

## الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دوافع الأخلقة والمتطلبات الأخلاقية Media practice in new media: the motives of moralisation and moral requirements

د. نصر الدين بوزيان  
كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري  
جامعة قسنطينة 3  
nasrojour@hotmail.fr

تاريخ القبول: 2020/11/15

أ. عائشة كريكت\*  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
جامعة جيجل  
aichakriket18@gmail.com

تاريخ الإرسال: 2020/06/28

### الملخص:

يعالج البحث دوافع أخلقة الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة والمتطلبات الأخلاقية الأساسية الواجب توفرها في الممارسات الإعلامية سيما من قبل الفاعلين الجدد في إطار ما يعرف بصحافة المواطن، وذلك بالنظر للإشكاليات الناتجة عن تطورات الممارسة الإعلامية والتجاوزات المسجلة والمرشحة للارتفاع في ظل الانتشار المتزايد للوسائط الاتصالية والتكنولوجية وتزايد الإقبال عليها واستخدامها والحاجة إليها كألية لدمقرطة الإعلام وتعزيز الممارسة الديمقراطية. ويعد هذه البحث محاولة للإحاطة بممارسة صحافة المواطن في الوسائط الجديدة التي تعد أبرز وجه للممارسة الإعلامية في البيئة الاتصالية المعاصرة. **الكلمات المفتاحية:** الممارسة الإعلامية؛ الوسائط الجديدة؛ أخلاقيات الإعلام؛ صحافة المواطن

### Abstract:

The research addresses the motives of media ethics practice in the new media and the basic ethical requirements that must be met in media practices, especially by new actors in the framework of what is known as citizen journalism, in view of the problems resulting from developments in the media practice and excesses that happened which may be more because of the increasing proliferation of communication and technological media and the increasing of it use and needed as a mechanism for democratizing the media and promoting democratic practice.

This research is an attempt to brief the practice of citizen journalism in new media, which is the most prominent aspect of media practice in the contemporary communication environment.

**Key words:** Media practice; New media; Media ethics; Citizen journalism.

### مقدمة:

تؤدي وسائل الإعلام العديد من الوظائف الحيوية في المجتمع، وفي ظل البيئة الإعلامية الإلكترونية، شهد المشهد الإعلامي والاتصالي تحولات هامة ارتبطت أساسا بدخول أطراف جدد في عملية إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي والاتصالي.

\* المؤلف المرسل.

إن تحول الجمهور من مستقبل إلى مستخدم ومنتج يضطلع بتأدية دور الصحفي، شكل جملة من التأثيرات على الممارسة الإعلامية سيما في ظل غياب قوانين تضبط هذه الممارسة من جهة، وهامش الحرية التي تتيحها بها الوسائط الإعلامية الجديدة من جهة أخرى.

ولهذا تأتي هذه الدراسة للحديث عن أخلاقيات الممارسة الإعلامية في بيئة الإعلام الجديد والتي لا تتجسد حسب هذه الدراسة في أخلاقيات الصحفي فحسب بل أيضا في أخلاقيات المواطن الصحفي، وهذا من خلال مجموعة من العناصر تراوحت بين إطار مفاهيمي وإحاطة عامة بممارسة صحافة المواطن في الوسائط الجديدة.

### 1- إشكالية:

إن أحد أبرز الإشكاليات الخاصة بأخلاقيات الممارسة والنشاط الإعلامي ترتبط بما بات يعرف بالإعلام "الجديد"، فعملية جمع الأخبار ومعالجتها وتحليلها والتعليق على الأحداث لم تعد حكرا على المؤسسات الإعلامية التي هيمنت لزمان طويل على وظيفة إعلام الجمهور وإشباع حاجاته المعرفية، فبعدها حل مفهوم الجمهور النشط محل الجمهور السلبي منتصف القرن الماضي، فإن الجمهور المنتج والمواطن الصحفي أبرز ما يميز مطلع القرن الحالي.

ويمكن الحديث عن بروز معالجة المواطن لقضايا الشأن العام بالموازاة مع الصحفي عبر الوسائط الإلكترونية المختلفة سواء كانت مواقع الكترونية أو مواقع للتواصل الاجتماعي أو مواقع للتدوين والتي أصبح لها أشخاص ينشطون كصحافيين يعملون على نشر الأخبار في مختلف المجالات.

