أخلاقيات الصحفي في ظل البيئة الإعلامية الجديدة.

حفصة كوبيبي*

جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر

● **الملخص:**

تتناول هذه الدراسة إشكالية أخلاقيات الصحافة في ظل البيئة الإعلامية الجديدة، أحد أهم القضايا الراهنة التي أفرزتها تكنولوجيات الإعلام والاتصال، فبتحول وسائل الإعلام إلى النشر الإلكتروني، وبظهور فاعلين جدد في الساحة الإعلامية، ونتيجة لحرية الأنترنت، ظهرت العديد من التجاوزات الأخلاقية في قطاع الإعلام، الأمر الذي أعاد طرح إشكالية القواعد الأخلاقية التي يمكن أن تضبط الممارسات الإعلامية في ظل هذه التحولات.

Abstract :

This study deals with problem of journalism ethicsin the new media environment, one of the most important current issues created by information and communication technologies.

As result of transformation of media organization to electronic publishing, the emergence of new players in the media sphere, and freedom of internet, many ethical abuses emerged in the media sector. These radical transformations caused re-launch the problematic of ethical rules that can control the journalism practices.

*باحثة في الدكتوراه، تخصص ميديا ومجتمع، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر

- **مقدمة:**

نتيجة لازدهار وتطور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال، والتي يمثلها ذلك التزاوج بين الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس، وشبكة الأنترنت في جيلها الثاني web2.0، وتطور نظم المعلومات، ونظرا لخصائصها والميزات التي تقدمها، كالسرعة، الآنية والحرية – النسبية–، عمدت مختلف المؤسسات الإعلامية إلى الانتقال للنشر الإلكتروني Electronic publishing، عبر مختلف المواقع الإلكترونية الخاصة بها، سواء بنشر مضامين جديدة أو إعادة إنتاج المضامين الكلاسيكية في شكل رقمي، أو حتى المزاوجة بينهما.

كما ظهرت ممارسات أخرى أصبحت توصف بالإعلامية أو ما يعرف بـ" صحافة المواطن"Citizen Journalism باختلاف المسميات، إعلام النحن، نحن الإعلام we media، أو الإعلام الجديد newmedia، الإعلام التشاركي أو التعاضدي. حيث أتاح الواب 02 للمستخدمين فرصة تقمص صفة الصحفيين، وذلك من خلال نشر الأخبار والمعلومات كتابيا، بالصوت و/أو الصورة (multimedia)، من خلال التسجيل بواسطة الكاميرات الرقمية، واختصرت الهواتف الذكية smartphone واللوحات .Tabs كل هذه التكنولوجيا الإعلامية – التواصلية الرقمية.

يمارس هذا النوع المستحدث من الإعلام عبر مختلف تطبيقات الواب، كالشبكات الاجتماعية Social networking (الفيس بوك Facebook، التويتر Twitter، اليوتيوب YouTube، هاي 05 Hi 05 وغيرها)، والتي تعرف بـ: الإعلام الاجتماعي Social media.

ويضاف إلى أدوات الإعلام الجديد المدونات blogs، تلك المواقع الخاصة التي ينشر عليها المواطن–الصحفي الأخبار والمعلومات، بالتحليل والمناقشة، يكون النشر في هذا النوع الجديد من الإعلام باستخدام هويات حقيقية أو افتراضية.

ونظرا لشعبية هذه الشبكات الاجتماعية لجأت كبريات المؤسسات الإعلامية كـ: الجزيرة، العربية، CNN، BBC وغيرها إلى الاستثمار فيها، من خلال إنشاء مواقع خاصة، مجموعات خاصة Groups أو صفحات Pages قد تكون خاصة بالمؤسسة الإعلامية بشكل عام أو ببرنامج محدد، ويتم نشر مضامين إعلامية، يتفاعل معها المشبكون. كما لجأ الصحفيون المهنيون إلى نشر مختلف الأخبار باستخدام مختلف أدوات الإعلام الجديد، سواء بهوياتهم الحقيقة أو بهويات افتراضية.

ففي ظل هذه البيئة الإعلامية المستحدثة وفي ظل حرية الأنترنت ومجهولية الهويات والمواقع الشخصية، ظهرت عدة تجاوزات في الممارسة الإعلامية في مقدمتها التعدي على الخصوصية ونشر الأخبار الخاطئة والمغرضة، الأمر الذي استدعى طرح إشكالية الضوابط الأخلاقية التي يمكن أن تحكم هذه الممارسات الإعلامية.

وعليه تطرح الإشكالات التالية:

– هل يمكن الحديث عن أخلاقيات مهنة الصحافة في ظل الإيكو- ميديا الجديدة؟

– ما هي الأخلاقيات التي يجب على الصحفي "الجديد" الالتزام بها؟ هل هي القواعد نفسها الموجودة في مواثيق الشرف الإعلامية ؟ أم أنه يجب استحداث مواثيق شرف جديدة تتناسب وخصائص هذه البيئة الجديدة؟

– ما موقف المؤسسات الإعلامية تجاه صحافييها في ما يخص هذه الممارسات؟

وعليه، تهدف هذه الدراسة إلى معالجة موضوع أخلاقيات مهنة الصحافة وذلك من خلال تتبع مفهومها، مسار تطورها، أهميتها، كما تسلط الضوء على إشكالية أخلاقيات الإعلام في ظل البيئة الجديدة.

وتكمن أهمية الدراسة في أنها تعالج أحد أهم القضايا الإعلامية في الوقت الراهن والتي أفرزتها التطورات التقنية، وفي ظل زيادة الخروقات والانحرافات عن أدبيات الإعلام المتعارف عليها.

1- مواثيق الشرف تجسد أخلاقيات الإعلام:

ارتبطت أدبيات أخلاقيات الإعلام تاريخيا بالإعلام الغربي، حيث ظهر الحديث عن هذه الأخلاقيات media ethics، بفعل تلك التجاوزات التي أفرزتها الممارسة الإعلامية التي كانت تتحرك في إطار النظرية الليبيرالية، التي تقوم على مبدأ حرية التعبير وحق الجمهور في المعلومة، لإرساء قيم الديموقراطية، بدون وجود أية قوانين تفرض على الحصول على المعلومات وتداولها، وبدون وجود أية تجاوزات مضرة، هنا ظهر السؤال الجوهري: كيف يمكن أن يكون الإعلام حرا ومسؤولا؟ وتم الاعتماد على مبدأ المسؤولية وذلك من خلال التزام الصحفي بمجموعة من الضوابط الذاتية التي تسمى أخلاقيات الصحافة[1]. وهو ما عرف بـ "الصحافة الحرة والمسئولة" free and responsible pressa[2].

أخلاقيات الإعلام والتي وتعرف أيضا بـ: "Déontologie" باللغة الفرنسية والمشتقة من Deon، كلمة يونانية تعني الواجب، كما تعرف بـ: القواعد المهنية

1- جمال الزرن: من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت، دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، أكاديمية "دوتش فيلا" – معهد الصحافة و علوم الإخبار، تونس، ط. 2013.01 ص 54.

2- تجسدت هذه العبارة في تقرير صدر سنة 1947 عن لجنة "روبرت هتشنز" الذي كان رئيسا لجامعة شيكاغو وكلف بدراسة لجنة شكلت سنة 1942 بهدف دراسة واقع ومستقبل وسائل الإعلام الأمريكية وقدم هذا التقرير بعد خمس ستوات من البحث والتحليل.

ومدونات السلوك (code of ethics, code of conduit)، وهناك من يدعوا إلى ضرورة الفصل بين هذه المصطلحات ومفاهيمها.

باختلاف المصطلح، تعني أخلاقيات الإعلام مجموعة قواعد السلوك التي تنظم المهنيين والتي يضعونها لأنفسهم، ويحترمونها أثناء ممارسة نشاطهم، شريطة ألا تصبح أداة للدفاع عن مصالح خاصة[1].

