهي نوع من الإعلام التبادلي أو التشاركي، يكمل الممارسة التقليدية ولكن لا يحل محلها.

ويضيف الباحث علي محمد رحومة نمطين آخرين للأبعاد التفاعلية للعقل الجمعي الالكتروني في التنشئة الاجتماعية التي يتيحها فضاء الانترنت، نذكر منها:

أ/- التنشئة التلقائية: وهي التي يفرضها نمطية التفاعل والتعامل بين عقول الأفراد والجماعات الافتراضية التي ينتسب إليها الأفراد لينتج الأنماط العامة للعمل والفكر الانترنيتي بعمومه، ويلاحظ هذا بوجه خاص في مجموعات الأخبار، وغرف المحادثات والحوار، ومؤتمرات الانترنت، ويلاحظ أن العقل الجمعي الالكتروني لديه من قوة الإلزام والتأديب الاجتماعي

للخارجين عن تقاليده المكتسبة في التعامل، ما يجعل الأفراد الانترنيتين يفضلون التعاون والتعامل بدرجة كبيرة من الحفاظ على الهدوء وبلوغ الأهداف المعلوماتية والاتصالية بأنواعها. (رحومة، 2005: 322-323)

ب/-التنشئة المتعمدة والمخطط لها: وهي بفعل ثلاثة أوساط مختلفة: (رحومة، 2005: 324-325)

- التنشئة القصديّة: التي يخطط لها من قبل منظمات ومؤسسات معينة ينتمي إليها أفراد معنيون يؤطر لهم في ظل قوانين وقواعد سلوك جماعية، مثل المنظمات العلمية والتعليمية أو المؤسسات والشركات التجارية، فهي تقن وتوضع لها لوائح التعامل الإلكتروني بما يفرض على الأفراد أنماطا محددة للتفاعل والتواصل، ويأتي هذا الجانب بما يعرف بأخلاق وأخلاقيات الحاسوب والانترنت.
- الوسط القصدي: وهو الوسط العالمي الذي تمثله القوى التكنولوجية الدولية للدول المتقدمة معلوماتيا بشركاتها الكبرى. وهي التي تضع المخططات الاتصالية العالمية، مثل بروتوكولات الاتصال التقنية وسياسات السوق المعلوماتي بما يشمل التحكم في نظم البرمجيات والعتاد، إضافة إلى المخططات السياسية والاقتصادية العالمية.
- التقنيات الابتكارية البرمجية: والتي يقدمها أفراد وجماعات بعينها في المسرح الافتراضي بشبكة الانترنت، وهذه عملية منتشرة بفعل نشاط التكنولوجيا الموهوبين في نشر تقنياتهم ومنتجاتهم، الأمر الذي له بالغ الأثر في توجيه الأفراد الانترنيتين للعمل وفق قواعد خدمات هذه التقنيات خصوصا حين تكون على درجة عالية من الكفاءة والمرونة وتلبية الاحتياجات المعلوماتية، مثل برامج محركات البحث أو برامج الحماية أو برامج الألعاب المنتشرة على الانترنت. فغالبا ما تؤدي هذه مهامها في الترفيه والتأثير على المستخدمين وغير ذلك.

2.3 الإشكالات التي يطرحها أخلقة الممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد:

تعد مسألة أخلقة الممارسة الإعلامية عبر الإعلام الجديد من بين أكبر التحديات التي تشهدها البيئة الإعلامية الإلكترونية الراهنة نظرا لعدد التجاوزات التي يقع فيها الصحفيين، ونستطيع إيراد هذه التجاوزات فيما يلي: (خديم، برقان، 2018: 127-130)

أ/-التجاوزات من الناحية المهنية: إن تخلي الصحفي عن الميدان يتزايد باستمرار، فالتكنولوجيات الجديدة بما توفره من تسهيلات الوصول على مصادر المعلومات أخذت تبعد الصحفي أكثر فأكثر عن الميدان وهكذا أصبحت الصحافة مهددة في جوهرها، ولم يعد الصحفي أول من يكون في الميدان ليصف الأحداث ويسأل الفاعلين والشهود، فالصحفي لم يعد يواجه بنفسه الوقائع وإنما أصبح يعتمد على روايات الغير نقلا عن مصادر غير موثوق بها أحيانا.