وبالرغم من انتشار الظاهرة إلا أن هذه الممارسات الإعلامية غير مؤطرة قانونيا ولا تخضع لضوابط ومواثيق في الكثير من الدول خلافا للنشاط الصحفي الذي يمارسه متخصصون ويخضع لتنظيم قانوني وأخلاقي مكتوب، وهو ما يطرح إشكالية الالتزام القانوني والأخلاقي للمواطن الصحفي ويستوجب التفكير في آليات معالجة هذه الإشكالية التي تأخذ أبعادا أوسع في ظل الانتشار المضطر للوسائط الاتصالية وتزايد إنشاء المنصات والحسابات الإلكترونية والتطورات المتلاحقة المنتظرة.

وبالرغم من أهمية ودور التشريع القانوني في مواجهة الكثير من الاختلالات الناتجة عن توظيف واستغلال الوسائط الإعلامية الإلكترونية، تبقى أخلة نشاط المستخدمين الإعلاميين أو ما سنصطلح عليه بصحافة المواطن -كما يشاع تسميتها- أحد أهم السبل في تقديرنا لمجابهة والوقاية من الانحرافات والاختلالات التي ترافق استخدام الوسائط الاتصالية المعاصرة.

ومن هذا المنطلق يأتي هذا البحث ليتساءل: ماهي دوافع أخلة الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة والمتطلبات الأخلاقية الأساسية الواجب توفرها في الممارسات الإعلامية سيما من قبل الفاعلين الجدد في إطار ما يعرف بصحافة المواطن؟

### 2- أهمية الدراسة:

تعد الدراسة إضافة للتراث العلمي الموجود حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة، إذ لا يزال النقاش قائما خصوصا حول مواثيق الشرف الخاصة بالإعلام الجديد وأخلاقياته، فهذه الدراسة جزء من الدراسات الممهدة لذلك وهذا من خلال صحافة المواطن، للخروج باستنتاجات عامة حول دوافع ومتطلبات أخلة الإعلام الجديد.

### 3- أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- إلقاء الضوء على الدوافع والمتطلبات الأخلاقية للممارسة الإعلامية عبر الوسائط الجديدة وهذا من خلال صحافة المواطن كممارسة إعلامية  
- التوصل إلى استنتاجات لتفسير أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة وهذا نظرا للتداخل الموجود بين ما هو مهني وغير مهني

#### 4- الإطار المفاهيمي للدراسة:

نستعرض فيما يلي عددا من المفاهيم المرتبطة بموضوع البحث:

4-1- أخلاقيات الإعلام: نتطرق قبل ذلك إلى مفهوم الأخلاق والأخلاقيات كالتالي:

#### 4-1-1- الأخلاق:

**لغة:** مفردا خلق وهو الدين والطبع والسجية، وهو اسم لصورة الإنسان الباطنة وأوصافها ومعانيها المختصة بها، ولها أوصاف حسنة وقيحة<sup>1</sup>.

**اصطلاحا:** تعرف بأنها القاعدة أو القواعد من السلوك التي يلتزم بها الإنسان الذي يعيش في جماعة. كما تعرف أيضا بأنها مجموعة الأفكار والأحكام والعادات التي تتصل بحقوق الناس وواجباتهم تجاه بعضهم البعض، والتي تجد قبولا واعترافا من قبل أفراد حضارة أو عصر ما<sup>2</sup>.

ونلاحظ أن الأخلاق اكتست صفة القاعدة في التعريف الأول والتي غالبا ما توظف في الاصطلاح القانوني تدليلا على أهمية الأخلاق في الحياة الاجتماعية، فضلا عن كونها تحدد وتضبط سلوك الفرد ضمن الجماعة، فالأخلاق لها بعد تنظيمي للسلوكيات ما يجعلها تتقاطع مع القانون في نفس الغاية، في حين يعتبر التعريف الثاني الأخلاق على أنها عادات تحكم الجماعة وتنظم الحقوق والواجبات، فيبرز صفة توارثها من جيل لآخر واشتراك الناس في مرجعيتهم للحكم على سلوك معين. وعليه، فإن الأخلاق هي بمثابة القواعد والأحكام التي تحكم الجماعة وتحدد سلوك الأفراد، فالهدف هو تنظيم الحقوق والواجبات.

