

أخلاق الممارسة المهنية للإعلام الجديد.

أ/ وهيبة بشريف،
قسم علوم الاعلام والاتصال،
كلية العلوم الاجتماعية،
جامعة باتنة 1،
wahiba2500@hotmail.fr

الملخص:

حضي موضوع أخلاقيات المهنة الصحفية باهتمام واسع من قبل الباحثين في مجال الإعلام والاتصال من جهة، ومن قبل مزاولو المهنة الإعلامية من جهة أخرى، حيث دعا كل منهما إلى ضرورة تأطير المهنة الصحفية بأطر أخلاقية، تضمن حقوق الصحفيين العاملين في القطاع، وأيضا حق المواطن في معلومة صحيحة وذو مصداقية، وتقف على الوجبات التي لا بد على مزاول المهنة احترامها في أدائه لمهنته، وذلك من خلال التقييد بمواثيق أخلاقيات المهنة و القانون الداخلي للمؤسسة الإعلامية، ومنه كفالة حق الجمهور في إعلام موضوعي، والمحافظة على نزاهة المهنة الإعلامية في الكفة الثانية. مع ظهور الإنترنت، وتلاقح تلك الوسيلة مع الإعلام، الذي نتج عنه ظهور الوسائل الإعلامية الالكترونية، التي طرحت من جديد، حتمية الضبط الأخلاقي، وهذا بوضع مواثيق لأخلاقيات المهنة الصحفية، تواكب وتضبط العاملين في تلك الوسائل. الكلمات المفتاحية: أخلاقيات المهنة، الإعلام الجديد، الصحافة الإلكترونية، التلفزيون الرقمي.

Summary

Ethical professional practice new information

The subject of ethics was given red carpet receptions press releases wide attention by researchers in the field of information and communication on the one hand, and before media profession on the other hand, where each called for the need to contextualize the profession of journalist, ethical frameworks to ensure the rights of the journalists working in the private sector, and also the right of the citizen in the information is correct and credible, and stands on the snack that must be respected for practicing the profession in the performance of his career, and through the observance of adherence to the ethics and the domestic law of the media institution, including ensuring the right of the public to inform the objective, the preservation of the integrity of the media profession in the balance in the second.

With the advent of the Internet, and the cross-pollination of that method with the media, which has resulted in the emergence of electronic media, raised again, the

imperative of moral control, this is the elaboration of codes of ethics for the profession of journalist, keep pace with 143-147 Employees in those means.

Keywords: Ethics, new media, electronic media, digital television.

مقدمة:

إن المستجدات الجديدة التي برزت في قطاع الإعلام، استدعت تشريعات قانونية خاصة، تتماشى مع التطورات الجديدة التي شهدتها الإعلام، والتي برزت في وسائل الإعلام الجديد، وهو ما ألح على ضرورة وجود ضبط قانوني للمهنة الإعلامية، في المقابل، طرحه لحتمية "الضبط الأخلاقي"، حيث تميزت المواثيق الأخلاقية الجديدة، بتقييدها للصحفي من جهة، من أجل الوصول إلى إعلام موضوعي، ومن جهة أخرى، تقييد الجمهور، كون هذا الأخير أصبح جمهورا تفاعليا يعلق على الأحداث، ويتراسل مع الهيئة الصحفية للمؤسسة الإعلامية لإبداء رأيه، إضافة إلى مساهمته في تشكيل المحتوى الإعلامي لما أصبح يعرف ب"صحافة المواطن"، ومما سبق، يتبادر إلينا طرح الإشكالية التالية: ماهي دواعي أخلقة الممارسة المهنية للإعلام الجديد؟.

وتفرعت عن الإشكالية، مجموعة من التساؤلات، تمثلت في:

- ماهي أهداف مواثيق أخلاقيات المهنة الصحفية للإعلام الجديد؟
 - هل تضبط أخلاقيات المهنة العمل الصحفي للإعلام الجديد؟
- لمعالجة هذه الإشكالية نعتد على المحاور التالية:

أولا: الخلفية المفاهيمية،

ثانيا: سمات الإعلام الجديد،

ثالثا: بدايات أخلاقيات المهنة الصحفية وتطورها،

رابعا: ضرورة الضبط الأخلاقي للإعلام الجديد.