ب/-مراعاة الجمهور على حساب نوعية المعلومات: إن دخول الصحفي المواطن كشريك للكاتب في عملية التحرير من خلال سلوكه الانفعالي مع المقال، تعليقات على الصفحة ذاتها، مشاركته المقال على إحدى صفحاته أو حساباته على مواقع التواصل، استخدامه أم عدم استخدامه لزر الإعجاب، يؤدي في الكثير من الأحيان إلى نوع من الغوغائية، بحيث يبني الصحفي موضوعه على دغدغة مشاعر قرائه بهدف جذب أكبر عدد من المتصفحين أو الإعجابات، والتي تعد في مؤسسات إعلامية أو إحصائيات كثيرة، المعيار الأساسي الأول لنجاح مقال أو كاتب ما، هذا المنطق أنتج "صحافة سوق" مبنية على الطلب أكثر من العرض. وهذا من شأنه إشاعة ثقافة المعلومات والأخبار السطحية البعيدة عن التحليل والعمق المطلوبان في الصافة الهادفة.

ج/-إهمال عملية التحقق من الأخبار: أن دفع المعلومات متعدد المصادر يساهم في الحد من هامش حركة وقدرات الصحفي الاستقصائية، إضافة إلى تقليص الوقت اللازم للتحقق من المعلومات التي تصله قبل إعادة بثها، فالاختصار والبناء على المدى القصير وفق مبدأ "أنتج بسرعة، بأقل كلفة ممكنة، وأصمت" يأتي على حساب أشكال تحريرية تعتبر من أساس العمل الصحفيين كالتحقق والاستقصاء، لصالح صافة المكتب أو لصالح نوع من الصحافة هدفه أولاً إسداء خدمة، تسهيل العلاقات مع متصفح الانترنت وتنظيم نقاشاتهم وليس إنتاج معلومات العرض".

د/-التهديدات التي فرضتها البيئة الإعلامية الجديدة على مهنة الصحفي: لم تعد الصحافة في ظل الإعلام الجديد مهنة نخبوية، إنما أصبحت فئات الجمهور بمختلف أطرافه شريكة في صناعة المحتوى الإعلامي تحت مسمى صحافة المواطن التي تحيل في مفهومها إلى: "كوكبة متعددة من الأنشطة المختلفة ذات الصلة بمساهمة المواطنين في عملية إنتاج المعلومات ويمكن أن تأخذ هذه المساهمة أشكالاً متعددة كالتعليقات على الأخبار وتقاسم الصور والفيديو وإعادة نشر الأخبار وتقييمها، فيمكن أن تشمل صحافة المواطن كل ما يصدر عن المستخدم من مضامين في مختلف فضاءات المجال الإلكتروني. فقد أصبح للمواطن الصحفي أثراً لا يمكن إنكاره على الممارسة الصحفية-رغم تواتر الدراسات واتفاقها جميعاً على هذه النقطة ومحدودية القدرة على قياس هذا التأثير، إلا أن العاملين في الصحافة قادرون على لمسه.

ويضيف كل من الباحثين "رفيق بوزانة والباحثة فنور بسمة" عدة إشكالات تصادف أخلفة الممارسة الإعلامية من خلال وسائط الإعلام الجديد نوجز منها: (بوزانة، فنور، 2018: 290-294)

- أن من يكتبون ضمن هذا النوع الجديد من الممارسة ليسوا كلهم هواة بل هناك من الصحفيين والإعلاميين العاملين بالمؤسسات الإعلامية من وجد من هذه الوسيلة المخرج للتملص من مقص الرقابة، ومتنفساً دون التعرض للمساءلة الإدارية أو القضائية لنشر ما يريد وإيصاله للجمهور بالاعتماد على ألقاب الكترونية.
- الإعلام كممارسة تتطلب شروطاً أهمها، لأن مهمة الصحفي لا تتمثل فقط في نقل الخبر بل تتعداه إلى معالجته والإحاطة بمختلف جوانبه وحيثياته، وهو ما لا يمكن أن يقوم به شخص هاو لا يفقه شيئاً عن أخلاقيات المهنة.
- دور الإعلامي لا يتوقف عند نقل الخبر وفقط، لأن الإعلام هو أن نمد المواطن بجميع المعلومات التي تمكنه من تكوين رأي عام حول قضايا معينة، وهو ما لا يقوم به الإعلام الجديد في كثير من الأحيان.
- المواد التي تتناولها المواقع الالكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي لا تستند على مصادر موثوقة وبالتالي يتعذر التأكد من صدقها، كما يمكنها ان تكون مزيفة لخدمة مصالح جهات معينة، خاصة وأن الإمكانيات التي تتيحها التكنولوجيا الجديدة تجعل من تزيف الأخبار والمعلومات والمشاهد بسيط وسهل.
- محتوى هذه المواد ينحرف في أغلب الأحيان عن المسار الطبيعي المتمثل في الإعلام ويذهب إلى التشهير ونشر الشائعات والقذف والتجريح.
- الإعلام الجديد تتداخل فيه الحرفة مع الهواية، الصناعة مع التجربة، الضوابط مع الانفلات، والمهنة مع التسلية، والصحافي المهني مع الصحافي المواطن، وأن هناك حوالي "ثلاثة مليارات وثلاثمائة مليون مواطن مستخدم للانترنت" لديهم فرصة أن يكتبوا وينشروا أفكاراً وآراء وتقارير وأن يصوروا ويتلاعبوا بالصورة في المجتمع الذي نعيش فيه اليوم.
- غياب التشريع الفعلي للقوانين المنظمة للمشهد الإعلامي الالكتروني والمراقب لطبيعة المسار المهني والأخلاقي الذي يحتوي الرسالة الإعلامية الالكترونية، فيظل الخبر الالكتروني رغم ما حققه من جرأة في بعض المواقع الرائدة على المستوى