ارتبط الحديث عن أخلاقيات الصحافة بخطاب معياري بني على قائمة من الأوامر والنواهي ومجموعة من الواجبات والالتزامات التي يجب أن يتحلى بها الصحفي في علاقته بمهنته تصورا وممارسة، منها المصداقية، الموضوعية والحياد.

وتشمل الأخلاقيات المهنية كذلك الإطار التعبيري والجمالي الفني الذي يقدم به الصحفي مادته، حيث يجب عليه أن يبتعد عن الابتذال والقبح والسوقية وأن يراعي القيم الثقافية والجمالية التي ترتقي إلى مستوى البديهيات بين أفراد الإطار الاجتماعي الواحد.[2]

اتجهت الأدبيات الأكاديمية الغربية السائدة في الخوض في أخلاقيات الإعلام أيضا من مدخل مواثيق الشرف الإعلامية وبالاستناد إلى مرجعية "أصحاب المهنة" باسم المهنية، وعلى حد المثل أن "مكة أدرى بشعابها" تارة وإلى بعض التنظير ذي الطبيعة العقلانية البحثة تارة أخرى[3]. وتتمثل هذه الأخلاقيات في: الموضوعية،

1-Francis Balle: Dictionnaire des médias, Larousse-Bordas, Paris, 1998, p.72.

2- ثريا السنوسي: صحافة المواطن وإعادة انتاج الأدوار، أشغال الملتقى الدولي: صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال مثال الدول، تونس 21-22 أفريل 2001، منشورات وحدة البحث "وسائل الإعلام والمجتمع، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، 2014، ص 94.

3 – عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي- قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، الدار المتوسطية للنشر، ط.01، 2014، تونس، ص 81.

والإنصاف، والحرية، والفصل بين الخبر والرأي، الدقة، الصدق، النزاهة، الشمولية، الحياد، احترام خصوصية الفرد، الاستقلالية، المسؤولية، الجدية، والاحتشام.

وتعتبر مواثيق شرف الصحفي من بين أهم آليات التعديل الذاتي للعمل الصحفي، فهي علامة فارقة تقدمها المهنة لكل محاولة للتأثير عليها كان ذلك من قبل الفاعلين السياسيين أو المنتقدين[1]، وهي مركزية حتى وإن كان الصحفيون وحدهم المطالبين باحترامه، فهذا النص يوفر أرضية دنيا لكل القيم المشتركة التي تجمع الصحفيين.

وظهرت أول وثيقة في هذا الشأن والمعروفة بركائز الصحافة canons of journalism في أمريكا سنة 1926 من طرف الجمعية الأمريكية لرؤساء تحرير الصحف Editors newspaper American society of، وقد تم ضبطها في 28 أفريل 1929، وتتضمن[2]: المسؤولية responsibility، حرية الصحافة freedom of the press، الاستقلالية independence، الجدية، الحقية والدقة sincerity, truth fullness and accuracy، الحيادimpartiality، الإنصافfair play، الاحتشام decency. وقد تم تحديث هذا الميثاق سنة 1973، ثم سنة 1984، وآخرها سنة 1996، ويتضمن أربع محاور بتفاصيل جزئية عن كل محور.

كما ظهرت عدة مواثيق أخرى مثل:

– ميثاق مديري الوكالة الصحفية بأمريكا: associated press managing editors سنة 1995.

– ميثاق جمعية مدير أخبار الإذاعة والتلفزيون بأمريكا.

---

1 – جمال الزرن: من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 53.

2– عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي– قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص.80.

– إعلان واجبات الصحفيين وحقوقه: في عام 1971 صادقت نقابات صحفية أوربية كبرى بميونخ على إعلان واجبات الصحفيين وحقوقهم كما عبرت عن المبادئ الأخلاقية وضرورة استقلال المهنة، ومن بين أهم بنوده: احترام الحقيقة وإيصالها إلى الجمهور كما هي، احترام الحياة الخاصة للأفراد والناس، الحفاظ على سرية المهنة، عدم الخلط بين مهنة الصحافة ومهنة الإشهار...

أما عن تاريخ أخلاقيات الإعلام في المنطقة العربية والإسلامية "هزيلا" ولم يكن تاريخا مستقل بقدر ما كان يحاكي المصفوفات اللفظية الغربية في الشكل دون المضمون الذي ظل باهتا إن في الدلالة أو الممارسة[1] .

ما يميز هذه الأخلاقيات أنها عالمية، كما لا يمكن أن نتغافل عن عوامل مثل الدين، التراث والعادات التي تميز الأخلاق– بشكل عام– من دولة إلى أخرى، والتي يعتبرها البعض بمثابة الأرضية التي تتأسس عليها، وهي التي تنبه الصحفي عند ممارسته مهنته تفاديا لأية أخطاء يمكن أن يقع فيها سهوا أو متعمدا.

وبظهور تكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال مشكلة بذلك بيئة إعلامية جديدة، وصحفيين جدد، ظهرت إشكاليات الأخلاقيات وبقوة في الساحة الإعلامية المهنية والأكاديمية.

1– عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي– قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص.81.

2- هوية "الصحفي" في ظل البيئة الإعلامية الجديدة:

يمكن أن نعرف بيئة الإعلام في عنصرين هما[1]: تكنولوجيات الاتصالات الخاصة المستخدمة (الكمبيوتر الشخصي، الصحف اليومية والتلفزيون) والبنية الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تستخدم من خلالها هذه التقنيات مثل كيفية استخدام الأفراد لها من أجل أهداف واسعة النطاق، والنظم الحكومية التي تؤثر فيها.

وهي عبارة عن تغييرات بنيوية راديكالية مشكلة بذلك بيئة إعلامية جديدة أو مشهدا إعلاميا جديدا يشمل كل أشكال الإعلام الإلكتروني من صحافة إلكترونية وصحافة المواطن -المدونات، شبكات التواصل الاجتماعي- فتحولت وسائط الإعلام من التناظري إلى الرقمي فالشبكي، وتحول الجمهور المستقبل إلى مرسل ومستقبل في ذات الوقت، مؤديا بذلك إلى تشتت الجمهور وتشرذمه.

وبعيدا عن الانبهار بما حققته التكنولوجيات وحتميتها، فلا أحد ينكر أهمية هذا النوع الجديد من الإعلام، بدليل أن "واشنطن بوست" تعتمد على المدونات في نقل الأحداث من مصر، كما توثق مكتبة الكونغرس الأمريكية المدونات المصرية، وتعتمد وكالات الأنباء على الشبكات الاجتماعية كمصدر للأخبار، على اعتبار أنها أكثر مصداقية من مؤسسات إعلامية ملتزمة.

فأدت حرية الإنترنت إلى نشوء صحافة الهواة Amateur Reporting، حيث يمكن لكل فرد عادي أن يكون مراسلا صحفيا من خلال تحميل مواد على الويب web logging هو ما يصل إلى جماهير عريضة، أو ما يعرف من الجميع إلى الجميع.

1- أندريا بيرس، بروس ويليامز: البيئة الإعلامية الجديدة، تر. شويكار زكي: دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، الجزائر، ط. 01، 2012، ص.20.

إنها ممارسة مواطنية جماعية وتشاركية للعمل الإعلامي لا تقصي أحد[1]. فأصبح بإمكان أي كان أن يكتب في أي موضوع يشاء، إنها اللامركزية الإعلامية.

كما اتجه العديد من الصحفيين بالتعاون مع شباب الأنترنت إلى إنشاء مواقع إلكترونية على شكل صحف ومجلات وإذاعات ومدونات إلكترونية ومواقع اجتماعية . وتلك محاولة أولى للتخلص من هاجس الرقابة والتراخيص وكل ما يعترض العمل الصحفي تنظيرا وممارسة. وقد ساهمت هذه الفضاءات في إيجاد متنفس للصحفيين المغلوبين على أمرهم، من خلال الكتابة على المواقع الإلكترونية التي لا تحاسبهم على ما يكتبونه، سواء بأسمائهم الحقيقية أو بأسماء مستعارة وبحرية أكبر دون رقابة لا قبلية ولا بعدية، دون خطوط حمراء التي كان حارس البوابة حريصا دائما على التذكير بها إما تلميحا أو تصريحا. جاء ذلك نتيجة عدم اقتناع العديد من الصحفيين خاصة التابعين للقطاع العام بما يكتبونه أو يقولونه، نتيجة الكذب والتزييف وقلب الحقائق الممارس من قبل المالكين الحقيقيين لهاته الوسائط[2].