أولا: الخلفية المفاهيمية

01. أخلاقيات المهنة الإعلامية: *Ethics Of Journalism*

يعود هذا المفهوم إلى عام 1916 في السويد، ثم في فرنسا عام 1918، ثم اعتبر هذا المفهوم من أهم الأسس التي تقوم عليها نظرية المسؤولية الاجتماعية، ومنه يمكن تعريف أخلاقيات الصحافة بأنها: "مجموعة المعايير والقيم المرتبطة بمهنة الصحافة، والتي يلتزم بها الصحفيون في عملية استقاء الأنباء ونشرها والتعليق عليها، وفي طرحهم لأرائهم، وفي

قياسهم بوظائف الصحافة المختلفة، وهذه المعايير المهنية تقوي إحساس الصحفي بمسئولية الاجتماعية للصحفيين والتزامهم بأخلاقيات مهنة الصحافة.⁽¹⁾

ويقصد إعلامياً بأخلاقيات المهنة الصحفية هي تلك "الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحلى بها كل صحفي، والمتمثلة أساساً في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة وواضحة، مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام، عن طرق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص، وتصحيح الأخطاء في حلة وجودها."⁽²⁾

02. الإعلام الجديد:

لا بد من الاعتراف هنا بصعوبة تقديم تعريف محدد للإعلام الرقمي أو الإعلام الجديد، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية والثقافية، مازال تنظيره تائهاً بين علوم الإنسانيات ونظريات المعلومات والاتصالات، وما سيقدمه هذا البحث محاولة متواضعة في هذا المجال.

إن الإعلام الجديد هو إعلام عصر المعلومات، فقد كان وليداً لتزاوج ظاهرتين بارزتين عرف بهما هذا العصر ظاهرة تفجر المعلومات (*Explosion Information*)، وظاهرة الاتصالات عن بعد (*Telecommunication*).⁽³⁾

والإعلام الجديد هو مصطلح ظهر فعلياً مع نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحادي والعشرين بسبب ظهور وسائل إعلامية إلكترونية متقدمة جداً قادرة على ربط الناس في كل الظروف والأحوال بالمعلومة، وتقوم هذه الفلسفة على مبدأ استغلال بين الوسائل المحسوبة والشبكات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصالات المتقدمة للوصول الأكبر عدد ممكن من الجمهور المهتم بالمعلومة التي تقدمها مؤسسة الإعلام بأقل تكلفة وأقصر طريقة وأسرع نقل للمعلومة زمنياً.⁽⁴⁾

03. الصحافة الإلكترونية:

لقد أطلق على الصحافة الإلكترونية العديد من المصطلحات، نذكر منها: الجريدة الإلكترونية، الصحافة المنشورة عبر الانترنت، صحافة النت، الصحافة غير ورقية، وغيرها. نعرف الصحافة الإلكترونية حسب ما جاء في الموسوعة الإعلامية، بأنها "توظيف خدمة الفيديو تيكس (البيانات المرئية) التفاعلية، ثنائية الاتجاه في تقديم طبعات إلكترونية من

الجرائد، ويتم النفاذ إليها بواسطة المشترك بأسلوب النفاذ إلى بنوك المعلومات، بالضغط على النهاية الطرفية للحاسب الإلكتروني." (5)

أما تعريف آخر فركز على الاتصال الذي تمنحه هذه الصحافة للأفراد، فعرفت على أنها " نوع من الاتصال بين البشر، يتم عبر الفضاء الإلكتروني، الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى، تستخدم فيه فنون واليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات واليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط اتصال بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة." (6)

04. التلفزيون الرقمي:

يعتبر من أحدث التطورات التي بدأ زحفها للمنازل، والتي أصبح بإمكان المشاهدين لها التمتع بالمزايا والخدمات التي توفرها تكنولوجيا التلفزيون الرقمي، متابعة كل أخبار التي يعرضها. (7)

ثانيا: سمات الإعلام الجديد:

01. التفاعلية:

تعني رجوع الصدى، وقد عرف *Durlak* التفاعلية بأنها " العملية التي يتوافر فيها التحكم في وسيلة الاتصال من خلال قدرة المتلقي على إدارة عملية الاتصال عن بعد، كما عرفها *Refaeli* بأنها " أحد القنوات التي يمكنها نقل رد فعل الجمهور إلى المرسل ووصفها بالاستجابة".

وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لأصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات، كما يمكن من خلال التفاعلية الاستفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحفية للصحف المطبوعة. (8)

02. اللاتزامنية:

وتكون في بعض الخدمات، في البريد الإلكتروني على سبيل المثال يمكن للمستخدم إرسال واستقبال رسائل فورية، كما يمكنه استقبال رسائل في غير أوقات إرسالها، فيتم الاحتفاظ بها في صندوق البريد الخاص به *Inbox* لحين دخول إليه، ويستطيع تأجيل إرسال الرسالة لتصل إلى المرسل إليه في موعد محدد. (9)

03. قابلية التوصيل:

وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بأنواع كثير من أجهزة أخرى، وبغض النظر عن الشركة الصانعة لها أو البلد الذي تم فيه الصنع، ومثال على ذلك توصيل جهاز الهاتف بجهاز الفيديو.⁽¹⁰⁾

04. تفتت الجماهير (Media Fragmentation):

ويقصد بذلك زيادة وتعدد الخيارات أمام مستهلكي وسائل الإعلام والذين أصبح وقتهم موزع بين العديد من الوسائل مثلا لمواقع الإلكترونيّة وشبكات التواصل الاجتماعيّة والهواتف الذكية وألعاب الفيديو الإلكترونيّة بجانب الوسائل التقليديّة من صحف وإذاعة وتلفزيون.⁽¹¹⁾

05. الوسائط المتعددة Multimedia:

تستهدف إيضاح المعاني، وتقوم على دمج النصوص والرسوم والصور الثابتة والمتحركة بالأصوات والتأثيرات المختلفة. لتوصيل الأفكار والمعاني، ويرى *Gibbs* أنه " يمكن للوسائط المتعددة وبفضل ما تتوافر عليه من سمات تحسين الاتصال، وإثراء المواد المقدمة عبرها."⁽¹²⁾

06. التحول من النظام التماثلي إلى النظام الرقمي:

في النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر واحد، وعند وصول المعلومة إلى المستقبل يقوم بدوره بترجمتها إلى صوت أو صورة أو غير ذلك، ويقوم النظام التماثلي من ناحية أخرى بنقل المعلومة على شكل موجة متسلسلة، ومادام أن الإشارات الرقمية تكون صفر وواحد فإن النظام الرقمي يكون أشد نقاء وخاليا من التشويش.

07. قابلية التحرك:

تتجه وسائل الاتصال الجديدة إلى صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، ومثال هذا أجهزة التلفاز ذات الشاشة الصغيرة التي يكن استخدامها في السيارة مثلا.

08. الانتشار Ubiquity

09. الكونية Globalization⁽¹³⁾

ثالثا: بدايات أخلاقيات المهنة الصحفية

01. فرنسا:

تعتبر أولى المحاولات في وضع أخلاقيات للمهنة الصحفية برزت في 1918 بفرنسا، فبعد الحرب العالمية الأولى وبعد الدور الذي لعبه الإعلام خلال هذه الحرب، فظهر بذلك ما عرف بـ "ميثاق أخلاقيات المهنة للصحفيين الفرنسيين"، الذي يعتبر أول تقنيين في مجال أخلاقيات المهنة في فرنسا، حيث جاء فيه ما يلي:

- الصحفي الجدير بهذا اللقب مسؤول عن كل ما يكتبه من مقالات حتى تلك المجهولة الاسم،

- الامتناع عن الانتحال وذكر أسماء زملائه في حالة إعادة إنتاج مقالاتهم،

- عدم استغلال منصبه كصحفي لتلبية مصالحه الخاصة واستغلال الحرية،

- الحرص على تحقيق العدالة والمطالبة بنشر المعلومات النزهة وبكل حرية.

ويعتبر هذا النص من أقدم النصوص المتبناة من طرف النقابة الوطنية للصحفيين الفرنسيين (SNJ)، كما تم في سنة 1969 تم تعديل نص الميثاق، ومراجعتة من قبل النقابة.⁽¹⁴⁾

وقد ظهرت أربع دراسات بارزة مطولة على شكل كتب، وهي: مبادئ الصحافة تأليف "كاسبادبوست" (Yost) سنة 1924، وأخلاقيات الصحيفة تأليف "وليام جيبونز" (Girolons) سنة 1926، كما تم تبني مجموعة مبادئ أخلاقية من قبل الجمعية الأمريكية لمحورية الصحف في عام 1923، وكذلك من قبل جمعية الصحفيين المحترفين "سيجما لتانتسي" في عام 1926.⁽¹⁵⁾