الوطني والعالمي، يكتنفه الكثير من الشك، خاصة بالأخبار التي تتناول الحياة الخاصة للأفراد ولذويهم بشكل فضائي تتناقله شبكات التواصل الاجتماعي.

- التداخل بين الحق في حرية التعبير، والحق في حماية الخصوصية الذين يعبران عن تعارض المصالح بينهما، فالأول يضمن حرية الرأي والتعبير للفرد والمجتمع دون المساس بجوهرهما أو مصادرتهما أو تقييد حدودهما، والثاني يحمي الجانب غير المعلن من الحياة الخاصة للفرد.
- مخاطر انتهاك الخصوصية عبر ما يروجه الفضاء الافتراضي الإلكتروني، حيث تعمل هذه السلوكيات على هدم ثقافة النموذج والمثل الأعلى الذي سيحتذي به الجيل الصاعد، ويتلقى منه المعارف، ويستخلص منه العبر والقيم المجيدة، خاصة إذا ما استهدفت حملات الفضائح للشخصيات الوطنية من سياسيين ومفكرين ورجال الدين والمعلمين... وغيرهم من مصادر فخر الأمة.
- أصبحت مثل هذه الأخبار يستغل كاستراتيجية تسويقية رخيصة لاستغواء الجمهور واتخذت الرسائل الإعلامية الإلكترونية غلافا تجاريا، ينساب إلى غرائز الجمهور عوض عقله، مبعثرا أخباره بين ثلاثية الدم، الجنس والدين ليضمنوا الانتشار على حساب الأخلاق والقيم والأدبيات الإنسانية، حيث تقوم الجهة المعلنة ببث ما يطلق عليه فيديو فضيحة تضمنه إعلاناتها، فلا يفتح الفيديو قبل الاطلاع على محتوى المادة الإعلانية.
- تنمية مشاعر الريبة والشك والحقد والانتقام داخل المجتمع الثقة في بعضهم البعض حتى داخل الأسرة الواحدة، ويعيشون في حالة من الرعب والخوف من فضح معلومات تخصهم، وهو ما يؤدي إلى انتشار الأمراض العصبية والأمراض المزمنة التي قد تنتج عن حالات القلق الحاد والعزلة الاجتماعية، والوسواس القهري، والحرمان من النوم... وغيرها، وهي كلها تؤدي على انتشار مظاهر العنف والجريمة.
- اختلال ميزان الأخلاق والقيم داخل المجتمع، من خلال التشجيع على حب التجسس والنبش في حياة الآخرين إلى حد الهوس، والعدائية تجاه أفراد المجتمع، عوض نشر جو المحبة والتضامن الذي يساهم في تنشئة اجتماعية سليمة تقود إلى صحة نفسية واجتماعية جيدة.
- الاختباء وراء الاسم المستعار والمراوغة كي لا يعرف أحد صاحب هذا الحساب أو ذاك الذي اتخذ من وسائط التواصل الاجتماعي منصة للسب والشتم والتطاول على الآخرين.
- خطورة تنمية مشاعر الحقد تجاه الوطن ورموزه، من خلال مشاعر الشك التي تزرعها مثل هذه الممارسات في نفوس المواطنين تجعلهم يفقدون الثقة في النظام الحاكم ومؤسساته.