كما ظهرت مشاركة العديد من الصحفيين في التعليق وإبداء آرائهم في مدونات ذائعة الصيت التي أنشأها زملاؤهم من الصحفيين أو الشباب المدونون.

ولكن تبرز عدة إشكالات ومنها: من هو الصحفي في هذه البيئة الإعلامية المستحدثة؟ وهل هؤلاء الهواة يعدون صحفيين؟ وعلى أي أساس نصنفهم؟ ذلك أنّ البعض يعترف أنهم صحفيون هواة ويدعى البعض الآخر أنهم شيء آخر مختلف أدى إلى تمييع العمل الصحفي.

1- ثريا السنوسي: صحافة المواطن و إعادة إنتاج الأدوار،أشغال الملتقى الدولي مرجع سبق ذكره، ص.87.

2- جمال العيفة: صحفيو الإعلام الجديد . الاستثمار في فضاءات أشمل، أشغال الملتقى الدولي: صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال مثال الدول، تونس 21-22 أفريل 2001، منشورات وحدة البحث "وسائل الإعلام والمجتمع، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس 2014. ص.103.

وبالرجوع إلى المحاكم الأمريكية مثلا نجد اختلافات حول هوية الصحفي[1]، فمنها التي لا تعتبر أن تعبير "الصحفي" يطلق على المطلق، لأي مدون أو كاتب في الإعلام الاجتماعي، لما لذلك من انعكاس على مسالة حق الامتياز Journalist's privilege في الإعلام وإثراء النقاش الاجتماعي، وعلى قضية تطبيق حماية الصحفي shield laws في شأن حقه بعدم الإدلاء بمصادر المعلومات. فيما ترى محكمة أخرى أن ما يعتبر صحافة ليس في شكلها لكن مضمونها، كما ترى محكمة ثالثة أن الصحفي هو ذلك الذي يقوم بجمع الأخبار بقصد مسبوق في بداية العملية لنشر المعلومات للجمهور، وفي إحدى القضايا أعلنت إحدى المحاكم الأمريكية أن أهم عنصر في تعريف الصحفي جمع المعلومات بهدف التغطية المستقلة والتعليق. ويفهم من الأحكام السابقة عدم ارتباط تعريف الصحفي بالمفهوم التقليدي، وإن كان يشترط وجود نوع من الآلية المستمرة في جمع المعلومات بهدف نشرها.

وقد رأت المحكمة الدستورية الأمريكية العليا أن مبدأ حرية الصحافة حق دستوري فردي وليس حصرا على الصحافة، ويعني أنه من حق أي كاتب في الإعلام الاجتماعي أن يستند إلى المادة المعدلة من الدستور في استخدام حقه في التعبير دون تدخل الجهات الحكومية في ذلك.[2]

وفي هذا الإطار شهدت أعمال وفعاليات منتدى الجزيرة لصحافة الأنترنت وحرية الرأي والذي اختتم بالدوحة الخميس 2011/01/20 جدالا ونقاشا حادا بين المدونين الشباب والأكاديميين والإعلاميين المهنيين وكأنه صراع أجيال، فأصحاب

1- للاطلاع أكثر: عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي- قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص.133.

2- عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي- قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص.134.

المدونات المشاركين بالمنتدى وصفوا الصحفيين بأنهم يتحدثون بنبرة استعلائية تحمل الكبر والغطرسة، فيما أشارت إحدى الصحفيات الجزائريات أن: المدونين دخلاء على مهنة الصحافة ولا يملكون أدنى أنواع الصياغة التحريرية، ويفتقرون للقواعد المهنية الملزمة، إن المدونين يعتقدون أنفسهم أنهم أصحاب تاريخ وهذا غير صحيح[1].

فمثلما أحدثت الصحافة الإلكترونية انقلابا في الصحافة وتحرير الأخبار، قامت بنفس الشيء مع صانعي الأخبار ومحرريها، فقد أصبح هناك الصحفي "الإلكتروني" وهو الصحفي الذي يستطيع التعامل والكتابة في الصحيفة الالكترونية، وأصبح لهذا الصحفي أيضا مواصفات بدونها لا يمكنه التعامل مع مثل هذه النوعية من الصحف الإلكترونية ومن بين هذه المواصفات[2]:

– التمكن من استخدام الحاسب الآلي وبرامجه، خاصة برنامج الكتابة وبرنامج الصور لزوم إدخال الصور على الكمبيوتر وإرسالها الكترونيا للصحيفة.

– التعامل مع شبكة الأنترنت، فيعرف كيف يبحث على الأنترنت وكيف يتجول على المواقع المختلفة.

– يكون له بريد إلكتروني يرسل منه للصحيفة ويستقبل من خلاله الرسائل من المصادر المختلفة، ولا بد أن يكون مدركا لحجم بريده الإلكتروني وسعته حتى لا يتسبب جهله في منع وصول رسالة بها خبر هام في الوقت المناسب.

– لديه الخبرة بطرق حماية وأمن الحاسب الآلي مثل البرامج المضادة للفيروسات والبرامج المضادة للتجسس وما إلى ذلك حتى يتمكن من التعامل مع أي طارئ يسيطر على جهازه.

1– جمال العيفة: صحفيو الإعلام الجديد. الاستثمار في فضاءات أشمل، مرجع سبق ذكره، ص.108.

2– المرجع نفسه، ص. ص.221-222.

– متابعة ما يقوم بنشره وردود الفعل حتى يمكنه الرد عليها إن احتاج الأمر أو نشرها عل حسب طبيعة صحيفته.

فالصحفي الإلكتروني هو من يقوم بتحرير أو المساعدة في تحرير الصحيفة الإلكترونية مهما كان شكلها ومكانها.[1]

وتظهر عدة تساؤلات حول أخلاقيات هذا النوع الجديد من الصحفيين، وحول بنود مواثيق الشرف وإمكانية موائمتها مع البنود التقليدية. في ظل الشك المتواصل في مصداقية المدونات نظرا لعدم وضوح شخصية صاحب المدونة ومجهولية مصدر الأخبار والتعليقات المنشورة بها واستخدام لغة غير مهذبة لا تراعي الذوق العام، والإساءة إلى الشخصيات العامة بالسب والقذف دون أسباب محددة، وقد يصل الأمر إلى إهانة رئيس الجمهورية وازدراء الأديان.

كما فعل المدون كريم عامر، المدون المصري، ومن أمثلة ما كتبه في شهر رمضان تحت عنوان: "وداعا شهر النفاق"، مضمنا مقاله عبارات مستفزة أثارت القراء وأجهر بالإفطار في هذا الشهر وختم مقاله قائلا: إلى كل إنسان احترم ذاته وارتد عن الإسلام، كل عام وأنتم بخير"، وغيرها من المقالات التي تهاجم الأديان، كمقالة له تحت عنوان: "الخروف الضال" نسبة إلى فكرة الراعي الصالح والخراف الضالة في العقيدة المسيحية، ومقالة أخرى معنونة بـ: "لا إله إلا الإنسان" محاكيا للشهادة في الإسلام، وغيرها من المقالات الأخرى حول الحرية الجنسية[2].

وظهرت هواجس أخرى تتمحور حول الأدوات الجديدة المستعملة في الكشف عن الانتهاكات كالتي ارتكبت في مصر وبورما، فكيف يمكننا أن نحكم على صدقية

1– فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، الأردن، ط.01، 2010، ص.220.

2– للاطلاع أكثر: شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص.47.

