IJHER International Journal of Humanities and Educational Research
ISSN: 2757-5403
Volume 5, Issue 6, December 2023

Received: 21/09/2023 **Accepted:** 26/10/2023 **Published:** 01/12/2023

PROFESSIONAL ETHICS IN THE NEW MEDIA ENVIRONMENT: IMPORTANCE AND CHALLENGES

Naima BERARDI[1]

Prof. Dr, University of m'sila, Algeria

Abstract

There is no doubt that the developments in the field of technology and the information revolution that the contemporary world is witnessing are one of the most important major historical developments in human history. These current developments have led to major changes in the field of the media industry and the patterns of information consumption, production, dissemination, and sharing of its contents, which in turn has made the media sector divided into two areas:

Traditional media: which includes newspapers, magazines, radio and television.

New media: which is mainly based on new technology and the flow of information via the internet, mobile phones, applications, programs and social networking sites such as Facebook, Twitter, Instagram and others……

Considering that technological, scientific and technical development of any kind can be a double-edged sword, which has prompted legislators to regulate these areas in a way that serves media ethics and human rights of various kinds and avoid attacking them, we will try in this research paper to reveal the most important mechanisms developed by the Algerian legislator in the service of media ethics and to preserve the rights of citizens or what is known as the right to privacy.

Key words: New Media, Media Ethics, Journalistic Practice, Privacy.

http://dx.doi.org/10.47832/2757-5403.23.9

[1] naima.berardi @univ-msila.dz, https://orcid.org/0000-0002-1876-3554

أخلاقيات المهنية في البيئة الأعلامية الجديدة: الأهمية والتحديات

براردي نعيمة

أ.د، جامعة المسيلة، الجزائر

الملخص

مما لا شك فيه أن التطورات الحاصلة في مجال التقنية وثورة المعلومات التي يشهدها العالم المعاصر من أهم التطورات التاريخية الكبرى في التاريخ الإنساني وقد أدت هذه التطورات الراهنة إلى أحداث تغيرات كبرى في ميدان الصناعة الأعلامية وأنماط استهلاك المعلومات، وإنتاجها، ونشرها، والتشارك في مضامينها مما جعل القطاع الأعلامي ينقسم بدوره إلى مجالين:

الأعلام التقليدي: الذي يضم الصحف والمجلات والإذاعة والتلفزيون.

الأعلام الجديد: الذي يقوم بشكل أساسي على التقنية الجديدة وتدفق المعلومات عبر شبكة الأنترنيت والهواتف المحمولة وما تحمله من تطبيقات وبرامج ومواقع تواصل اجتماعي كالفيسبوك والتويتر والإنستغرام وغيرهما.....

وعلى اعتبار أن التطور التكنولوجي والعلمي والتقني مهما كان نوعه يمكن أن يكون سلاح ذو حدين، الأمر الذي دفع بالمشرعين لتنظيم هذه المجالات بما يخدم أخلاقيات الأعلامية وحقوق الإنسان بمختلف أنواعها وتجنب الاعتداء عليها وسنحاول في هذه الورقة البحثية الكشف عن أهم الآليات التي وضعها المشرع الجزائري خدمة للأخلاقيات الأعلامية وحفاظا على حقوق المواطنين أو ما يعرف بحق الخصوصية.

الكلمات المفتاحية: الأعلام الجديد، الاخلاقيات الأعلامية، الممارسة الصحفية، الخصوصية.

المقدمة

مع انتشار التقنيات الحديثة للاتصال وتزايد تطبيقاتها بدأت تظهر انماط أعلامية جديدة كما بدأت تتغير معالم صناعة المضامين الأعلامية من حيث الشكل والمضمون، في هذا الإطار يطرح انتشار أدوات الأعلام الجديد وتطبيقاته، إشكاليات جديدة تتعلق بفعالية القواعد والمعايير والاخلاقيات المهنية التقليدية في البيئة الافتراضية الجديدة، إننا مع هذا الشكل الجديد بحاجة إلى مهارة التفكير الناقد، وأكثر ما تكون أهمية وأشد إلحاحاً عند التعامل مع وسائل الأعلام الجديد، والإنترنت بصورة عامة، لأن الأمر يزداد تعقيداً مع غموض وعدم وضوح الشخصيات الحقيقية التي تتفاعل في إطار الأعلام الجديد أحياناً، كما أن الحرية التي لا تحدها حدود الزمان والمكان والرقابة تتيح نشر أخبار غير صحيحة، وشائعات مغرضة، وأفكار خاطئة، كما يمكن أن تقود إلى ارتباطات مدمرة بشبكات الجريمة المنظمة، والإرهاب، والمخدرات، وغسيل الأموال، وغيرها من المخاطر المحتملة. ومن جهة أخرى ان قواعد وشروط الممارسة الأعلامية

التي تحكم علاقة الصحفي بمهنته مرتبطة ببيئة الأعلام التقليدي، والصحفي ملتزم مهما كان الخط التحريري الذي يمثله بأسس الميثاق الأخلاقي والقوانين وضوابط والسياسة التحريرية للمؤسسة الأعلامية التي ينتمي اليها.