4-1-2- الأخلاقيات: الأخلاقيات تشترك مع المصطلح السابق في الاشتقاق اللغوي لكنها تعبر في مدلولها على نظام من المبادئ التي ترشد وتوجه العمل وتكون مبنية على قيم شخصية ومهنية واجتماعية وأخلاقية وتنشأ عن التفكير السليم، وهي أداة مهمة لإلزام المهنيين بتقديم خدمة جيدة للمجتمع ولها أهمية في تحسين مستوى أي مهنة<sup>3</sup>. إنها أيضا، مجموعة من المعايير السلوكية التي من المفروض أن يلتزم بها صاحب المهنة، فهناك أخلاقيات مهنة الطب، مهنة المحاماة، التعليم وغيرها، وهي تتكون من جزأين: أخلاقيات عامة وهي أخلاقيات مشتركة بين جميع المهن مثل الصدق والأمانة... الخ وأخلاقيات خاصة بكل مهنة على حدة، وهي في الواقع الأخلاق الحسنة التي يجب أن يتحلى بها سائر الناس<sup>4</sup>.

وعليه فالأخلاقيات هي كل ما يمكن أن ننظم به مهنة معينة من مبادئ تفرض على المزاولين للمهنة الالتزام بها من خلال موثيق شرف، وهذا كله في سبيل خدمة الصالح العام.

وعليه فإن أخلاقيات الإعلام التي تسمى كذلك بأخلاقيات المهنة الصحفية وأخلاقيات الممارسة الإعلامية تمثل الالتزامات الأساسية التي يجب أن يتحل بها كل صحافي والمتمثلة أساسا في ضرورة العمل من أجل الوصول إلى تغطية منصفة وشاملة ودقيقة مع مراعاة حماية المصادر وتحقيق الصالح العام عن طريق احترام القانون وحقوق الحياة الخاصة للأشخاص وتصحيح الأخطاء في حال وجودها<sup>5</sup>. إنها أيضا مجموع المبادئ الأخلاقية التي تحكم مهنة الصحافة كمهنة، وهذا من خلال الممارسة الأخلاقية التي تتطلب بدورها مسالة الاحتراف<sup>6</sup>.

ولهذا فأخلاقيات الإعلام هي مجموع المبادئ والمعايير التي يخضع لها الصحفي في الممارسة الإعلامية عبر وسائل الإعلام المختلفة التي تحدد ما يجب وكيف يجب أن يكون عليه المضمون الإعلامي في إطار المسؤولية الاجتماعية، سواء نصت عليها القوانين أو المواثيق المهنية.

**4-2- الممارسة الإعلامية:** هي تلك الممارسة المرتبطة بالوسائط وذات الصلة بوسائل الإعلام، تزيد من قدرة الأفراد على التعبير وتطرح إشكالات مختلفة من النشاط الإعلامي<sup>7</sup>.

**4-3- الوسائط:** كلمة "الوسائط" Media هي جمع كلمة "وسيط" "Medium"، وله معان كثيرة منها كل شيء يستطيع إيصال المعلومة<sup>8</sup>.

**4-4- الإعلام الجديد:** يرى البعض الإعلام الجديد على أساس الانتقال السريع من الكلام المكتوب والمسموع والمطبوع إلى مرحلة الصورة المشاهدة والملموسة، وهو ما وصفه "مشيل ستيفن" بصعود الصورة وانهايار الكلمة سيما بعد التزاوج بين الكمبيوتر وتكنولوجيا الاتصال والوسائط المتعددة، ما أفرز إشكالات جديدة ومتعددة من التطبيقات الإعلامية كانت التفاعلية سمتها البارزة<sup>9</sup>.

ووفق هذه الرؤية المعرفية، يعرفه "محمد سيد ريان" بأنه مجموعة من الوسائط والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكن الأشخاص ت والتي تتيح إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي كما هو الحال في خدمات الهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية على الأنترنت<sup>10</sup>، كما يعرف على أنه كافة الأشكال التفاعلية للتواصل والتي تستخدم كل من الأجيال الأولى والثانية من تكنولوجيا الأنترنت والتي يطلق عليها بصورة جماعية الإعلام الجديد 1.0 والإعلام الجديد 2.0، ففي الوقت الذي تشتمل فيه وسائل الإعلام الجديد 1.0 على رسائل البريد الإلكتروني، محرركات البحث والمنتديات، تتضمن وسائل الإعلام الجديد 2.0 استخدام الكلمات والصور على أجهزة الحواسيب المحمولة، الهواتف الذكية والمنصات الخاصة بشبكات التواصل الاجتماعي وغيرها<sup>11</sup>.