المعلومات التي يعدها شخص سجلها على هاتف خلوي، وأرسلها ربما بدون ذكر أي اسم، إلى مدون في الغرب؟ كيف نستطيع التأكد من أنه لم يتم التلاعب بالصور رقميا، وهل نستطيع الوثوق بمعلومات مصدرها أناس يناصرون قضاياهم لا صحفيون مدربون وغير منحازين؟[1]، وأصبح شق من السياسيين يثير سؤال هل لنا الحق بحجب آراء وأخبار منشورة على الشبكة إذا ما تأكدنا من أنها مغلوطة أو دون مصدر؟[2]

كما أن أصحاب القرار والسياسيون ما زالوا يتعاملون مع المواقع الإلكترونية الإخبارية على أنها "ابن غير شرعي" للصحافة، فالشبكات الاجتماعية تمثل خطرا، كونها محاضن لأخبار زائفة فالخبر العاجل المعلن على هذه الشبكات حتى إذا جاء في مئات التغريدات، فإنه لا يرقى إلى مرتبة الخبر الصادق[3].

فهذا الصحفي الجديد، الذي قد يبدو "أكثر تملصا مما قد تفرضه لغة الصحافة من طقوس المهنة وأعرافها، الصحفي "البري" و"المتوحش" حسب البعض، غير الخاضع للضوابط المهنية، مما يستلزم رسم الحدود لهذه الحرية الجامحة[4]. فهذه التدوينات وغيرها لا ترتبط بحرية الرأي والتعبير، إنها فوضى رقمية يجب الحد منها وكبحها، وهذه المرة ليس بقوة القانون، إنما بسلطة الأخلاق.

1- باتريك باتلر: تكنولوجيا جديدة، أصوات جديدة، المجلة الإلكترونية – يو أس أس: الإعلام بصنع التغيير، مكتب برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية، ديسمبر، 2007 . ص.08.

2- جمال الزرن: من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت، مرجع سبق ذكره ص.49.

3- شارلوت نوبلي: وسائل الاتصال الحديثة قوانين اللعبة، دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، أكاديمية "دوتش فيلي"- معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، ط. 01، 2013. ص.210.

4- جوهر الجموسي: الصحفي المواطن والحاجة إلى رسم الحدود: قانون الاتصال الإلكتروني مثالا، أشغال الملتقى الدولي: صحفي اليوم في عصر عولمة الاتصال مثال الدول، تونس 21-22 أفريل 2001، منشورات وحدة البحث "وسائل الإعلام والمجتمع، معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، 2014، ص.113.

ولا يعد ميثاق الشرف في أي مجال بدعة، بل هو ضروري للالتزام بحد أدنى من الأخلاقيات والمسئولية الاجتماعية في ممارسة أي مهنة[1]، فالتدوين باعتباره مهنة أو هواية يخضع للقانون كتنظيم خارجي وللأخلاقيات كتنظيم الذاتي.

3- مواثيق الشرف في ظل الإعلام الجديد:

بدأ الاهتمام بأخلاقيات الصحفي في البيئة الإعلامية الإلكترونية منذ 1995، أين ظهر النشر الإلكتروني لبعض الصحف والقنوات التلفزيونية والإذاعية، وظهرت العديد من النماذج لمواثيق شرف أخلاقية تتعلق بالصحفي الإلكتروني سواء كان هاو أو محترف، أو ما يعبر عنه بالفرنسية les règles du jeu des nouveaux medias، فالهدف من وضع هذه المبادئ هو دعم حرية الرأي والتعبير والحق في الاتصال دون المساس بمصلحة عامة أو خاصة.

كما عقدت العديد من المؤتمرات لمناقشة الموضوع، كالمؤتمر الذي نظمه معهد "بونير" للتدريب الإعلامي بالتعاون مع الجمعية الأمريكية لمحرري الصحف ASNE، وظهرت العديد من مواثيق الشرف الخاصة بالصحفي الإلكتروني.

وإذا كان الإعلام الإلكتروني المؤسساتي، تلك المؤسسات الإعلامية التي تتخذ من الأنترنت كحامل لموادها الإخبارية لا تثير تساؤلات أخلاقية باعتبارها مؤسسات تقليدية بطابع رقمي فقط إلا أن توجه الصحفيين المهنيين إلى النشر الإلكتروني يثير العديد من القضايا بالنسبة لمؤسساتهم الأصلية، حيث امتعضت بعض المؤسسات الإعلامية الغربية من توجه صحافييها لنشر آرائهم و أفكارهم خارج مؤسساتهم الإعلامية الأصيلة، حيث طلبت كل من "سي أن أن" CNN و"التايم TIME" -

1- شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص.48.

اللتين يملكهما "تايم وورنر" – من مراسليهما الذين غطيا حرب العراق التخلي عن مدونتيهما الشخصية.

وبالرغم من أن البعض من النقاد يرى أن انضمام الصحفي لإحدى المجموعات على الفيس بوك هو أمر خطير يهدد حياده وموضوعيته، فقرارات الصداقة والانضمام إلى المجموعات والإعجاب بالصفحات قد يعتبر تحيزا من الصحفي، كما أن مصادقة مصدر سري قد يكشف هوية المصدر. إلا أن الشبكات الاجتماعية قد تمثل مصدرا للأخبار بالنسبة للمهني، وفي تحقيق استطلاعي قامت به مجلة "أناغلوبل ANAGLOBAL" سنة 2011، حول علاقة الصحفيين بالشبكات الاجتماعية، أكدت أن الشبكات الاجتماعية هي أماكن التنشئة الاجتماعية للصحفيين الشبان حيث تتم إعادة تعريف المعايير المهنية بشكل جزئي.[1]

كما نجد الكثير من المؤسسات الإعلامية الكبرى تسمح لعمالها باستخدام أدوات الإعلام الجديد، مثل "دالاس مورننج نيوزّ" Dallas Morning News التي تسمح لموظفيها إنشاء مدوناتهم الخاصة أو المشاركة في المنتديات على الأنترنت، ولكنها تصمم هذا التحذير: يجب أن يتذكر الموظفون في جميع الأوقات أنهم يشاركون في نشاط شعبي (اجتماعي)، فكل القواعد التي تطبق في أي نشاط عام تطبق هنا، والعاملون مسئولون في أن يفكروا مليا في المؤسسة، لكي يتجنبوا المواقف التي تنشئ تساؤلات عن المصداقية والإنصاف وتوضيح معيار سياستنا في مسائل مثل التشهير والخصوصية والمشاركة السياسية وتضارب المصالح.

1- للاطلاع:

http://www.inaglobal.fr/presse/article/les-journalistes-francais-sur-twitter-vus-comme-un-graphe

وذكرت "واشنطن بوستّ washington post في مبادئها على شبكة الأنترنت Digital Publishing Guidelines[1] أن المراسلين والمحررين لا ينبغي لهم أن يعبروا عن آرائهم كما هو الحال في النقد أو كتابة عمود، فيما تقوم شركة "داو وجونز" Dow Jones الناشرة لصحيفة "وول ستريت جورنال" The Wall Street Journal بإثبات همة مراسليها في التعبير عن وجهات نظرهم الخاصة أو الحزبية على صفحاتهم الشخصية على موقع فيس بوك، أو عن مناقشة قصص إخبارية تتطور لم تنشر بعد في الصحيفة.

كما قدمت روترز reuters بعض التوجيهات من خلال مقال نشر على موقعها الإلكتروني بعنوان وسائل الإعلام الاجتماعية بعض المبادئ والخطوط التوجيهية social media some principles and guidelines[2] وقد تضمن المقال تشجيع الصحفيين في على استخدام الشبكات الاجتماعية في نقل الأخبار مع تقديم بعض الاحترازات كالدقة والموضوعية في نقل الخبر، ونجد وكالة الأنباء الفرنسية AFP لديها دليل خاص لصحافييها حول كيفية استخدام أدوات الإعلام الجديد[3] حيث يمكن الصحفي نشر الأخبار الطريفة وكذا الحصول على المعلومات، وتكذيب المعلومات الخاطئة حول الوكالة، كما أصدرت قناة البي بي سي BBC سنة 2011 دليلا لاستخدام الشبكات الاجتماعية News social media guidance[4].