ويضيف في هذا الشأن الباحث عباس مصطفى صادق إلى التطورات الحاصلة في البيئة الرقمية المعاصرة عند حديثه عن جملة الإشكالات التي تطرحها صحافة الواقع الافتراضي أو ما تسمى بصحافة الوسائط المتعددة الغامرة، أو الاستغراقية، أو الانغماسية والتي تعود على منتصف العقد الأول من الألفية الجديدة، حيث كانت تمارس في المقام الأول في الحياة الثانية خاصة من خلال البرامج التلفزيونية الإخبارية الأسبوعية مثل "ميتانوميكس" Metanomics مع المقدم روبرت بلومفيلد Robert bloomfield أستاذ المحاسبة في جامعة Cornell University، فضلا عن مجموعة الصحف التي كانت تنشر آنذاك. فقد انتقلت الأخبار من التناظرية إلى الرقمية، ومن الاستهلاك السلبي للمحتوى على تفاعلية المستخدم والموضوع الصحفي، ومن حالة الثبات المكاني، إلى حالة التجوال. (صادق، 2017: 117-21)

حيث يقول الباحث أوين: إن الفيسبوك قام بتوسيع مجالات البحث وتطوير التقنيات التي يمكن أن تعزز حياة الناس، يفتح أيضا مساحة جديدة للصحافة، وخلافا للتجارب الصحفية الافتراضية مبكرة في الحياة الثانية، التي حاكت في نهاية المطاف أشكال التقارير والكتابات الصحفية التقليدية في العالم الحقيقي، فإن الصحافة داخل هذه العوالم الافتراضية الجديدة تتطلب مجموعة مختلفة تماما من المهارات والأساليب. وممارسة الصحافة في الواقع الافتراضي تتطلب مجموعة من الشروط والموجهات العامة خاصة فيما يتعلق بالأبعاد الأخلاقية. فالنقاش الجاري حول مبادئ هذا النوع من الصحافة يضعها في مقابل قيم الصحافة التقليدية، التي تقوم على نقل الواقع كما هو، ويتركز الواقع الافتراضي من خلال وجهة نظر كروية ثلاثية الأبعاد، بمعنى أن المشهد بهذه التكنولوجيا يتم بطريقة غير طبيعية قد تؤثر على طبيعة القصة الصحفية، وفي هذا الإطار ما خرجت به دراسة مشتركة بين مؤسسة نايت الأمريكية Knight Foundation وصحيفة "يو أي ايه توداي USA TODAY" بمجموعة تساؤلات أفكار حول الاعتبارات الأخلاقية لإنتاج الموضوعات الصحفية بالواقع الافتراضي، كما يلي: (صادق، 2017: 127-144)

- أن الصحفيين غالبا ما لا يفكرون في النتائج غير المقصودة بالتغطيات الصحفية بتقنية فيديو بزاوية 360 درجة.
- ما ذا سيحدث عندما يتم تصوير مشهد كامل وليس هناك طريقة لاستبعاد أجزاء عنيفة منه؟
- كيف يمكن حماية الخصوصية، أو الحصول على الموافقة على التصوير، في وقت يكون فيه من الصعب وقف التغطية؟
- هل يمكن أن تكون حالة الاستغراق واقعية جدا، أو متلاعب فيها، بما قد يتسبب في تجارب مخيفة أو غير مريحة، أو مضللة؟
- ما هي التحذيرات التي يجب أن تقدم للمستخدمين المحتملين والحساسين؟
- ما ذا يحدث عندما يتعرض أحد قدامى المحاربين مثلا من الذين يعانون من اضطراب ما بعد الصدمة لفيديو بزاوية 360 درجة بعد مشاهدة انفجار سيارة مفخخة، مثلا؟

4. ضوابط وأساليب أخلاقية الممارسة الإعلامية عبر وسائل الإعلام الجديد:

إن سرعة تدفق الكم الهائل الإعلامي والاتصالي أصبح عصيا عن السيطرة، خاصة إذا ما علمنا طبيعة هذا التدفق من بلد إلى آخر، في دولة معينة في لحظة معينة. هذا ما أدى إلى رفع ناقوس المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، حيث تشير المقولات العلمية لنظرية المسؤولية الاجتماعية أن وسائل الإعلام تمارس دورا مهما في المجتمع يبرز في حمايتها للنسيج الاجتماعي والتعبير الحر عن مطالب الجماهير ورغباتهم، ومن ثم لا بد وأن تلتزم هذه الوسائل أخلاقيا بطرح ومناقشة القضايا الملحة والبارزة في المجتمع، فمهمة هذه الوسائل أن تقوم بدور النائب الذي ينوب على الجماهير في التعبير عن اهتماماتهم وتحدياتهم المختلفة. (طريف، 2018: 12)