02. الولايات المتحدة الأمريكية:

أما المحاولة الأخرى، كانت في مجال وضع أخلاقية المهنة الصحفية، كانت في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد اصطلح عليه "قانون الآداب" *Code of Ethics: Sigma Delta* عام 1926 من طرف نقابة صحيفة مهنية، التي كان لها سيط واسع بين الصحفيين ضم ثلاثة محاور أساسية، محور خاص بالآداب وحوار ثاني عنون بمحور الدقة الموضوعية، ومحور الثالث فورد تحت عنوان قواعد السير المهني.⁽¹⁶⁾

03. بريطانيا:

وفي سنة 1838، وتحديدا في بريطانيا، نص "قانون السلوك" الذي تبنته النقابة الوطنية للصحفيين على النقاط الآتية:

- على الصحفي احترام مبادئ وأخلاقيات المهنة في الممارسة الإعلامية،
- الدفاع عن حرية الصحافة فيما يخص:
 - ✓ الحصول على المعلومات،
 - ✓ حرية التعبير والتعليق والنقد،
 - ✓ محاربة التشويه، الحذف والرقابة.
- الحصول على المعلومة الدقيقة والبعيدة عن التعاليق والتخمينات،
- عدم التدخل في الحياة الشخصية للأفراد،
- رفض الرشوة وكل نشاط من شأنه المساس بحرية الصحفي،
- الامتناع عن تشجيع التمييز العنصري القائم على أساس العرق، اللون، الدين والجنس.⁽¹⁷⁾

وأیضا على غرار دول الأوروبية وأمريكا، حاولت بعض دول الوطن العربي أن تضع ميثاق لأخلاقيات المهنة، ومن بين تلك الدول العربية السبأقة في وضع ميثاق لأخلاقيات المهنة مصر.

04. مصر:

جاءت المحاولة الأولى لوضع ميثاق أخلاقيات المهنة الإعلامية، في شكل رسالة دكتوراه لدكتور "مختار التهامي" من قسم الصحافة بجامعة القاهرة، واحتوت هذه المبادرة على المستوى العربي على بنود ومواد منظمة ومؤطرة المهنة الصحفية هي:

- الدفاع عن السلام والابتعاد عن التعصب واحترام الكرامة البشرية والمسارات بين الناس،
- التعاون بين الشعوب وتدعيم أوصال الأخوة بينها لتحقيق السلام، وهو الهدف الأساسي للصحفي باعتبار وسائل الإعلام أقوى وأقدر وأهم وسيلة لنشر الثقافة وتبادلها بين الشعوب.

وبعد هذه المبادرة، أصدرت جهة حكومية وهي إحدى لجان المؤتمر القومي للجمهورية العربية المتحدة عام 1960، تحت عنوان ميثاق شرف للمشتغلين في وسائل الإعلام، وأهم ما جاءت به كإضافة للمبادرة السابقة حثها على إبراز القومية العربية والدعوة للوحدة، كما جاء في القسم الأول للمبادرة الدعوة للتمسك بالمبادئ الدينية والديمقراطية بالمفهوم الاشتراكي.⁽¹⁸⁾

رابعاً: حتمية الضبط الأخلاقي للإعلام الجديد

تحدث " الدكتور محمود درويش اللبان" بأن العديد من العاملين في الإعلام الإلكتروني، يرون بأنه لا يوجد مجال لوضع ميثاق شرف يلتزمون به، ويرى القلة 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 يسيء إليه.

إن ما يثير إشكالية ضرورة التوصل لميثاق شرف العاملين في الإعلام الإلكتروني هو عديد من المظاهر التي يمكن أن نرصدها في الإعلام الإلكتروني ومنها الشك في مصداقيته، 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 أبعد من ذلك.⁽¹⁹⁾

كما رفعت شركة "فياكوم" العملاقة، والتي تطالب بتعويضات تصل لمليار دولار من شركة "جوجل" وموقعها لتبادل ملفات الفيديو على شبكة الإنترنت (يوتيوب)، واتهامها بأنها متورطة في أعمال سرقة واسعة النطاق لمحتوياتها التي تعرضها على موقعها، حيث تعد شركة "جوجل" واحدة من أكبر الشركات التي تملك أسهما في شركة "تايم وارنر".