ووضعت كل من روترز، بي بي سي و الوكالة الفرنسية للأنباء صحافييها أمام خياران:

1: للاطلاع أكثر: http://www.washingtonpost.com/wp-srv/guidelines/social-media.html

2 :http://blogs.reuters.com/fulldisclosure/2010/03/10/social-media-some-principles-and-guidelines/

3- للاطلاع أكثر : http://www.afp.com/communication/guide-reseaux-sociaux.pdf

4- http://news.bbc.co.uk/2/shared/bsp/hi/pdfs/14_07_11_news_social_media_guidance.pdf

– استخدام الصحفي الشبكات الاجتماعية في إطار شخصي للتواصل مع أصدقائه دون الإشارة إلى انتمائه للمؤسسة، وإن أشار إلى ذلك فعليه أن يشير إلى أن آراءه لا تعبر عن سياسة المؤسسة.

– استخدام الصحفي الشبكات الاجتماعية باعتباره مهنيا، وهنا على الصحفي التحري في نشر الأخبار، والالتزام بمبادئ المؤسسة وسياستها التحريرية وقانونها الداخلي وأخلاقيات المهنة للحفاظ على سمعته وسمعة المؤسسة.

كما أن كل من "بي بي سي" ووكالة الأنباء الفرنسية لديها قائمة إحصائية بأسماء عمالها الذين يستخدمون الشبكات الاجتماعية.

وأصدرت الأسوسيتد برس Associated Press(AP) دليلا خاصا لصحافييها[1] social media guidelines for AP employees، وغيرها من المؤسسات الإعلامية، وتوصي معظم المنظمات والخبراء الصحفيين بأن يفصلوا بين الصفة المهنية والصفة الشخصية.

وفي ماي 2011 نشرت الجمعية الأمريكية لناشري الأخبار the American Society of News Editors ASNE[2]، جمعية تضم مدراء الصحف الكبرى الأمريكية دليلا لأفضل عشر ممارسات للصحفيين على الشبكات الاجتماعية من خلال معايير معينة، حيث تم الاعتماد على المواثيق التي تم تحريرها في 18 وسيلة إعلام أنجلو سكسونية مثل وكالة الأنباء روترز، والعديد من الصحف الكبرى كصحيفة نيويورك تايمز، واشنطن بوست، وول ستريت جورنال، الجارديان وغيرها، ويوصي معدي الدليل الصحفيين بالتعامل مع الشبكات الاجتماعية بنفس الطريقة كما لو كانوا في الواقع. فلا ينبغي أن يكتبوا شيئا لا يمكن أن يتم نشره في الصفحة

1 –http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines_tcm28-9832.pdf

2– للاطلاع أكثر :http://asne.org/

الأولى من صحفهم والذي يمكن أن يحرجهم شخصيا أو مهنيا أو يحرج صحفهم[1].

يركز هذا الدليل على عشر نقاط "10 best practices for social media" للمهنيين المستخدمون للشبكات الاجتماعية، هي[2]:

– القواعد التقليدية لأخلاقيات وأدبيات المهنة تنطبق أيضا على شبكات التواصل الاجتماعي.

– كل ما تكتبونه شأن عمومي، فيتعين تحمل مسؤوليته.

– تحاوروا مع القراء، وبحرفية.

– الأخبار العاجلة يجب أن تصدر أولا على موقع الوسيلة الإعلامية وليس على التويتر.

– احترزوا من تضارب المصالح.

– تثبتوا بما شاهدتموه أو قرأتموه على شبكة التواصل الاجتماعي.

– عرفوا أنفسكم بصفتكم صحافيين دائما.

– شبكات التواصل الاجتماعي أدوات و ليست لعبا.

– كونوا شفافين و عند الحاجة أصلحوا أخطاءكم بسرعة.

– حافظوا على سرية المداولات الداخلية.

وفي سياق متصل قامت الفيدرالية المهنية لصحفيي الكيبك بكندا Fédération professionnelle des journalistes du Québec (FPJQ) بتطوير ميثاقها

1– النوري اللجمي: الإنترنت وتحديات الصحافة الرقمية، دليل التغطية الصحفية للأحداث السياسية، أكاديمية "دوتش فيلا"–معهد الصحافة وعلوم الإخبار، تونس، ط. 01، 2013، ص.202.

2-ASNE ,10 best practices for social media helpful guidelines for news organisations, may2011,p.03,in http://asne.org/Files/pdf/10_Best_Practices_for_Social_Media.pdf

الأخلاقي بإدراج مبادئ خاصة بالميديا الجديدة تؤكد على الالتزام بالمعايير المهنية العامة التي تطبق على الوسائط الإعلامية الأخرى وعلى الطابع العام لما ينشره الصحفي على مواقع الشبكات الاجتماعية، كما ظهر مشروع اتحاد الأخبار الإلكترونية On line News Association والذي سعى إلى صياغة دليل عمل موجه لكل العاملين في البيئة الجديدة يدعو للتمييز بين الإخبار والمواد الإعلانية والتجارية .

كما نجد صحفيون مهنيون وينشطون عبر الأنترنت أيضا يضعون مجموعة من الضوابط الأخلاقية للنشر الإلكتروني، مثل الموقع الكوري الجنوبي "أوماي نيوز Oh my News"[1] والذي أنشأه الصحفي المحترف: "أو يون- هو-hoOh Yeon " عام 2000، وهذه القواعد الأخلاقية هي[2]:

– لا ينشر المواطن المراسل الصحفي معلومات كاذبة، ولا يكتب مقالات تستند إلى افتراضات أو تكهنات لا ترتكز إلى أي أساس.

– لا يستعمل المواطن المراسل لغة بذيئة أو مبتذلة أو مهينة بأي شكل آخر و تشكل تهجما شخصيا.

– لا يلحق المواطن المراسل الصحفي الضرر بسمعة الآخرين من خلال كتابة مواضيع تنتهك الخصوصية الشخصية.

– يستعمل المواطن المراسل الصحفي أساليب مشروعة لجمع المعلومات، ويبلغ مصادره بوضوح أنه ينوي تغطية الحدث.

– لا يستعمل المواطن المراسل مركزه لتحقيق مكاسب غير منصفة، أو يسمي بأي شكل آخر تحقيق مكسب شخصي.

1– موقعه الإلكتروني الناطق بالكورية ولديه عدة نسخ بلغات أخرى منها الإنجليزية.

http://www.ohmynews.com/:

http://english.ohmynews.com/articleview/article_view.asp?no=171638&rel_no=1–2

– لا يضخم المواطن المراسل أو يشوه الحقائق لمصلحة أي منظمة ينتمي إليها.

– يعتذر المواطن المراسل الصحفي تماما وبسرعة عن أي تغطية غير ملائمة من أي ناحية أخرى.

فالصحفي ليس حرا في المطلق في الفضاء الافتراضي يتصرف كما يشاء دونما قيد كما يعتقد الكثيرون و ذلك لسببين أساسيين[1]:

– انتماء الصحفي إلى مؤسسة حريصة على صورتها ومكانتها في المجتمع ولدى الجمهور.

– المسئولية الاجتماعية للصحفي باعتباره فاعلا اجتماعيا يقوم بأدوار أساسية في المجتمع تقتضي منه أن يتصرف بطريقة مسئولة.

وبالرغم من أن المواطن الصحفي لا ينتمي إلى أية مؤسسة إعلامية، إلا أنه برزت العديد من المحاولات لإنشاء مواثيق شرف لتنظيم التدوين الإلكتروني، التزام ذاتي يقترحه المدونون لتنظيم ممارساتهم الإعلامية، ويمكن تحيينه وتعديله من وقت لآخر.