وبما أن وسائل الإعلام تعد آلية يتم من خلالها مراقبة البيئة بكل مكوناتها، فإن هذه المراقبة تضاف للأدوار الثلاثة التي أشارت إليها كل من "فاجستاد، وريجان" في تحليلهما لتصورات الصحفيين عن دورهم في المجتمع، وهو "الدور التقليدي، والدور المنخرط، والدور النقدي"، بحيث يركز الأول على النشر السري والكبير للمعلومات، والثاني يركز على التفسير، والثالث يؤكد على الخصومة، ثم تؤكدان على أن وسائل الإعلام ينبغي أن تقوم بدور رقابي على الحكومة، وعلى توفير المعلومات الاجتماعية والسياسية والثقافية والتربوية من أجل مساعدة الجمهور. (طريف، 2018: 13).

1.4 ضوابط وأساليب أخلاقية الممارسة الإعلامية (الصحفيين والإعلاميين) عبر وسائط الإعلام الجديد:

إن استخدام الإعلام الجديد أو وسائل التواصل الاجتماعي في إنتاج المعلومة ونشرها، مكن هذه الوسائل من تأدية دور الوسيلة الإعلامية، إذ أصبحت هي نفسها منصات إعلامية جاهزة لوضع المتلقي في قلب الأحداث الجارية، هذا الدور دفع وسائل الإعلام التقليدية على تبني استراتيجيات عمل جديدة، تقوم على إفادة الإعلام الاجتماعي في نشر إنتاجها وترويجه بغية الوصول إلى الجمهور وحصد النسبة الكبرى من المتابعة، حيث أصبح القائمون على الإعلام التقليدي، يستخدمون شبكة التواصل الاجتماعي، وغدت تؤدي دور الوسيط وتزاحم وسائل الإعلام على تأدية هذا الدور. (خليل، 2017: 321)

وفي إطار هذا كله، فقد أخذ الاهتمام بأخلاقية الممارسة الإعلامية عبر الإعلام الجديد أهمية قصوى من قبل العديد من المؤسسات الإعلامية العالمية على غرار ما جاءت به الجمعية الوطنية الأمريكية لنشري الأخبار (The American Society of News Editors)، حيث أصدرت دليلاً يتضمن عشر (10) قواعد كبرى وضعتها الصحف الأمريكية لتنظيم استخدام الصحفيين للشبكات الاجتماعية وتمثل هذه القواعد في: (مهيرة، 2018: 399-400)

القاعدة الأولى: المبادئ الأخلاقية التقليدية يجب أن تطبق الفضاء الإلكتروني، بمعنى لا يمكن للصحفي أن ينشر ما لا 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 الانترنت لأنه يصبح عاماً، 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 "الفيسبوك" أو على "تويتر" 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 نصيراً 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 دائماً 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 الاعتماد على المصادر الأساسية.

القاعدة التاسعة: كن شفافاً واعترف بأخطائك.

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

ويمكن تحديد بعض الأخلاقيات التي وضعها مهنيون وأكاديميون لتنظيم وسائط الإعلام الجديد، تتلخص في العناصر التالية: (مرتكار، 2017: 319-320)

- عدم الاستغلال غير الأخلاقي لتكنولوجيات الاتصال في تزيف المواد الالكترونية، سواء كانت صور أو فيديوهات أو رسومات.
- تدعيم المادة لصحفية بالروابط والإشارة إليها، وذلك لإعطاء المواطن فرصة الاطلاع عليها تحقيقاً 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.
- الامتناع عن السرقات الفكرية والإشارة في كل الأحوال إلى المصادر.
- أن لا ينشر الصحفي ما لا 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 رقيباً يمر عبر بوابته.
- عدم استخدام الأساليب التي تظلل الجمهور وعلى الصحفي أن يتحلى بمسؤوليته تجاه الجمهور، واحترام حقوقه العامة والحقوق النابعة في سياق الميديا الجديدة.
- تمسك الإعلاميين بأخلاقيات المهنة الصحفية، والعمل على نشر مبادئها في أوساط الجيل الإعلامي الجديد من أجل صحافة واعية تتحمل المسؤولية تجاه المجتمع.
- عدم ارتكاب أي أعمال من شأنها التقليل من سمعة المهنة الصحفية.
- الالتزام بالدقة والحيادية والصدق في الأخبار، وعدم التعدي بالسب أو القذف على الآخرين مع احترام حق الرد لكل شخص تمس كرامته.

ويضيف الباحث وليد خلف الله دياب جملة من الاخلاقيات التي يجب على الصحفي الالتزام بها في ظل وسائط الإعلام الجديد؛ نذكر: (دياب، 2014: 211)

- عدم استغلال الحوار عن بعد بغرض التمثيل والتنكر.
- الأمانة العلمية والملكية الفكرية.