وعليه يمكن أن نخلص إلى اعتبار أن الوسائط الجديدة هي مختلف التطبيقات والوسائط الإلكترونية للويب 2.0، والتي ظهر معها المستخدم النشط الذي ينشر ويتبادل المحتوى بشكل تفاعلي بين كل من المرسل والمستقبل، وهذا على عكس ما كان موجود من قبل.

**4-5- الصحفي:** هو الإعلامي الذي يمتهن الصحافة ويقوم بجمع الأخبار ومعالجتها، وعادة ما يندرج في إطاره كل مراسل أو مخبر أو محقق أو مصور ومساعديهم في الصحف والراديو والتلفزيون الذين يمارسون هذا النشاط كعمل أصلي<sup>12</sup> ويعرفه القانون العضوي للإعلام 2012 بأنه كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها، وتقديم الخبر لدى نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الأنترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله<sup>13</sup>.

وعليه فإن الصحفي هو من يزاول مهنة الصحافة والإعلام، بحيث يشكل جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها عبر مختلف المؤسسات الإعلامية بصفة رسمية ومنتظمة عمله الأساسي والدائم الذي يتقاضى عليه أجرا ثابتا.

**4-6- الصحفي المواطن:** اكتسب هذا المفهوم وجوده من مفهوم عام شاع وانتشر منذ فترة وهو "صحافة المواطن" الذي ارتبط بشبكة الأنترنت كفضاء للنشر والتعبير عن الرأي يعبر عن حضور المواطن في قضايا الشأن العام ودعم الممارسة الديمقراطية، حيث يشير إلى أنه بإمكان أي شخص أن

يكون صحفياً ينقل رأيه ومشاهداته للعالم دون الحاجة لأن يكون مختصاً في الإعلام أو ينتمي لمؤسسة إعلامية<sup>14</sup>.

وعليه ينزح البعض إلى اعتبار صحافة المواطن على أنها شكلاً جديداً من أشكال نشر الأخبار ومعالجتها من طرف المواطن تتقارب إلى حد ما مع الصحافة كوسيلة إعلامية، فأساس صحافة المواطن يكمن في وجود علاقة بين البعد الإعلامي والديمقراطية، بحيث أنها شكل من أشكال الديمقراطية التشاركية والتي تقوم على مشاركة المواطن في العملية الإعلامية من خلال إعداد التقارير ونشر الأخبار، ما يجعل من الصحفي المواطن بمثابة كل شخص يجمع الأخبار بالاعتماد على ما يتوفر من وسائل تكنولوجية وينشرها على مختلف مواقع الأنترنت سواء مواقع إخبارية أو مواقع للتواصل الاجتماعي أو مواقع للتدوين سواء من مصدرها أو بإعادة نشرها من مصادر أخرى دون أن يكون تابعاً لأي مؤسسة إعلامية ولا يتقاضى عليه أي مقابل.

ومنه نستنتج أن الفرق الجوهرى بين الصحفي والصحافي المواطن يكمن في مبدئين هما: المهنية أو الاحترافية من جهة والأجر من جهة ثانية، فالصحافي يمارس الإعلام كمهنة يخضع فيها لقوانين ومبادئ داخل المؤسسة الإعلامية ويحصل مقابلها على راتب، في حين الصحافي المواطن يمارس الإعلام كهواية أو نوع من التواصل الاجتماعي لا يحصل منه على أي أجر بالضرورة، ولا يخضع في الغالب لأي قوانين أو مبادئ محددة.

**1- صحافة المواطن وبيئة الإعلام الجديدة:** لقد أتاحت الوسائط الاتصالية المعاصرة فرصاً جديدة، بحيث باتت تمكن المواطن من جمع المعلومات وإدراجها على محامل اتصالية عبر الأنترنت ما أفرز واقعا جديداً للممارسة الإعلامية، فهذا النوع الجديد أدى إلى تغيير واضح في نموذج الاتصال الإعلامي الذي تبدلت ملامحه، فاندماج المصدر والمرسل والمتلقي، وذابت الرسالة في الوسيلة ولم يعد مفهوم رجع الصدى كما كان في النموذج التقليدي للاتصال.