وهذا يقودنا للحديث حول الأخلاقيات المهنية والالتزام بها في عصر الأجهزة الذكية، عصر انتقاء الخصوصية.

فما هي ضوابط أخلاقيات الأعلام في زمن الأعلام الجديد؟

التساؤلات:

- ما المقصود بالأخلاقيات الأعلامية؟
- ماهي الأخلاقيات الأعلامية في بيئة الأعلام الجديد؟
- ماهي أبرز التحديات التي يواجهها الأعلام في البيئة الرقمية؟

1- الاخلاقيات الأعلامية:

ويقصد بها معايير الأصول الأخلاقية المهنية. التي سيعتمدها الأعلاميون ووسائل الأعلام أثناء التعامل مع قضايا المجتمع. أما الأفرقاء المعنيون بتنفيذ الأخلاقيات فهم صانعو الرسالة الأعلامية، المؤسسات الأعلامية المعلنون والمؤسسات الإعلانية، أي فريق يقوم بأي عمل ذي صفة أعلامية أو إعلانية . (سعد، 2010) .

2- أخلاقيات المهنة الصحفية: تعرف أخلاقيات المهنة الصحفية أو قيم الممارسة في الأعلام بأنها: مصطلح يشير إلى القواعد الواضحة للسلوك المهني في مؤسسات وسائل الاتصال، وكذلك الاتجاهات الفعالة والدعاوي المتصلة بكل ما هو ملائم في أسلوب العمل والإنجاز. ومن الأمثلة على قيم الممارسة، الفكرة النموذجية التي تتمثل بالالتزام بالموضوعية في إعداد الأنباء والدعاوى المتصلة بأكثر الصور التكنولوجية ملائمة لتحقيق مهمات اتصالية ذات نوعية خاصة والدعاوى الخاصة بتحديد مقاييس المسلسلات التلفزيونية . (أحمد، 2006)

وما نقصده بأخلاقيات المهنية في الأعلام الجديد هي أخلاقيات الصحافي في تعامله مع مادته الأعلامية على الانترنت أكانت من أجل نشرها في موقع مؤسسته الأعلامية من موقعه المهني، أو على صفحته الخاصة في أي موقع من مواقع التواصل الاجتماعي ما يتوجب طرح السؤال التالي: هل ما زالت المواثيق الأخلاقية الأعلامية التي وضعت قبل انتشار الانترنت وتطبيقاتها الجديدة صالحة لليوم والتي من بين ما تركز عليه النزاهة في العمل الصحافي، وتحري دقة المعلومات ومصداقيتها، الموضوعية في نقل الأخبار، احترام خصوصية الأفراد .....الخ

3. المنطلقات الدولية الأساسية لأخلاقيات الأعلامية:

- من أبرز المواثيق والقوانين الصادرة في العالم حول الأخلاق الأعلامية:
- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان عام 1948، ولاسيما المادة 19 منه: "الحق لكل شخص في حرية الرأي والتعبير"
- الإعلان الصادر عن اليونسكو عام 1948 ومن أبرز بنوده:
- ضمان حصول الجمهور على المعلومات عن طريق وسائل الأعلام .
- تمتع الصحفيين بحرية الأعلام وتوفير أكبر التسهيلات لهم.
- إشراك الجمهور في صنع الأعلام.

• العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الذي أقرته الجمعية عام 1966 والذي يدين في مادته 20: التحريض على الحرب والمناداة بالكراهية الوطنية أو العنصرية أو الدينية وجميع أشكال التميّز أو العداوة أو العنف.

وربما من أكثر الإشكالات المطروحة اليوم هو الوصول إلى مصادر المعلومات، التضليل والتلاعب الذي انتشر بشكل أوسع مع البيئة الافتراضية وسرعة انتشار الاخبار والصور في المواقع الالكترونية دون تحري صحتها وصدقها، وهذا ما دفع العديد من الهيئات والباحثين والمتخصصين إلى الدعوة لوضع ميثاق وقواعد تتحكم بشكل سليم في معايير النشر، والتي تواجه صعوبات متعلقة بالفضاء الافتراضي وما اتاحه للأفراد من مشاركة وتفاعل دون قيود أو شروط عكس ما كان موجودا في وسائل الأعلام التقليدية .....