ففي مؤلف يحمل عنوان "دليل المدونات" تميز "ربيكا بلود Rebecca Blood" بين العمل الصحفي الحرفي وصحافة المواطن، وتعتبر أن ما يميز الاتجاهين هو مدونة السلوك ومواثيق الشرف، واقترحت ميثاق شرف خاص بالمدونين والذي يعرف بـ: "Weblog handbook de Rébecca Blood"، ومن بين بنوده:[2]

3– الصادق الحمامي: الصحفيون وأخلاقياتهم في زمن الميديا الاجتماعية، مجلة الإعلام والعصر الإماراتية، سبتمبر 2013، متاح على:

http://www.arabmediastudies.com/file/ethics%20and%20social%20media.pdf

2:http://www.rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html

– إذا كانت مادتك التي تعتمد عليها توجد على شبكة الأنترنت أذكر مصدرها.

– لا تتردد إذا ما صدر منك خطأ، الاعتذار للعموم.

– لا تلغ أية معلومة نشرتها سابقة للعموم وإذا ما لاحظت أية اختلالات حاول أن تضيف إليها الجديد أو أن تصوبها.

– لا تخشى النقد تجاه مصادرك، عندما يعتمد المدون على مصدر لأخباره ويكون ذلك المصدر محل نقد وجدل فعليه أن يذكر وبكل وضوح في بقية كتاباته وآرائه.

كما ينصح خبراء الإعلام المدونون بمبادئ أساسية تزيد في نسبة الثقة فيما يكتبونه منها[1]:

– نشر ما يعتقدون أنه حقيقي فقط، فإذا كان ما يقولونه مجرد تخمين فعليهم توضيح ذلك.

– إذا كان الموضوع منشور مسبقا على الشبكة فيجب الإشارة إلى الرابط الخاص بذلك.

إذا، من خلال هذه البنود، يتضح أنه بالرغم من أن صحافة المواطن قد اخترقت حدود الأفق المهني المخصوص للإعلام، باعتبارنا نتحدث عن صحفي جديد متحرر من كل الالتزامات في البعدين التكويني والمهني، فالمواطن الصحفي لا ينتسب إلى أية مؤسسة حريصة على سمعتها، إلا أن تعامله مع المعلومات والأخبار تفرض عليه التحلي بأخلاقيات الصحافة، فالجانب المعرفي للمعلومات يلزم ناشريها بمبادئ أخلاقية معينة وقيم مثل النزاهة، الإخلاص، الصدق، القدرة على الاعتماد

1– فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص.163.

عليها والثقة بها بجانب أيضا القيم المعرفية ، والعدالة والإنصاف، إذن فإذا نظرنا إلى كل ما يتعلق بنشرها، نجد أن لدى المعلومات تركيبة معيارية حقيقية تلزم جميع المشاركين في خلقها، إنتاجها، بحثها، نقلها، واستهلاكها بالقواعد الأخلاقية والمعرفية [1].

كما نجد فريقا آخر يرى أنه: في هذه الفترة يزداد اختفاء مصطلح "صحافة المواطن" ليحل محله المفهوم الشامل المتمثل بالمحتوى الإخباري الذي يولده أو ينتجه المستعمل، ولم تعد هناك أي إشارة مرجعية إلى "الصحافة" كمهنة لها قواعدها وأسسها[2].

فالأخلاقيات التي يلتزم بها الصحفيون في الإعلام التقليدي تمتد صلاحيتهما إلى وسائل الإعلام الجديد وهو ما يؤكده مجلس الصحافة في بلجيكا في استشارة حول استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية[3] مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصيات النشر الإلكتروني.

ويؤكد مركز الصحفيين الدولي ICFC في أحد منشوراته حول أخلاقيات المهنة[4] على ضرورة أن تنبع أخلاقيات وسائل الإعلام من داخل أولئك الذين يكتبون ويحررون الأخبار ومن داخل الناشرين ومالكي المحطات، بل وحتى العاملين الذين يبيعون الإعلانات، كما أن تطوير المعايير الأخلاقية عملية لا يمكن اعتبارها فقط

1- إدوارد هـ. سبنس، أندرو ألكسندرا، أرون كوين، آني دون: الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، مرجع سبق ذكره، ص.36.

2- برتراند بكيري ولاري كيلمان: من صحافة المواطن إلى محتوى الأخبار التي ينتجها مستعملوها، المجلة الإلكترونية – يو أس أس: الإعلام يصنع التغيير، مكتب برامج الإعلام الخارجي، وزارة الخارجية الأمريكية، ديسمبر، 2007، ص.ص.10-11.

3- الصادق الحمامي: الصحفيون و أخلاقياتهم في زمن الميديا الجيدة، مرجع سبق ذكره.

4- مركز الصحفيين الدولي: أخلاقيات الصحافة الجدل العالمي، واشطن، 2003، ص.06.

ممارسة شخصية، بل هي أيضا ممارسة جماعية، فالمعايير الأخلاقية لا يمكن بالمطلق فرضها من مصدر خارجي، بل لا بد من أن تنبع من الداخل، داخل الذين يمارسونها يشكل يومي. وهذا ما يعرف بالتنظيم الذاتي.

3- أهمية التنظيم الذاتي:

التنظيم الذاتي يشمل منظمة ما، مهنة، أو صناعة توافق على الالتزام تطوعا بتطبيق المعايير المجسدة على سبيل المثال في معايير السلوك أو معايير الأخلاق، ففي المنظومة الحقيقة التي تعتمد على سياسة التنظيم الذاتي، فإن الهيئة المناسبة لديها مسئولية واحدة لتنظيم سلوك أعضائها، فلا معايير السلوك ولا العقوبات التي يتم فرضها مدعمة قانونا، كما أن الحكومة لا تتدخل مباشرة لمراقبة السلوك أو لفرض العقوبات[1].

فالانضباط الذاتي أدوم وأكثر فعالية من تشريعات خارجية تحكم تفاصيل الممارسة الإعلامية، فالفرد الذي يستخدم شبكة الأنترنت بمفرده بعيدا عن أي إشراف أو مراقبة اجتماعية أو ثقافية أو إدارية قد لا يردعه التشريع بقدر ما يحركه الضمير[2].

لذلك لتجنب الصراعات بين السلطة والمدونين والمهنيون –وخاصة في العالم العربي– يجب وجود التنظيم الذاتي، على سبيل المثال "الاتحاد العربي للمدونين" أو أن يكون اتحادا محليا: اتحاد مدوني الجزائر" مثلا. فإذا لم يقم المدونون بتنظيم أنفسهم

1– إدوارد هـ. سبنس، أندرو الكسندرا، أرون كوين، آني دون: الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، تر. شويكار زكى، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، الدار الجزائرية للنشر والطبع والتوزيع، الجزائر، 2012، ص.201.

2 – عبد الرحمن عزي: قوانين الإعلام في ضوء الإعلام الاجتماعي–قراءة معرفية في النظام الأخلاقي، مرجع سبق ذكره، ص.10.

ذاتيا فسوف يتم فرض هذا التنظيم عليهم من خارجهم من قبل الدولة ويمكن أن تتولى هذه الاتحادات مهام[1] :

– التوصل إلى ميثاق شرف للمدونين يراعي مختلف الاعتبارات الأخلاقية والدينية والثقافية.

– عقد دورات تدريبية للمدونين لصقل خبراتهم في التدوين.

– إقامة مرصد للمدونات يعمل على رصد المخالفات التي ترتكبها المدونات المختلفة.

– تحديث التشريعات المنظمة للإعلام العربي بما يعزز حرية التعبير المقترنة بالمسؤولية كضرورة أساسية لنمو الإعلام الإلكتروني.

– وضع مبادئ عامة لسياسات ومشروعات الإعلام الإلكتروني وإنتاج المحتوى الرقمي ضمن الأطر التالية: الإعلام الحر المفتوح، حرية التعبير والإبداع، إتاحة المعرفة للجميع، تنوع المحتوى الرقمي، جودة المحتوى شكلا وموضوعا.

– إنجاز ميثاق شرف وتشريعات للإعلام الإلكتروني العربي بما يتوافق مع ميثاق العمل الإعلامي العربي، يحدد آليات استثمار الفضاء الالكتروني لغايات إعلامية.