- نزاهة آلات البحث والتصفح.
 - تهديد حرية الإنسان وخصوصيته الفردية
 - تحري الصدق والموثوقية والأمانة في طلب المعلومات والبيانات.
 - معلومات الانترنت للبحث والنشر والإفادة، وليست للكتيم أو الحبس.
 - حماية حقوق الملكية الفكرية، وقوانين الفضاء الإلكتروني Cyber Space.
 - بيانات ومعلومات الانترنت من أجل التواصل والتعارف، والتعاون على الأصعدة الوطنية والإقليمية والعالمية.
 - اتخاذ كافة التدابير الوقائية لحماية أفراد المجتمع وجماعته من البيانات والمعلومات الضاربة والملوثة.
 - القيام بالنشر الصحفي وإبراز التصاريح والبيانات الرسمية وآراء المسؤولين.
 - كفالة أمن المعلومات والبيانات وسريتها-في بعض الأحيان-ومراعاة الخصوصية واحترامها.
 - منع انتحال أرقام الانترنت أو ما يعرف بـ (IP Spoofing) والتي يقوم من خلالها بعض المتسللين المحترفين باستخدام أرقام بعض الأشخاص بطريقة غير مشروعة.
 - الاحتفاظ بسجل استخدام مزود الاتصال الخاص بالمشتركين (Dial Up Server) وسجل استخدام البروكسي (Proxy) لمدة لا تقل عن (06) أشهر.
 - الحصول على خدمة الوقت (NTP) عن طريق "البروكسي" ومزود الاتصال، بهدف معرفة توقيت حدوث عملية الاختراق للأجهزة على الشبكات.
 - تحديث سجلات منظمة "رايب" (www.ripe.com) الخاصة بمقدمي الخدمة.
 - ضرورة تنفيذ ما توصل إليه اللجنة الأمنية الدائمة بخصوص متابعة ومعاينة المخالفات الأمنية.
- وتوفر شبكة الانترنت بعض الخدمات لممارسي وسائط الإعلام الجديد فيما يرتبط بالبريد الإلكتروني (E-Mail) وخدمات المجموعات الإخبارية (News Groups) والدرشة على الخط (Chat Online) وجب ذكر في هذا الإطار بعض الضوابط الأخلاقية المهنية الملزمة نقدم منها: (دياب، 2014: 214-217)
- 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 بدقة 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.

2.4 ضوابط وأساليب أخلة استخدام الشباب لوسائط الإعلام الجديد:

نستطيع تقسيم ضوابط وأساليب استخدام هذا النمط من الإعلام الجديد بما فيها شبكات التواصل الاجتماعي على محورين على النحو التالي:

1.2.4 الضوابط الأخلاقية لتعامل الشباب المستخدم لوسائط الإعلام الجديد (التعامل مع الذات): ينبغي على أي

شاب بصدد استخدام أو التفاع أو الولوج لهذه المواقع أن يراعي: (سعيداني، 2015: 1071-1072)

- تقوى الله ومراقبته والإيمان الصادق بأنه يعلم السر وأخفى.
- أن يتفق تواصله الاجتماعي مع بقية الشباب مع تعاليم الأديان السماوية.
- احترام الذات والقيم والمبادئ والعادات والتقاليد في أي تواصل مع غيره.
- تجنب الدخول إلى المواقع المشبوهة الضارة والالتزام بالشبكات التي تتناسب مع العمر وتحقيق الأهداف والحاجات.

2.2.4 الضوابط والأخلاقيات للتعامل بين الشاب المستخدم لوسائط الإعلام الجديد وبين غيره من الشباب

(المسلمين (التعامل مع الغير): (سعيداني، 2015: 1072-1073)