4- وسائل الأعلام الجديد:

تعددت وسائل الأعلام الجديد وأدواته، وهي تزداد تنوعاً ونمواً وتداخلاً مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل: الإذاعات الالكترونية، المحطات التلفزيونية التفاعلية، مواقع شبكات التواصل الاجتماعي، الصحافة الالكترونية، المجموعات وشبكات المجتمع الافتراضية، مواقع متخصصة مؤسساتية وشخصية منتديات، المدونات .....وغيرها، والتي ساهمت في تعدد وتنوع منافذ المعلومات والاخبار وسرعة تداولها وانتشارها ....

لقد أتاح انتشار التطبيقات والمنصات على الإنترنت للمواطن القيام بدور الصحفي، خاصة مع شيوع أجهزة الهواتف المحمولة المجهزة بكاميرات لالتقاط الصور، الأمر الذي مكّن الكثير من المواطنين الهواة م القيام بمهام الصحفي ونقل مشاهداته، وهذا ما وضع الصحفيين في موقف صعب بين المحترف الذي تحكمه شروط وقواعد و أخلاقيات في الممارسة المهنية، وبين الهاوي الذي يتمتع بحرية مطلقة في نشر ما يريده .... وبدأت المؤسسات الأعلامية والمواقع الالكترونية تواجه الانتقادات حول ما تنشره وتبثه من أخبار ومعلومات وصور خاصة مع الأحداث الساخنة (الحروب، المظاهرات، الاحتجاجات وأحداث أخرى) والتي كثيرا ما نشرها المواطنين الهواة محققين السبق والانية والتي فرضت على المؤسسات الأعلامية إعادة النظر في أساليب تغطياتها الصحفية والتعامل مع المواطن الصحفي أحيانا كمصدر للخبر والمعلومات .....

ولكن تلك الحرية التي وفرتها الإنترنت لم ترافقها المسؤولية في كثير من الأحيان، وغابت عنها الدقة والموضوعية في أحيان أخرى، مما يثير بعض الأسئلة المقلقة: من يحق له توضيح المسؤولية الملقاة على عاتق كل من ينشر الأخبار على الإنترنت؟ هل يكفي اعتماد الوازع الذاتي لضبط وتنظيم ما ينشر على صفحات الإنترنت؟ كيف يمكننا ضبط هذا الفضاء وحماية الأفراد من الاعتداء على حياتهم الشخصية؟

ماهي سبل التحقق من الاخبار والصور التي تنتشر في المواقع؟ وغير ها من الأسئلة التي تثير الجدل دوما بين البحث عن الحرية والالتزام بالمسؤولية.

بالنسبة لوسائل الأعلام سوآءا كانت مكتوبة أو سمعية بصرية وفي ظل التحولات الجديدة والتغيرات التكنولوجية والتي تحتم على وسائل الأعلام مواكبة هذه التطورات من خلال تطوير مواقعها الالكترونية وتحديث محتويتها بما يضمن تفاعل المتلقين ومشاركتهم فوسائل الأعلام باعتبارها بناءات اجتماعية لم تعرف تطوراتها بفعل مستحدثات التكنولوجيا فقط، ذلك أنها كانت و ما تزال عرضة " للتجديد و التطور الذي تنتجه جملة من الأفعال المتداخلة، منها الفعل الاجتماعي الذي يدفعها تدريجيا إلى التموقع في الفضاء الديموقراطي، و الفعل الاقتصادي الذي تستند إليه باعتبارها مؤسسة اقتصادية، و الفعل الثقافي المنتج للمعرفة و تمثّلات الواقع الذي تقوم به كل وسية

أعلامية " و عليه يجب دراسة تأثير التغيرات التكنولوجية على مسارات التطور في قطاع الأعلام و الاتصال ضمن سياقاتها الاجتماعية و الثقافية.

خصائص الأعلام الجديد:

يتميز الأعلام الجديد بالعديد من الخصائص ومنها:

- **التفاعلية**: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة الاتصال ثنائية الاتجاه وتبادلية، وليست في اتجاه أحادي، بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

- **اللاتزامنية:** وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت المناسب للفرد، سواءاً كان مستقبلاً أو مرسلاً.

- **المشاركة والانتشار:** يتيح الأعلام الجديد لكل شخص يمتلك أدوات بسيطة أن يكون ناشراً يرسل رسالته إلى الآخرين.