أيد الأمريكيون فرض ضوابط على الإنترنت، وذلك ظهر جلياً في مسح إحصائي أجراه معهد "بيوانترنت"، الذي يتخذ من أمريكا مقراً له عام 2002، أن 69% من المواطنين الأمريكيين يعتقدون بأنه يتعين على الحكومة عمل كل ما في وسعها للحفاظ على المعلومات بعيداً عن متناول الإرهابيين، حتى لو تطلب ذلك حرمان الجمهور من تلك المعلومات.⁽²⁰⁾

كما أن التطور التكنولوجي للمعلومات، الذي أثر على القطاع الإعلامي، فخلق منافسة شرسة له من قبل وسائل أخرى، تتميز بسرعة في نقل الأحداث، مما جعل المؤسسات الإعلامية تحاول أن تستفيد من هذه الوسائل التكنولوجية، لتستطيع منافسة تلك الوسائل في الوقت ذاته، مما جعل المؤسسات الإعلامية تتبنى مواقع الكترونية خاصة بها،

تساعدها في معرفة آراء الجمهور، إضافة إلى نشر الخبر في الوقت المناسب، لتحقيق السبق الصحفي، وعلى سبيل المثال نذكر الموقع الإلكتروني لقناة الـBBC، الذي تنشر فيه مختلف الوقائع الحاصلة، ولكن في ظل ارتفاع المناداة بضرورة أخلقة الإعلام الإلكتروني الجديد، جعل العديد من المؤسسات الإعلامية تحاول أن تضبط الصحفيين العاملين بها، وتلزمهم بضرورة احترام موثيق أخلاقيات المهنة، ومن جهة أخرى ظهر إشكال آخر، وهو محاولة الضبط الأخلاقي لتعليقات الجمهور، مما أدى بمؤسسة الـBBC وضع ما يعرف بـ:

01. شروط وأخلاقيات النشر في موقع الـBBC:

يحدد الموقع حقوق النشر وشروط وأخلاقيات المشاركة في المواقع، إضافة إلى الإجراءات التأديبية على النحو الآتي:

- كل الحقوق بما فيها حقوق النشر، الخاصة بمحتويات هذه الصفحات التابعة ل بي بي سي على الإنترنت، مملوكة ل بي بي سي أو خاضعة لمراقبتها،
- عند الدخول صفحات بي بي سي على الإنترنت، فإنك توافق على أنك قد تتحمل المحتويات لاستخدامك الشخصي غير التجاري،
- لا يجوز الاستنساخ أو إذاعة أو تحميل أو تخزين (بأية وسيلة) أو إرسال أو عرض أو تشغيل مواد أمام الجمهور أو اقتباس أو تغيير، بأي صور من الصور، مضمون صفحات بي بي سي المنشورة على الموقع الإلكتروني لأي هدف، دون الحصول على إذن مكتوب من بي بي سي.⁽²¹⁾
- ينذر العضو عند طرحه الآتي:
- المشاركات السيئة بمجملها للأداب العامة،
- المشاركات التي تحتوي تعليم للتحسس والاختراق أو نقل وصلات لمواقع تقوم بالتعليم عليها،
- المشاركات التي تتضمن مراقبات علمية أو الاعتداء على الحقوق الفكرية للآخرين،
- المشاركات التي تتضمن نشر الإشاعات المغرضة أو التحريض على الآخرين،
- التدخل في خصوصيات الغير كالأمر الشخصية لأحد الأعضاء أو الإداريين والمشرفين ورجال الدين والمجتمع،

- تكرار القيام بأعمال استفزازية للأعضاء.

02. أخلاقيات التعليق على المدونات:

قبل الحديث عن الضبط الأخلاقي لتعليقات على المدونات الإلكترونية، لابد أن نعرف ما المقصود بالمدونات الإلكترونية؟، تعد المدونة "تعريب لكلمة *Blog* بالانجليزية، وهي اختصار لكلمتي *web log* بمعنى سجل الشبكة، والمدونة هي تطبيق من تطبيقات الإنترنت الحديثة، التي تتيح للأفراد والجماعات والمؤسسات وخاصة الأفراد إمكانية وضع قدم في الشبكة العنكبوتية بواسطة صفحة ويب تحتوي في معظم الأحيان على معلومات ومواضيع ووجهات نظر شخصية أو خاصة"⁽²²⁾.

ولعل من أبرز الباحثين الذين اهتموا بالمدونة الإلكترونية هو "هشام عطية عبد المقصود" الذي رأى بأن "الباحثون يعتبرون أن المدونات الإلكترونية أعادت تنشيط المجال السياسي ودعم مشاركة المواطنين نتيجة كونها تنمو بمعدلات مؤثرة"⁽²³⁾.