- يتعين على مستخدمي الإعلام الجديد التعريف بأنفسهم بشكل واضح وصريح في كل المراسلات والاتصالات الالكترونية حيث يعتبر إخفاء الهوية أو الانتماء الإداري أو انتحال شخصية الغير تصرفات منافية للأخلاق.
- احترام الآخرين واحترام أفكارهم وآرائهم وعدم السخرية وتجنب الإساءة إليهم أو جرح مشاعرهم عند التواصل معهم وتجنب التهاور الالكتروني عندما يكون جدلاً بلا غاية.
- الابتعاد عن التزوير والخداع في تواصل الشباب فيما بينهم
- مراعاة حقوق النشر والتأليف، وحقوق الملكية الفكرية للبيانات أو المعلومات.
- تجنب انتهاك خصوصيات الغير أو التعدي على حقهم في الاحتفاظ بأسرارهم.
- مراعاة ضرورة توجيه رسالة اعتذار عند إرسال الرسائل لغير أصحابها
- تجنب إرسال الرسائل المسلسلة-رسالة يبعث بها إلى مجموعة من الأشخاص على التوالي، ويقوم كل فرد من المجموعة بإعادة إرسالها إلى مجموعة أخرى، ويغلب عليها في بعض الأحيان تفاهة المحتوى وتسبب هدراً للوقت والموارد والشبكة.
- تجنب الإضرار بالآخرين عن طريق إرسال البرامج الضارة لجهتهم وأنظمتهم المعلوماتية عبر الإعلام الجديد.
- تجنب التعرض لتعاليم الأديان جميعاً سوء والابتعاد عن تجريح الرموز الدينية أو الهيئات أو الدول أو الشعوب، وعدم إثارة النعرات والحميات المذهبية والطائفية عبر الشبكة الاجتماعية.
- تجنب الاستخدام السيئ الذي من الممكن أن يتسبب في أي تهديد، أو تخريب، أو إزعاج أو إهانة أو مضايقة لأي شخص مثل إرسال بريد الكتروني بشكل متكرر، أو غير مرغوب فيه أو لغرض الغش أو لخداع الآخرين.
- تجنب نشر ما من شأنه بث الكراهية التي تشجع وتروج للقضاء على مجموعة معينة أو أي تصوير يشين أو يحقر أو يشوه سمعة شخص أو مجموعة على أساس الجنس والعرق والدين والجنسية أو الإعاقة.
- تجنب نشر ما من شأنه تعريض أمن الناس أو صحتهم أو سلامتهم للخطر.
- تجنب نشر أو توفير محتوى غير لائق ومخل بالأداب، وخصوصاً التعري والجنس.

- تجنب نشر أي إساءة لذوي الإعاقة الجسدية أو العقلية أو الحسية.

5. خاتمة:

إن مساءلة أخلقة الممارسة الإعلامية عبر وسائط الإعلام الجديد أضحت أكثر من ضرورة ومطلب، بحكم ما نشهده من تغيرات يومية في المشهد السيبراني الحالي. وتعدد تدفق المضامين الصحفية وإغراق المستخدمين بالمعلومات العامة والسطحية وغير المؤكدة أحياناً على شبكة الانترنت التي أدت في ظل الإعلام المعولم إلى إذابة الثقافات الوطنية والقومية بالاتجاه لبناء ثقافة واحدة والاتجاه نحو بناء قواعد معلوماتية واحدة يتشارك الجميع في استخدامها والتعامل معها باعتبارها المصدر الوحيد لتقييم الإنتاج العلمي والثقافي والمعرفي في ظل اعتبار المعلومات كقيم اقتصادية بالدرجة الأولى، والتحول الذي أحدثته في مفاهيم الزمان والمكان والتي أصبحت تهدد الأمن البشري والإنساني في عمليات الخداع والاحتيال المبني على الإغراء والإغواء والغش المستخدم في الصفحات، أو المواقع الصحفية، أو البرامج، أو غرف المحادثة، البريد الإلكتروني، لوحات الرسائل، مواقع الويب، الأخبار الكاذبة «Fake News» وتوريط المستخدم للقيام بإجراءات معينة وهمية تكون بالغة الضرر كالاقتزاز المالي أو المعلوماتي، ما يمكن من انتشار الضرر على باقي المستخدمين الذين يمكن اختراق حساباتهم والسطو على بياناتهم الخاصة ونشرها، واستخدام برمجيات تهدف إلى تدمير أجهزتهم.