- **الحركة والمرونة:** حيث يمكن نقل الوسائل الجديدة بحيث تصاحب المتلقي والمرسل، مثل الحاسب المتنقل، وحاسب الانترنت، والهاتف الجوال، والأجهزة الكفية، بالاستفادة من الشبكات اللاسلكية.

- **الكونية:** حيث أصبحت بيئة الاتصال بيئة عالمية، تتخطى حواجز الزمان والمكان والرقابة.

- **اندماج الوسائط**: في الأعلام الجديد يتم استخدام كل وسائل الاتصال، مثل النصوص، والصوت، والصورة الثابتة، والصورة المتحركة، والرسوم البيانية ثنائية وثلاثية الأبعاد،...إلخ.

- **الانتباه والتركيز:** نظراً لأن المتلقي في وسائل الأعلام الجديد يقوم بعمل فاعل في اختيار المحتوى، والتفاعل معه، فإنه يتميز بدرجة عالية من الانتباه والتركيز، بخلاف التعرض لوسائل الأعلام التقليدي الذي يكون عادةً سلبياً وسطحياً.

-**التخزين والحفظ:** حيث يسهل على المتلقي تخرين وحفظ الرسائل الاتصالية واسترجاعها، كجزء من قدرات وخصائص الوسيلة بذاتها.

تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الممارسة المهنية الصحفية:

يمكن القول إن التكنولوجيا طرحت وتطرح، بما أتاحته من ممارسات على صعيد الاتصال الاجتماعي

وفي البيئة الأعلامية السؤال: حول الشرعية المهنية للصحافة، الكل يعلم أن الصحافة لم تؤسس شرعيتها التاريخية على الأعلام والتثقيف فقط، بل على قيم ومثل كبرى، كالموضوعية والبحث عن الحقيقة وقد استخدمت في ذلك جملة من التدابير الإجرائية والاجتماعية والسياسية، مثل الفصل بين الحدث والرأي،

اختلفت المعالجات التشريعية لتنظيم مهنة الصحافة الإلكترونية في دول العالم، ففي حين شهدت بعض دول العالم إصدار تشريعات تنظم وتضبط عملية النشر الإلكتروني، اكتفت دول أخرى بالتشريعات التي تنظم وسائل الأعلام التقليدية، ويرجع ربما ذلك إلى صعوبات تواجه التشريعات المتعلقة بالبيئة الافتراضية ...

فاستخدام الصحفيون لتطبيقات الميديا الاجتماعية لأغراض مهنية (جمع الأخبار ومتابعة الأحداث والتفاعل مع الجمهور...) أو بشكل مستقل عندما ينشؤون صفحات على شبكة الفايسبوك للتعبير عن آرائهم باعتبارهم صحافيين .... أو أفرادا. وفي هذا الإطار تطرح استخدامات مؤسسات الميديا التقليدية بشكل عام والصحفيين بشكل خاص لتطبيقات الميديا الاجتماعية إشكاليات جديدة يتعلّق بعضها بفعالية الأخلاقيات المهنية التقليدية في البيئة الافتراضية الجديدة. فالأخلاقيات الصحفية، باعتبارها قواعد يسوغها الصحفيون أنفسهم ومؤسسات الميديا ويلتزمون بها طواعية

ودون إكراه قد تشكّلت في بيئة الأعلام التقليدي عندما كان الصحفي يمثّل الوسيط الأساسي والفاعل الرئيس الذي ينظّم الاتصال العمومي.....

وتعتبر مواثيق أخلاقيات العمل الأعلامي ضرورة حتمية للأعلاميين

أليات تنظيم المشرع الجزائري لأخلاقيات الأعلامية في الفضاء الإلكتروني:

_تكريس مبدأ الحماية القانونية للحياة الخاصة ضد الاعتداءات الالكترونية:

تعتبر "الحياة الخاصة"أو ما يطلق عليها "الحق في الخصوصية " أقدم الحقوق التي أقرتها المجتمعات للأفراد لأنها مرتبطة ارتباطا وثيقا بحرية الفرد وحقوقه الأساسية الخاصة، حيث قرّرت لها كل التشريعات الحماية القانونية من كل أشكال الاعتداء التي يمكن أن يتعرض لها الفرد، و قد تطور هذا الحق و امتد نطاقه ليشمل حماية كل عناصر الحياة الخاصة للشخص من كافة أوجه الاعتداء و التدخل في حياته أيا كان مظهرها أو طبيعتها، بحيث تمتد إلى حمايته من أشكال" الاعتداء الاليكتروني" الذي يقع بموجب الوسائل الحديثة الرقمية والالكترونية وعبر شبكة الانترنت وبالخصوص ف" إطار" المواقع الاليكترونية أو أسماء النطاق .