تمثلت أخلاقيات التعليق على المدونات الإلكترونية فيما يلي:

- لا تخرج عن الموضوع،
- ساهم بمعلومات جديدة إلى النقاش ولا تعلق لمجرد التعليق،
- اعرف متى تعلق ومتى ترسل رسالة الكترونية،
- اجعل نبرة رسالتك واضحة،
- تحمل مسؤولية تعليقك (بوضع اسمك وعنوان مدونتك وليس تعليقات مجهولة)،
- كن مهذبا ولا تعلق عندما تكون غاضبا أو منفعلًا أو سكران.⁽²⁴⁾

اقترح "الدكتور محمود درويش اللبان" حلول لفض الاشتباك بين السلطة والعاملين في الإعلام الإلكتروني، سواء في مصر أو العالم العربي، والتي تمحورت في التنظيم الذاتي، سواء على شكل اتحاد عربي للعاملين في الإعلام الإلكتروني، أو اتحاد محلي (داخل كل دولة عربية على حدة) لهم، ويعتقد أن هذا التنظيم هو من الأمور المفيدة للتغلب على الفوضى القائمة في التدوين، ويعتقد بأنه إذا لم يقم العاملون في الإعلام الإلكتروني بتنظيم أنفسهم ذاتيا، فسوف يتم فرض هذا التنظيم عليهم من خارجهم من قبل الدولة، التي لن تسمح

باستمرار هذه الفوضى، وبالتالي فمن الأجدى عدم رفض هذا الاقتراح الذي أعتبره مبادرة للحفاظ على سقف الحرية الذي وصلوا إليه.⁽²⁵⁾

وللإشارة فقد توصلت الدراسة التي أعدتها هيئة تحرير "راديو عمان نت" بعنوان "أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية" إلى أن أهم أخلاقيات العمل على الإنترنت في المجال الإعلامي تتمثل في كسب ثقة الناس، وذلك عبر الالتزام بالمصداقية والموضوعية وإدراك خدمة المصلحة العامة، وحماية المجتمع من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث، وتوفير نطاق واسع من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ القرارات الصحيحة، بالإضافة إلى المحاربة من أجل جعل النشاطات التجارية الخاصة والعامة علنية، فهو يدعم الثقة بين الوسيلة الإعلامية والجمهور.

ويقول أيضا في هذا السياق، مبرمج ورئيس اللجنة الإعلامية لاتحاد المعلمين المصريين بالمملكة العربية السعودية "علاء صقر": "إن ميثاق أخلاقيات الإعلام الإلكتروني أصبح مطلباً ملحاً، لأن ذلك يؤدي إلى الارتقاء بالأداء المهني لهذا النوع من الإعلام"، وأن وضع أخلاقيات للعمل الإلكتروني الهدف منه هو التنظيم لا التعقيد، وليس السيطرة على المواقع الإلكترونية، حيث أن الممارسة الإعلامية النزهة أيا كانت مصادرها الإلكترونية أو الورقية لا بد أن تلتزم لمجتمعها بحقين أساسيين أولهما: حق الناس في الإطلاع وثانيهما: حق الجمهور في التعبير.⁽²⁶⁾

الخاتمة:

تعتبر الأخلاق التعبير الأشمل والأقوى لممارسة المهنة الإعلامية كما ينبغي، لأنها قانون داخلي وخارجي معا، وهذا أخذنا بقول الرسول صلى الله عليه وسلم "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق"، ولذلك يحاول أصحاب الموثيق الأخلاقية أن يرتقوا بالمهنة الإعلام، وهذا لا يكون إلا بالالتزام الصحفي بتلك البنود التي نصت عليها الموثيق الأخلاقية.

تهدف أخلاقيات المهنة للإعلام الجديد أن تجذب الصحفيين إلى التحلي بأخلاقيات المهنة الإعلامية، وهذا لضمان الممارسة الإعلامية السوية، التي تسعى بدورها إلى حماية حقها في الحصول على المعلومات المختلفة، وهو ما يمكن الجماهير من معرفة ما يحدث في المجتمع، ويمكن أيضا من استخدام ومزاولة المهنة الصحفية، ونقل الأخبار المسبوغة بأرائه ووجهات نظره.