وقد ظهرت بعض الرؤى والأفكار لرسم ملامح لصحافة المواطن وفقاً لمحددات اشتراطها باحثون مثل Mark Deuze الذي يرى ضرورة أن يعي الصحافي المواطن شكل التغييرات التي طرأت على البيئة الإعلامية حتى يستوعب الطرق الجديدة في كيفية إنتاج المحتوى الإعلامي وتسويقه<sup>15</sup>. وفيما يلي نتوقف عند بعض أشكال صحافة المواطن:

- **المدونات:** فضاء المدونات يفيض بالتعليقات والقصص واليوميات في مجالات شتى محدثاً تداخلاً هائلاً مع التغطية الإخبارية لوسائل الإعلام، فهذه المحتويات ليست هدفاً لوسائل الإعلام التي تركز على الخبر والتحليل والتقرير، وبالتالي فإن ظاهرة التدوين تعد نوعاً مختلفاً من الصحافة، لهذا فهي أقرب إلى أن تكون صحافة بديلة على شبكة الأنترنت تتميز بدرجة أعلى من الحرية والتنوع، بالإضافة إلى قدرتها على متابعة الأخبار ومشاركة القراء بالنقد والتعليق والمناقشة العلنية، فالقائمون عليها يرون أنها تعبر عن قوة ومصداقية الصحافة الشعبية.

وعلى المستوى العربي، يغطي المدونون الأحداث التي لم تحظ باهتمام كبير في وسائل الإعلام الرسمية، فقد نشر أحد المدونين تغريداً عن اللاجئين السودانيين الذين كانوا يتظاهرون سلمياً أمام مقر المفوضية العليا للاجئين في القاهرة، وعن العنف الذي مورس ضدهم أدى إلى هلاك العديد منهم في حين لم يحظى هذا الخبر باهتمام أغلب وسائل الإعلام<sup>16</sup>. وإدراكاً لأهمية التدوين فقد تم تأسيس رابطة "مدونون بلا حدود" التي تهتم بالتدوين عامة وفي العالم العربي خاصة، بهدف رفع مستوى التدوين العربي<sup>17</sup>.

- **المواقع الإعلامية المتعاونة:** وهي مواقع إخبارية تقدم أخبار بشكل كامل عبر اسهامات المستخدمين، وتعتبر عن اندماج الناس في عمليات الإنتاج المستمرة، ومناقشة عناصر الأخبار في منتدى عبر الإنترنت هو ما يمكن أن يتم من خلال التقارير والمقالات والمراجعات<sup>18</sup>، مثل Newsvine<sup>19</sup>، Oh My News، Slashdot<sup>20</sup>.

- **مواقع التواصل الاجتماعي:** وجد بعض المواطنين في الميديا الاجتماعية فضاء للتعبير عن مشاغلهم المختلفة السياسية منها والاقتصادية والاجتماعية، فعمد البعض إلى نشر فيديوهات عبر اليوتيوب والآخر عبر فيسبوك، وقد وجدوا في الميديا الاجتماعية مجالاً للنقاش والواقع يؤكد منافسة هذه الوسائط للوسائل الكلاسيكية

ولهذا فإن وكالة الأنباء الفرنسية في دليلها للميديا الاجتماعية تشجع صحفيها على استخدام فيسبوك وتويتر للبحث عن الأخبار ورصد الأحداث وتعزيز علاقتهم بالجمهور، الأمر نفسه بالنسبة لوكالة الأنباء البريطانية "رويترز"<sup>21</sup>.

إنتنوع وتعدد مشاركات المواطنين يرتبط بممارسة ديمقراطية قبل أن تكون إعلامية لكنها تبقى ممارسات هواة قد تتصف بالعشوائية، فتنظيم هذا الشكل من أشكال ممارسة الديمقراطية أمر ضروري في عصرنا الحالي على نحو يكفل شروط ممارسة حرية التعبير ضمن هذه الفضاءات الاتصالية في ضوء احترام حقوق وواجبات المدونين باعتبارهم مواطنين صحافيين يغطون الأحداث ويعالجونها ضمن سياق خاص.

لكن ولحد الآن لا يمكن اعتبار صحافة المواطن ممارسة إعلامية مهنية كونها بعيدة في كثير من جوانبها عن الممارسة الصحفية، فالخبر الذي ينشره المواطن الصحافي خال من القيم الخبرية والمبادئ المهنية التي يحتوي عليها الخبر الصحافي، وبالتالي تبقى صحافة المواطن كأى ممارسة اتصالية عبر الفضاء الافتراضي نتجت عن الرغبة الكامنة للجمهور ليصبح مساهماً فعالاً في إنتاج المعلومة والمعرفة سواء اقتناعاً منه أن وسائل الاتصال الجماهيري لطالما كانت بعيدة عن اهتماماته واحتياجاته أو لغايات وأسباب أخرى موضوعية أو ذاتية لكن الأشكال الأكبر مرة أخرى غياب الالتزام بقيم ومعايير مهنة الإعلام.