التكريس التشريعي للحق في الحياة الخاصة:

من حيث المبدأ الحماية القانونية للحقوق المرتبطة بالحياة الخاصة أو للخصوصية مبدأ دستوري أقرته معظم الدساتير والتشريعات العالمية ومنهم الدستور الجزائري الذي كرس حماية حق الإنسان في حياته الخاصة في المادة 303مكرر من قانون العقوبات المعدل بالقانون رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/20 التي نصت على ما يلي: **"**يعاقب بالحبس من ستة أشهر إلى 3 سنوات كل من تعمد المساس بحرمة الحياة الخاصة للأشخاص، بأي تقنية كانت وذلك:

- التقاط أو تسجيل أو نقل مكالمات أو أحاديث خاصة أو سرية، بغير إذن صاحبها أو رضاه

- التقاط أو تسجيل أو نقل صورة لشخص في مكان خاص، بغير إذن صاحبها أو رضاه." **(قانون رقم 06 – 23)**

كما وردت لهذه النصوص الدستورية بعض النصوص الخاصة المجسدة للمبدأ العام من خلال التطرق بصفة خاصة إلى حماية الحق في الحياة الخاصة.

ومن بينها ما ورد في القانون العضوي رقم 05/12 المؤرخ في 2012/01/12 ويتعلق بالصحافة في المادة 2:

يمارس نشاط الأعلام بحرية في إطار أحكام هذا القانون العضوي والتشريع والتنظيم المعمول بهما وفي ظل احترام:

-الدستور وقوانين الجمهورية.

-الدين الإسلامي و باقي الأديان.

-الهوية الوطنية و القيم الثقافية للمجتمع...

-حق المواطن في أعلام كامل و موضوعي

-سرية التحقيق القضائي.

- كرامة الإنسان و الحريات الفردية و الجماعية. **. (قانون عضوي رقم 05/12).**

وهنا حماية للحياة الخاصة من تجاوزات الصحافة التي تبرر كل تصرفاتها التي تلحق الضرر بالغير على أساس مبدأ حرية الأعلام.

و مؤخرا، حاول المشرع الجزائري أن يتماشى مع ما هو معمول به في مجال محاربة الإجرام المعلوماتي وذلك باستحداث نصوص تجريمية لقمع الاعتداءات الواردة على المعلوماتية، بموجب القانون رقم 15/04 المتضمن تعديل قانون العقوبات، خاصة بسبب التزايد اللا متناهي للاعتداءات على الأنظمة المعلوماتية بتطور آليات الاتصال وظهور مواقع الاليكترونية والانترنت، حيث يتضمن التعديل الأخير لقانون العقوبات في الفصل الثالث من الباب الثاني من الكتاب الثالث قسم سابع مكرر عنوانه "المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات"، ويشمل المواد من 394 مكرر إلى 394 مكرر 7. **(قانون رقم 04/ 15 من قانون العقوبات)**

حيث نصت المادة 394 مكرر قانون العقوبات:يعاقب بالحبس من ثلاثة أشهر إلى سنة وبغرامة من 50000 إلى100000 دج كل من يدخل أو يبقى عن طرق الغش في كل أو جزء من منظومة للمعالجة الآلية للمعطياتأو يحاول ذلك"، وتضاعف العقوبة إذا ترتب عن ذلك حذف أو تغيير لمعطيات المنظومة و إذا ترتب عن الأفعال المذكورة أعلاه تخريب نظام اشتغال المنظومة "تكون العقوبة الحبس من ستة أشهر إلى سنتين و الغرامة من 50000 إلى150000 دج([12])." وذلك مهما كانت قاعة المعلوماتية أو طبيعتها لذلك يمكن أن تندرج ضمن هذه الاعتداءات تلك التي تمس ببعض صور الحياة الخاصة.

ونصت المادة 394 مكرر 2 على أنه" :يعاقب...كل من يقوم عمدا وعن طريق الغش بما يأتي: صميم أو بحث أو تجميع أو توفير أو نشر أو الاتجار في معطيات مخزنة أو معالجة أو مراسلة عن طريق منظومة معلوماتية يمكن أن ترتكب بها الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم.

حيازة أو إفشاء أو نشر أو استعمال لأي غرض كل المعطيات المتحصل عليها من إحدى الجرائم المنصوص عليها في هذا القسم."