إننا كمواطنين وأبناء لهذه الأوطان العربية الشاسعة، وكأفراد وأجزاء مكونة لهذه المجتمعات، وكأكاديميين وباحثين ومتخصصين في مجال علوم الإعلام والاتصال نقف اليوم على مسافة واحدة مع الصحفيين وصانعي المحتوى الإعلامي لمنأشدهم بضرورة توخي مزيد من الحيطة والحذر في التعامل مع المضامين الوافدة عبر شبكة الانترنت، أو ما تسمى بوسائط الإعلام الجديد وانحسار دور ما يسمى بحارس البوابة الإعلامية الذي كان إلى وقت قريب يسعى دائماً للحفاظ على تلك القيم والمبادئ المرتبطة بالممارسة الإعلامية رغم ما يقال على توجهاته وسياساته التحريرية وخطه الافتتاحي. فمساءلة أخلقة الممارسة الإعلامية هي مطلب أني ومستعجل ولا نخص به في هذا الشأن فقط الصحفي أو المرسل، بل أيضاً المستخدم الذي يمثل دور المرسل والمتلقي في الوقت نفسه، فقد يكون هذا الأخير ينتمي على فئة اجتماعية أو عمرية معينة، أو مستوى دراسي معين، لذلك وجب علينا الاهتمام بالتعليم سواء ما ارتبط بالتعليم القاعدي لأطفالنا ومرافقتهم في استخدام هذه الوسائل لتحديد المضامين التي تتوافق مع هويتنا وثقافتنا العربية والإسلامية المسلمة كي نسلم من التأثيرات السلبية لمختلف المضامين غير السليمة والتي تتنافى ومعتقداتنا ومنظوماتنا المحافظة، أو مختلف مستويات التعليم الأخرى باستحداث مساقات دراسية مرتبطة بأخلاقيات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال شبكة الانترنت.

6. قائمة المراجع:

• المؤلفات:

- القرآن الكريم، سورة الحجرات، الآية (13).
- نصر، حسني محمد، (2001)، مقدمة في الاتصال الجماهيري: المداخل والوسائل، ط 1، بيروت، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع.
- صادق، عباس مصطفى، (2017)، الإعلام والواقع الافتراضي، ط 1، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- طريف، عطاء الله، (2018)، المسؤولية الاجتماعية للإعلام: الخلفيات النظرية والأطر التطبيقية في المجال الرياضي، تقديم: أ.د سامي ربيع الشريف، باتنة-الجزائر، دار المثقف للنشر والتوزيع.

- دياب، وليد خلف الله، (2014)، أخلاقيات ممارسة العلاقات العامة، ط1، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- Yang, A., et al. « Ethical convergence, divergence or comitas ? An examination of public relations and journalism codes of ethics », Public Relations Review, 2015.
 - الأطروحات: الاسم الأخير، ثم الاسم الأول للباحث(ة)، (سنة النشر)، عنوان الأطروحة، القسم، الكلية، الجامعة، البلد.
- علي محمد رحومة، الإنترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية: بحث تحليلي في الآلية التقنية للإنترنت ونمذجة منظوماتها الاجتماعية، بيروت: سلسلة أطروحات الدكتوراه (35)، مركز دراسات الوحدة العربية، 2005.
- المقالات: الاسم الأخير، ثم الاسم الأول للمؤلف(ة)، (سنة النشر)، عنوان المقال، اسم المجلة، المجلد، العدد، الصفحات؛
- خديم، خيرة وبرقان، محمد، (ديسمبر 2018)، "الصحفي المحترف في ظل الإعلام الجديد: دراسة في الإمكانيات، التجاوزات والتهديدات"، مجلة المواقف للبحوث والدراسات في المجتمع والتاريخ، المجلد 13، العدد 02، ص ص 127-130.
- مكرتار، خيرة، (2017)، "دور حارس البوابة في ظل الإعلام الجديد"، مجلة الساورة للدراسات الإنسانية والاجتماعية، جامعة بشار، العدد 05.
- بوزانة، رفيق وفنور، بسمة، (ديسمبر 2018)، "الإعلام الجديد بين حرية التعبير وبين مشكلة انتهاك الخصوصية"، مجلة مفاهيم للدراسات الفلسفية والإنسانية المعمقة، جامعة الجلفة، العدد 04.
- سعيداني، سلامي، (2015)، "الضوابط الأخلاقية في ترشيد استخدام شبكات التواصل الاجتماعي لدى الشباب المسلم: رؤية استشرافية من منظور الحتمية التكنولوجية"، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد 08، العدد 02.
- تنبو، فاطمة الزهراء، (2019)، "المسؤولية الأخلاقية للممارسة الإعلامية في ظل الإعلام الجديد: بين تضليل وتنوير الرأي العام"، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة الأغواط، المجلد 02، العدد 02.
- مداح، خالدية، (جوان 2018)، الرقابة الذاتية لدى الصحفيين والعوامل المسببة لها، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة الأغواط، المجلد 01، العدد 01.
- Nasir, Muhammad, (April 2014), "Digital Media Ethics and the Role of Media : A case study of Pakistan", Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business, vol 05, No 12.
 - المداخلات:
- خليل، زينب، (2017)، "الصحافيون وشبكات التواصل الاجتماعي"، أعمال المؤتمر الموسوم بـ الإعلام العربي ورهانات التغيير في ظل التحولات، الجامعة اللبنانية، مركز دراسات الوحدة العربية.