وقد ظهرت بوادره في قمة تونس حول المعلوماتية، حيث برز اتجاه يدعو إلى التوصل إلى نوع من الاتفاق الطوعي بين المدونين على مجموعة من الضوابط التي تنظم عملهم، بدون أن تتدخل الدولة أو أية سلطة دولية على عمل المدونين والنشر الإلكتروني، كما أعلن عدد من المثقفين الموريتانيين عن تأسيس أول اتحاد للمدونين الموريتانيين على شبكة الانترنت.

1– شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص.48.

غير أنه مازالت بعض الهواجس قائمة، من خلال الاستسهال في المبادئ الأخلاقية، فتحت إغراء السهولة التي يمكن من خلالها تصحيح الأخبار على شبكة الأنترنت، ينشر بعض الصحفيين الإلكترونيين الأخبار أولا دون تحقق، ومن ثم يتم تصحيحها في وقت لاحق، رافعين شعار "أنشر المسودة الأولى لك ودع المشاهدين يصححونها"، في حين أن بعض الصحفيين اعتبروها "مفلسة أخلاقيا" حيث أن النشر الأولي للرسالة، حتى وإن تم تصحيحه فيما بعد، يمكن أن يسبب ضررا خطيرا، لأن محركات البحث مثل جوجل وياهو تزحف على الشبكة العنكبوتية ببطء، ومحتوى الأرشيف والنسخ الأصلية للقصص، حيث من الممكن أن تظل مرتبطة بشبكة الأنترنت حتى إذا تم تصحيحها فيما بعد[1].

وبالتالي فإن الحديث عن الأخلاقيات بالنسبة إلى هذه الطبقة الجديدة يبدو ضربا من العبثية والاعتباطية. فخاصية التحول تجعلها تفلت من أية محاولة لضبطها وتصنيفها وتعريفها والتعامل معها في أطر تلك الخصوصيات والمميزات، وبالتالي فإن الحديث عن الأخلاقيات يبدو أمرا زئبقيا لا يفضي إلى جني عائدات ومكتسبات مهنية و ثقافية[2].

إذن ما الحل ؟

يبدو أننا قد وصلنا إلى طريق مسدود، فمن ناحية فإن التنظيم الخارجي من خلال القوانين التي تسنها الدولة يعيد إشكالية الصراع من أجل حرية الصحافة، ومن ناحية أخرى يبدو أن التنظيم الذاتي لا يملك القوة الفعالة. ولكن برغم صعوبة

1- جين غوريمان: أخلاقيات الصحافة، تر. محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط.01، 2012، ص. 422.

2- ثريا السنوسي: ثريا السنوسي: صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار، أشغال الملتقى الدولي مرجع سبق ذكره، ص . 95

مواجهة المشكلات الحقيقة التي تواجه التنظيم الخارجي أو الذاتي إلا أن هناك أسباب للاعتقاد بأن التنظيم الذاتي الذي يتم ترتيبه بعناية قد يكون له تأثيرات إيجابية على الأخلاقيات الإعلامية بدون الوصول إلى تسوية خاطئة لحرية الصحافة[1].

ويكون الحل بتغيير زاوية النظر والانتقال من الحديث عن أخلاقيات مهنية إلى الحديث عن أخلاقيات اجتماعية أساسها التربية على وسائل الإعلام، في ظل زيادة الاهتمام بالشبكات الاجتماعية والمدونات، حتى أن مؤسسات أخرى غير صحفية أصدرت أيضا أدلة خاصة لعمالها تدعوهم بالالتزام ببعض المبادئ التي لا تختلف كثيرا عن مبادئ الصحافة، مثل: دليل مخبر "روش Roche"[2] الذي يختص في الصيدلة، فظهرت العديد من المبادرات لوضع أخلاقيات المستخدمين للشبكة العنكبوتية بشكل عام.

1- إدوارد هـ. سبنس، أندرو الكسندرا، أرون كوين، آني دون: الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، مرجع سبق ذكره، ص.205.

2:http://www.roche.com/social_media_guidelines.pdf

4- نحو أخلاقيات الأنترنت:

أخلاقيات الويب أو أخلاقيات الشبكة أو أخلاقيات النت أو "إيتيقا النت" وضمن مقاربة سياقية وحاملة للسياق التجاوز يمكن أيضا اعتماد مصطلح "الأخلاقيات" وهو إحالة على المصطلح الفرنسي la néthique، أي أخلاقيات الشبكة net éthique.[1]

"أخلاقيات الأنترنت" هي عبارة عن مدونة سلوك، فهي مدونة للعيش المشترك ودعوة للسلوك الأخلاقي المسئول عند استعمال الشبكة، إنها إعلان عن شكل من أشكال التحضر في الفضاء الافتراضي[2]. مصطلح يتعلق بالمجتمع المدني، وهو عبارة عن مدونة سلوك أخلاقيات مستعملي الأنترنت من مواقع تواصل اجتماعي، صحافة إلكترونية، مدونون وغيرهم كثر.

فكل مبحر على شبكة الأنترنت أو لأي صاحب موقع أو مدونة أن يعتمد أو يحترم ميثاق أخلاقيات الأنترنت، فكل مستخدم للشبكة مسئول على الفضاء الذي يتواصل من خلاله وأن يحترم ميثاق أخلاقيات الأنترنت وأن يتابع مع احترامه له في تعاليقه وأخباره التي ينشرها فهو مجموعة من المبادئ التي تعبر عن شكل جديد من التعديل الذاتي المواطني لمخرجات الشبكة.[3]

وظهرت ما يعرف بـ: "إتيكيت الأنترنت"، ومن بين الآداب التي يجب على المستخدمون الأنترنتيون احترامها[4]:

- أن يراعى الأدب ومشاعر الغير باختلاف البيئات والعادات فيما يكتب.

1- جمال الزرن: من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 49.

2- جمال الزرن: من أخلاقيات الصحافة إلى أخلاقيات الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص 62.

3 - المرجع نفسه، ص 62.

4- عبد العزيز ين حمد الزومان: شبكة الأنترنت، دليل تعريفي، وحدة خدمات الأنترنت- مدينة الملع عبد العزيز للعلوم التقنية، المملكة العربية السعودية، ص.25.

– أن لا يكون الكلام الذي يكتب يحمل معنيين مختلفين.

– أن يراعى الأدب العام في اختيار الألفاظ و التعامل مع الغير.

– عدم التطفل والتجسس.

وقد قدمت العديد من جمعيات المجتمع المدني في الغرب ومنذ الصعود المتنامي للاتصال الإلكتروني مشروع "أخلاقيات الأنترنت" مقترحا يتعلق بالعيش المشترك على الشبكة وخاصة احترام مجموعة من الواجبات ضمن قواعد المسؤولية الاجتماعية، ومن بين هذه المبادرات[1]:

– ميثاق "الوصايا العشر" الذي طوره معهد أخلاقيات الكمبيوتر بواشنطن، بهدف تعزيز السلوكيات الإلكترونية المقبولة.

– ميثاق أخلاقي للتعامل على الشبكة وضعته جامعة جنوبي كاليفورنيا، أكد على ضرورة احترام الملكية الفكرية وعدم القيام بأي سلوك مزعج في حجرات الدردشة.

– الميثاق الأخلاقي لأعضاء لجمعية الكمبيوتر Association Of Computing Machinery(ACM) والذي أكد على ضرورة الالتزام بالأمانة والصدق والموضوعية واحترام الخصوصية.

– التصور الذي وضعه مركز بالو آلتو للبحث Palo Alto Reserch Center (PARC) للتعامل مع الأنترنت.

وقد توصلت ثلاث منظمات (الجبهة الأسترالية الإلكترونية electronic frontier Australia ومؤسسة الجبهة الإلكترونية electronic frontier

1– السيد بخيت: الأنترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، دار الكاتب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة، ط.02، 2010، ص.ص.488 –489.

foundation والمنظمة المهنية للكمبيوتر والمسئولية الاجتماعية computer professional for social responsibility) إلى وثيقة للحقوق والمسئوليات الإلكترونية A Bill Of Electronic Rights And Ethics، والتي كانت بمثابة خلاصة للعديد من المناقشات بين الخبراء من دول وثقافات مختلفة، تم تعديلها وتنقيحها بالتعاون مع المنظمات الثلاثة السابقة الذكر على النحو الآتي[1]:

أ- الحقوق الإلكترونية :Electronic Rights وهي:

- حقوق الاتصال rights of communication : الحق في الحصول على المعلومات من مصدرها ونشرها دون الإضرار بالملكية الفكرية.