وتضيف المادة 394 مكرر6 أنه بالإضافة إلى العقوبات الأصلية أي الحبس والغرامة وبالاحتفاظ بحقوق الغير الحسن النية يحكم بالعقوبات التكميلية التالية: "يحكم بمصادرة الأجهزة والبرامج والوسائل المستخدمة مع إغلاق المواقع التي تكون محلا لجريمة من

الجرائم المعاقب عليها وفقا لهذا القسم، علاوة على إغلاق المحل أو مكان الاستغلال إذا كانت الجريمة قد ارتكبت بعلم مالكها. (القانون رقم 04/ 15 قانون العقوبات)

كما أصدرت الجمعية العامة للأمم المتحدة القرار رقم 2200 لسنة 1966 يتعلق بالاتفاقية الدولية للحقوق المدنية والسياسية وقد نصت هذه الاتفاقية في المادة 17 منها: على": لا يجوز التدخل بشكل تعسفي أو غير قانوني في المسائلالخاصة بأي شخص أو عائلته أو بمسكنه أو بمراسلاته، كما لا يحوز التعرض بشكل غير قانوني لما يمسشرفه وسمعته. لكل شخص الحق في حماية القانون ضد مثل هذا التدخل أو التعرض."

<u>الأخلاقيات المهنية في البيئة الأعلامية:</u>

يضمن الالتزام بالمعايير المهنية بتطبيق أعلام احترافي بعيدا عن السلوكيات غير الأخلاقية، لتوفر حماية لخصوصية الفرد من جهة، وصدق المحتوى المنقول أو المعالج من جهة أخرى. عقدت العديد من المؤتمرات والندوات بغرض وضع قوانين الشرف ومواثيق دولية لتنظيم عملية النشر عبر الشبكة، لكن تلك الجهود قد تصل إلى مبتغاها ولن تستطيع أن تحقق جل أهدافها لأن الشبكة العنكبوتية فاقت كل توقعات صانعيها وأصحاب فكرتها الأساسية تعمل المواثيق الأخلاقية على ضمان:

- وصف مثاليات ومسؤوليات المهنة.
- تثبيت الأمر الواقع وحماية متلقي المعلومات والمهنيين.
- تحسين صورة المهنة.
- تنشيط والهام الممارسين لدفعهم لتعريف مبرر عملهم في المهنة.
- إعطاء إرشادات حول السلوك المقبول.
- زيادة الوعي والاهتمام حول مختلف القضايا. (موسى، 2004)

تتصدر مسألة الأخلاقيات اهتمامات الساسة ورجال الأمن والمصلحين على حد سواء، وان الدراسات العلمية تضع المسؤولين عن الأمن الأخلاقي في المجتمع أمام الأرقام والحقائق والبراهين العلمية عن تأثير التعرض لمضامين الأعلام الجديد على سلامة المجتمع وأمنه وتماسك نسيجه الاجتماعي، بما يضمن حصانة أفراده من تأثيراته السلبية، ليكونوا أعضاء فاعلين مشاركين في بناء المجتمع وتنميته... لا يعني ذلك – بالتأكيد – الدعوة إلى غلق الأبواب، وسد المنافذ، فهذا محال لا يقرّه واقع التعامل مع وسائل الأعلام الإلكترونية أو الرقمية، لكن الأخذ بقاعدة (ما لا يدرك جله لا يترك كله) يمكن أن تساعد المختصين على إيجاد بيئة سليمة للتعامل الحضاري الراقي مع هذه الوسائل الأعلامية الحديثة، ولن يتم ذلك إلا باستصدار القوانين والتشريعات التي تحدد الأطر العامة للتعامل الأمثل مع هذه الوسائل وفق ما تمليه ثقافة المجتمع وقيمه.

التحديات الأخلاقية في البيئة الجديدة:

على الرغم من اختلاف وجهات النظر بين الباحثين والمهنيين الا أن الصحافة الالكترونية تجاوزت القيود والرقابة اللذين عانت منهما الصحافة الورقية، خاصة مع تحقيق السبق والانية في تناولها لعدة مواضيع وقضايا تهم الجمهور.. ومع تزايد أدوار الجمهور المتلقي كفاعل أساسي و أحيانا كمصدر للخبر وصانع للمحتوى، مما دفع المؤسسات الأعلامية إلى تفعيل مشاركة وتفاعل الجمهور مع ما تقدمه من محتوى، وحتى اتاحة المجال له عبر مواقعها لصناعة محتوى وتفاعل الجمهور معه،

وهذا ما يشكل تحديات حقيقية لضمان حق الجمهور في الوصول إلى المعلومات وتحقيق الموضوعية والتحلي بالدقة والمصداقية في تناول المعلومات والموضوعات خاصة ما تعلق منها بواقعنا المعاش ...