قائمة المصادر والمراجع:

01. القواميس والموسوعات:

- حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م1.
- حجاب محمد منير، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م3.
- الفارم محمد جمال، المعجم الإعلامي، طبعة 2010، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006.

02. الكتب:

- الخطاب فارس حسن، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007.
- زيد منير سليمان، الصحافة الإلكترونية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2008.
- عبد الحميد صلاح، الإعلام والثورات العربية، ط1، القاهرة، مؤسسة طبعة للنشر والتوزيع، 2013.
- لعلاوي خالد، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري: دراسة قانونية بنظرة إعلامية، ط1، الجزائر، دار بلقيس للنشر والتوزيع، 2011.
- محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008.
- هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الأملية للنشر والتوزيع، 2012.

03. دوريات:

- شيخاني سميرة، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، 2010، م26.

04. المذكرات والاطروحات الجامعية:

- بوزرق رودانيا، أخلاقيات ممارسة الصحافة المكتوبة في الجزائر: دراسة ميدانية بجريدة آخر ساعة-عناية، مذكرة تخرج لنيل شهادة في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة تبسة، 2009-2008.

05. المؤتمرات:

- مسعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 13-15 ديسمبر 2011.

06. المواقع الالكترونية:

- <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/222242>.
- <http://www.acrseg.org/36569>.

الهوامش:

- ¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م1، ص ص139، 138.
- ² خالد لعلوي، جرائم الصحافة المكتوبة في القانون الجزائري: دراسة قانونية بنظرة إعلامية، ط1، الجزائر، دار بلقيس للنشر والتوزيع، 2011، ص116.
- ³ سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول، 2010، م26، ص 442.
- ⁴ محمد عواد، مدخل إلى الإعلام الجديد، {د، ب، د، د}، ص15.
- ⁵ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، م3، ص925.
- ⁶ زيد منير سليمان، الصحافة الالكترونية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر، 2008، ص11.
- ⁷ محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، طبعة 2010، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006، ص117.
- ⁸ فارس حسن الخطاب، الفضائيات الرقمية وتطبيقاتها الإعلامية، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص67.
- ⁹ رضا عبد الواجد أمين، الصحافة الالكترونية، ط1، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2007، ص73.
- ¹⁰ سميرة شيخاني، الإعلام الجديد في عصر المعلومات، مجلة دمشق، العدد الأول والثاني، 2010، م26، ص447.
- ¹¹ مسعود صالح، الإعلام الجديد وقضايا المجتمع: التحديات والفرص، المؤتمر العالمي الثاني للإعلام الإسلامي، كلية الآداب، قسم الإعلام، جامعة الملك عبد العزيز، السعودية، 13-15 ديسمبر 2011.
- ¹² فارس حسن الخطاب، المرجع السابق، ص69.
- ¹³ صلاح عبد الحميد، الإعلام والثورات العربية، ط1، القاهرة، مؤسسة طبية للنشر والتوزيع، 2013، ص231.
- ¹⁴ خالد لعلوي، المرجع السابق، ص14، 15.
- ¹⁵ سناء جبور، الإعلام الاجتماعي، ط1، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص142.
- ¹⁶ بوزرق رودانيا، أخلاقيات ممارسة الصحافة المكتوبة في الجزائر: دراسة ميدانية بجريدة آخر ساعة-عناية، مذكرة تخرج لنيل شهادة في علوم الإعلام والاتصال، كلية الآداب واللغات والعلوم الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، جامعة تبسة، 2009-2008، ص46.

¹⁷ خالد لعلاوي، المرجع السابق، ص 23.

¹⁸ بوزرق رودانيا، المرجع السابق، ص 48.

¹⁹ <http://www.acrseg.org/36569>, 05-04-2016, 15:35.

²⁰ محمود علم الدين، الصحافة الإلكترونية، ط1، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2008، ص 287.

²¹ محمود علم الدين، المرجع السابق، ص 314، 319.

²² هارون منتصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة: المسائل النظرية والتطبيقية، ط1، قسنطينة، دار الألفية للنشر والتوزيع، 2012، ص 231.

²³ صلاح عبد الحميد، المرجع السابق، ص 30.

²⁴ محمود علم الدين المرجع السابق، ص 321، 322.

²⁵ <http://www.acrseg.org/36569>, 05-04-2016, 15:35.

²⁶ <http://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/222242>, 05-04-2016, 15:40.