- حقوق السرية rightsofprivacy، كرفض الكشف عن هوية منشأ المعلومات.

- حقوق التقاضي rights of jurisdiction : الحق في المحاكمة وفقا للقوانين والحق في البحث عن المصادر الشرعية ضد مرتكبي الأفعال الضارة.

- حقوق الوصول rights of Access: حق الحصول على أي تقرير أو تسجيل أو قانون أو تنظيم شرط عدم انتهاك الخصوصية.

- حقوق التمثيل rights of administration: الحق في مراجعة وتنفيذ العقود وغيرها.

ب- المسئوليات الإلكترونية: تشمل :

- التسامح toleration: تجنب قمع أراء الآخرين حتى ولو كانت مختلفة، وتجنب التحرش بهم أو تهديدهم.

1: محمد سعد إبراهيم: أخلاقيات الإعلام والأنترنت وإشكالية التشريع، دار الكتاب العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 01. 2007، ص.ص.16-17.

– المصداقية trust: عدم نشر معلومات، صور، تتعلق بخصوصيات الآخرين دون موافقتهم، عدم تحريف وتشويه الآراء، تجنب الحصول على المعلومات بالإكراه.

– مراعاة مشاعر الآخرين consideration: تجنب نقل المعلومات واستغلالها دون التحقق من صحتها ودون مراعاة الآخرين.

– التنظيم regulation: تجتب إغفال أو معارضة ضمانات البنود المتعلقة بالحقوق الإلكترونية، أو التحفظ على ضمانات المسئوليات.

إن إعادة التفكير في تنظيم الشبكة يجب أن يتم قبل كل شيء ضمن إطار المبادئ الدستورية وضمن مرجعية المبادئ الأساسية لحقوق الإنسان وخاصة المتعلقة بحرية الصحافة وقد وضعت منظمة مراسلون بلا حدود مجموعة من القواعد الخاصة بالتعامل مع الأنترنت وهي المادة 19 من اتفاقية حقوق الإنسان التي تبيح حرية الرأي والتعبير هي التي يجب أن تحكم الإطار العام فيما يخص النشر والأنترنت:

– يجب أن يدعم أي قانون يتكلم عن الأنترنت.

– مستخدمو الأنترنت هم من يحددون المادة التي يدخلون فيها.

– يجب أن تكون سلطات الحكومات مدنيا واجتماعيا محدودة فيما يخص الكمبيوتر والأنترنت.

– ضرورة وجود من يحمي كتاب الأنترنت.

- **خاتمة:**

إن قطاع الإعلام كغيره من القطاعات الأخرى (صناعة، زراعة، صحة...) يحتاج إلى مجموعة من الضوابط والمعايير المهنية التي يجب على المهني الالتزام بها أثناء ممارسته مهنته، ويبقى ميثاق الشرف طليعة أي مناقشة حول أخلاقيات الإعلام، وعلاقتها بالقوانين الضابطة بين الاضطرارية والطواعية.

تبلورت هذه القواعد الأخلاقية ضمن إطار فكري- مهني مخصوص يتعامل مع الصحافة على أنها مهنة سامية، تتطلب التكوين العلمي الأكاديمي المسبق، تكون ممارستها ضمن إطار مؤسساتي يسمح باكتساب الخبرة، فالصحفي المهني المحترف حامل الشهادات في هذه الحالة يحترم أخلاقيات مهنة الصحافة طوعا أو كرها.

غير أنه بظهور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، مشكلة بذلك نموذجا إعلاميا مختلفا تماما عن النموذج الكلاسيكي الخطي، نموذجا متشعبا مكّن كل مواطن عادي من أن يصبح مراسلا صحفيا، فتحول القراء إلى صحفيين لم يتعلموا أبجديات المهنة، ولم يرتادوا كليات ومعاهد الإعلام.

وعلى الرغم من أن العديد من المدونين يرون أنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق موحد يلتزمون به، ويرى قليل منهم أن الحل هو أن تكون هناك تكتلات تلتزم ببعض القواعد، وأن تكون هناك آليات عند المتلقي يستطيع عن طريقها التعامل مع الآراء المتعددة ويتجاهل منها ما يسئ إليه[1]، غير أنه ظهر تيار ينادي بضرورة وجود أخلاقيات تنظم سلوك الصحفي الجديد، وبغض النظر عن الاختلافات الجوهرية بين البيئتين الإعلاميتين، هناك إطار مشترك بينهما، يتعلق بالمعلومة، البحث عنها ونقلها. إنها التركيبة المعيارية للمعلومات، فالممارسات الأخلاقية عامة -وفي قطاع الصحافة بشكل خاص- قيم إنسانية عامة.

وهذا ما أكده الخبير الصحفي المهني- المدون "دان جيلمور" Dan Gillmor في كتابه عام 2004 نحن وسائل الإعلام we the media، فأخلاقيات الصحافة تطبق في جميع البرامج المنشورة قائلا: بغض النظر عن المعدات والتكنولوجيا التي نقبلها، حيث يجب أن نحافظ على لب المبادئ المتضمنة العدل والدقة والتمكن،

1- شريف درويش اللبان: مداخلات في الإعلام البديل والنشر الإلكتروني على الأنترنت، مرجع سبق ذكره، ص.45-46.

وهذه ليست فكرة تخطر في البال فيما بعد ولكنها أساسية في الصحافة المتخصصة التي تتوقع أن تستمر[1].

إن عملية التنظيم في أخلاقيات الإعلام هي بوجه خاص مثيرة للمشكلات، عند الوضع في الاعتبار الحاجة من جانب إلى درجة عالية من الاستقامة الأخلاقية، ومن جانب آخر التحرر من التدخل الحكومي، وهذا يجعل التنظيم الذاتي أكثر جاذبية، بل ربما الشكل الوحيد المناسب لتعزيز السلوك الأخلاقي في الإعلام[2].

فأخلاقيات الإعلام الجديد تدعونا للتخلص من المفهوم المعياري للأخلاق والانخراط في مفهوم جديد قائم على ثقافة الامتناع الذاتي بعيدا عن كل أشكال الرقابة والعقاب والجزاء، وعلى تمكن المتلقي /القارئ على التعاطي بوعي وبخلفية منهجية على هذه الطفرة الإعلامية[3]، وإن ظهرت بعض المواثيق والبنود الخاصة بالأنترنت والمعلومات، فهي لا تتعدى كونها سياسات استخدام ليس إلا Acceptable Use Policies الشائع التداول بين مختلف المواقع الإخبارية والشركات المعنية بالإلكترونيات.

ولا تزال إشكالية أخلاقيات البيئة الإعلامية الجديدة وطبيعة الفاعلين وأدوارهم المختلفة قائمة، تتداخل فيها عدة تخصصات من قوانين وتشريعات، أخلاقيات وأمور تقنية محضة، والحل سيكون مصدره ليس فقط المشرع أو الصحفي بل المجتمع المدني، من خلال استحداث مقاربة جديدة تعتمد على ضرورة وجود مدونة أخلاقية للشبكة العنكبوتية، لتكون أساس بناء مجتمعات المعلومات information societies ومجتمعات المعرفة knowledge societies.

1- جين غوريمان: أخلاقيات الصحافة، مرجع سبق ذكره، ص 421.

2 – ادوارد هـ. سبنس، أندرو الكسندرا، أرون كوين، آني دون: الإعلام والأسواق وأخلاقيات المهنة، مرجع سابق، ص. 208 .

3 – ثريا السنوسي: ثريا السنوسي: صحافة المواطن وإعادة إنتاج الأدوار، مرجع سبق ذكره، ص.95.