ان هذه البيئة الأعلامية الجديدة تتحدى الصفوة – السياسية، الاجتماعية، والاقتصادية – بتوفير قنوات اتصال للمواطنين العاديين من اجل إنتاج مباشر والقدرة على الوصول إلى المعلومات حول الحياة السياسية، الاجتماعية، والاقتصادية، والتجاهل الكامل للقائمين على وسائل الأعلام الجديدة والقديمة .وعلى سبيل المثال، فان الوجود الشامل للهواتف الخلوية وبعض الأجهزة الصغيرة التي يمكن حملها باليد، متزاوجة مع سهولة تحميل المعلومات ادى إلى تكريس العديد من المواقع العنكبوتية للسماح لكل شخص تقريبا لنشر رسائله الأعلامية . (زكي،، 2007)

لذلك فالأعلام يواجه تحديات مرتبطة بجوانب تقنية و سياسية و أخلاقية بالإضافة إلى التحولات التي تشهدها المجتمعات من حولنا وبروز فاعلين جدد في البيئة الأعلامية تفرض على المؤسسات الأعلامية وعلى الصحفيين مواكبة التحولات دون السقوط في فخ التلاعب والتضليل للراي العام، وهذا لا يمنع من أن تتصارع المصالح وتستخدم وسائل الأعلام كأدوات لتوجيه الرأي العام نحو اتخاذ مواقف و اتجاهات نحو القضايا والأحداث، فوسائل الأعلام تدرك أن

مسألة المهنية و المصداقية والثقة هي أهم عناصر استمراريتها وكسب جمهورها ....انها مرتبطة بالأخلاقيات المهنية لكن أيضا بأهداف ومصالح وسائل الأعلام .....

ومن أبرز تحديات هذه البيئة الأعلامية الجديدة:

- **التخلي عن الميدان**
- **تغيير الاساليب التحريرية**
- **الصحافة تحت الطلب**

وغيرها من التغييرات التي فرضتها طبيعة الفضاء الالكتروني والتقنيات وكذلك تفاعل المستخدمين مع المحتويات ...بالنسبة إلى العديد من المستخدمين فان واحدا من عوامل الجذب لقراءة الاخبار على الانترنيت هو انهم يمكنهم ارسال تعليقات (بشكل يكون في العادة مجهول المصدر) كرد فعل على ما قرأوه،ان المشكلة هي ان المحادثة تكثر من اللغة الدارجة، التضليل وادعاءات تشويه السمعة، وهذا ما ساهم في انتشار التضليل ومع صعوبة التحكم في تدفق المعلومات و التحقق من صدق وصحة المعلومات، وهذا هو التحدي الأكبر اليوم في البيئة الجديدة والذي يتفق العديد من الباحثين حول صعوبة ضبط والتحكم في كل ما يتم تبادله من معلومات وأخبار، والذي يتطلب قواعد وقوانين تواجه التضليل والتزييف وتحمي الأفراد والمجتمع .

وهذا ما يحيلنا إلى ضرورة ضبط المحتوى الالكتروني مع ضمان تعدد مصادر المعلومات والمصداقية وفي عملية البحث على الحرية في الفضاء الالكتروني لابد أن نلتزم بالمعايير الاخلاقية للنشر.

رهانات الأعلام في البيئة الجديدة:

إن دراسة تطور وسائل الأعلام يتطلب البحث في الابتكارات التكنولوجية التي ظهرت عبر المسار التاريخي للاتصال كنقاط تحول رئيسية فيه، وفي هذا الإطار يؤكد الباحثون على ضرورة دراسة التطورات التقنية التي يشهدها قطاع الأعلام ضمن السياقات الاجتماعية والثقافية والسياسية التي تحدث ضمنها.

كما أن أخلاقيات جمع الأخبار والمعلومات في المجال الأعلامي خاصة بما يتعلق بالشبكات الاجتماعية على مجموعة من المبادئ يلتزم بها الصحفي وذلك لإضفاء المصداقية في مادته الأعلامية التي ينشرها

ومن هذه **المبادئ:**

- **ضرورة تمتع الأعلاميين بالنزاهة والصدق في عملية البحث عن المعلومات ونشرها والتعليق عليها.**
- **اختبار دقة المعلومات من كل المصادر وتحري الدقة والحذر.**
- **التعريف بالمصادر إن أمكن ذلك لتمكين الجمهور من معرفة مدى مصداقية المصدر.**
- **تحمل المسؤولية فيما يتم نشره سواء مع الجمهور المستهدف أو الوسيلة الأعلامية.**

ان القواعد والمعايير الأخلاقية هي الأسس التي تحكم الممارسة المهنية للصحفيين أو للمؤسسة الأعلامية، وهو ما ينبغي أن ينظم الأعلام في البيئة الرقمية على الرغم مما قد تواجهه من صعوبات في التحكم في سرعة تدفق المعلومات ونشرها، فالصحفيين تحكمهم أطر قانونية وأخلاقية عكس المدونين أو صانعي المحتوى، وعليهم دوما الالتزام بها.

ولعل من أبرز ما تواجهه وسائل الأعلام هو دخول عصر الذكاء الاصطناعي، فوسائط الأعلام تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل الرأي العام وتوجيه الاتجاهات. ومع ذلك، فإن هذا التقدم التكنولوجي الهائل يعرض صناعة الأعلام لتحديات أخلاقية جوهرية، حيث يعمل الذكاء الاصطناعي على تحسين تجربة المستخدم وتخصيص المحتوى وفقًا لاهتماماته الشخصية. ومع ذلك، ينبغي أن نتساءل عن الآثار السلبية المحتملة لذلك، فعلى سبيل المثال، قد يؤدي ذلك إلى تشكيل فلترة (تصفية) معلوماتية تعرض المستخدمين للمعلومات والآراء التي تؤكد وجهات نظرهم الحالية، مما يؤدي إلى تكوين فجوة تواصلية وانقسامات اجتماعية. بالإضافة إلى ذلك، هناك مخاوف أخلاقية حول استخدام الذكاء الاصطناعي في إنتاج المحتوى الأعلامي. فالقدرة على إنشاء مقاطع فيديو وصور مزيفة بشكل واقعي يهدد المصداقية والأمان الأعلامي. يمكن استخدام هذه التقنيات لتضليل الجمهور ونشر الأخبار الزائفة لأغراض سياسية أو تجارية. ومن الجدير بالذكر أيضًا أن الذكاء الاصطناعي يزيد من تهديد خصوصية الأفراد وتعرض بياناتهم الشخصية للخطر.

الخاتمة:

إن أبرز الانتقادات التي توجه للأعلام العربي وممارساته التي كثيرا ما توصف بالضعف والوهن مركزة على الأسباب السياسية أو ضعف التكوين والتدريب والامكانيات، متجاهلة بذلك سبب جوهري وهو الاخلاقيات الغائبة في الممارسة الأعلامية والسياسية والثقافية والتي انعكست على البيئة المجتمعية مع ضعف الوعي لدى الأفراد، فالبيئة الأعلامية اليوم تحكمها التفاعلات بين جميع الأطراف، والتي تتطلب التزامات أخلاقية من كل طرف قبل أي أمر أخر.

فالتركيز اليوم على الدور المتوقع الذي يمكن أن يلعبه المواطنون في تشكيل مستقبل وسائل الأعلام يحيلنا إلى نقطة أساسية وهي كيفية تعامل الفرد مع الوسائل ومع التغييرات السياسية والاجتماعية والثقافية التي تحدث من حولنا وكيفية مواجهة ذلك، من خلال رفع مستوى الوعي لدى الفرد وفتح مجالات الحوار والنقاش ضمن قواعد واخلاقيات تقوم على أساس الحرية والمسؤولية المتبادلة بين كل الفاعلين.

المراجع:

1 - سعد صالح (2010)، الأخلاقيات الأعلامية في الممارسة المهنية، صحيفة الحوار المتمدن الالكترونية -العدد: 2904–،ص: 2

2 - عبد المجيد أحمد (2006،) أخلاقيات المهنة الصحفية في العراق بعد نيسان 2003 جريدة الزمان – طبعة بغداد نموذجا، مجلة الباحث الأعلامي، 1(2): العراق، جامعة بغداد، ص: 68

: تاريخ الزيارة: 2019/04/21 https://www.iasj.net/iasj/download/f79d8cae4497c745 .:

3 - القانون رقم 06-23 المؤرخ في 2006/12/20/ يتضمن تعديل قانون العقوبات، ح رعدد84.

4- قانون عضوي رقم 05/12، مؤرخ في 2012/01/12، يتعلق بالصحافة.

5 - القانون رقم 15/04 المؤرخ في 2004/11/10، متضمن تعديل قانون العقوبات، ج ر عدد 71.

6 - القانون رقم 04/ 15 المؤرخ في 2004/11/10، متضمن تعديل قانون العقوبات، ج ر عدد 71.

7- الخوري طارق موسى (2004)، أخلاقيات الصحافة: النظرية والواقع –الدساتير ومواثيق الشرف في خمسين دولة، عمان، ص42.

13- بريس، أندريا. ويليامز، بروس (2007) " البيئة الأعلامية الجديدة " ترجمة شويكار زكي، الدار الجزائرية ودار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر – القاهرة، ص 36.