وفيما يلي نشير لبعض النماذج من صحافة المواطن التي رسمت لنفسها ميثاق مهني ذاتي:

- **موقع Agora vox:** أول مبادرة أوروبية في صحافة المواطن وذلك على مستوى جماهيري ومجاني واسع، فهو موقع على هيئة قاعدة بيانات متعددة الوسائط متوفر لكل المواطنين في نشر أخبار ومعلومات حصرية. يعتمد الموقع على سياسة تحرير خاصة به، فالأخبار التي تنشر يجب أن تكون دقيقة ولها صلة بالأحداث، وأن تتميز بأقصى قدر من السبق ويعتمد على هيئة تحرير تقوم بدور الغرلة، حيث يتم إخضاع كل معلومة إلى المراجعة وذلك مخافة أي توظيف سياسي أو أيديولوجي.

- **موقع www.BlogNews.fr:** وهو مدونة إخبارية النسخة الغربية للموقع الكوري الجنوبي الشهير oh my news، ويعتمد هذا الأخير على قاعدة المواطن المخبر أو المحقق المواطن. كل مقال أو خبر ينشر في الموقع يتم مراجعته من قبل مجموعة من المدققين وبعض المواطنين المراسلين، وذلك بالاعتماد على مجموعة من المعايير الصارمة، عملاً بميثاق النشر المعتمد من قبل الموقع، ويهدف هذا الموقع حسب مؤسسيه إلى أن يكون عبارة عن وكالة أنباء للمواطن المرسل

- موقع **Mediacitoyen.fr** يقوم نفسه باعتباره صحافة بديلة تتيح لأي شخص أن ينشر على شبكة الأنترنت أخبار قصيرة ومقالات وصور وفيديو، ويمكن أن تكون تلك المقالات في شكل وجهة نظر أو تساؤل حول قضية معينة أو نقلا لوقائع مهما كانت صفة الناشر صحفيا كان أم مدونا أو مديرا لمؤسسة، وهذا لإثارة بعض القضايا أو شرح بعض الرسائل التي تتجاهلها الصحافة التقليدية<sup>22</sup>.

2- **الممارسة الإعلامية في البيئة الجديدة: دوافع البحث عن الأخلاقيات المهنية:** إن أخلاقيات الإعلام تنبثق من حق الوصول إلى المعلومات والحق في البحث وحرية تدفق المعلومات في إطار الحق في المعرفة. ومن شروط أخلاقيات المعلومات والإعلام ومقتضياتها توخي الموضوعية والمسؤولية والدقة والنوعية في نشر المعلومات واستعمالها، التسامح واحترام المعتقدات عند استعمال المعلومات، واحترام التنوع الثقافي واللغوي والإعلامي كإرث مشترك<sup>23</sup>. وعلى حد تعبير **Matthew Kieran** "الصحافة الجيدة هي الصحافة الأخلاقية"، فوسائل الإعلام بمختلف أشكالها يجب أن تؤدي وظائف تتعلق بتقرير وتقييم الأحداث بالشكل المناسب فالصحافي مطالب أن يكون محايدا للوصول إلى ما هو واقع في القضية، فالهدف الحقيقي للصحافة هو الوصول إلى الحقيقة<sup>24</sup>.

وفي ضوء هذه الفكرة نجد أن الصحافة كمهنة مطالبة بالالتزام بالمبادئ الأساسية لخدمة الحقيقة التي تعد واجبا مفروضا عليها، فالأخلاق هي التي تضي النوعية والمهنية على أي ممارسة إعلامية وتبقى المتغير الذي يفصل الصحافة المهنية عن صحافة المواطن، فأغلب الصحفيين الراضين لها والمعتبرين أنها تهديدا لمهنة الإعلام متخوفون من التأثير على جودة ونوعية الأخبار ورسالة الإعلام، بحيث يمكن أن تغيب الحقائق وتنتشر الشائعات، وتضيع حقوق وحرية الآخرين، وبالتالي على المواطن الصحفي أن يعي أن أخلاقيات المهنة والصحافة كمهنة لها قيم نموذجية يمكن تطبيقها لتحديد الهوية المهنية للصحفيين التي تشمل الخدمة العامة، الموضوعية، الاستقلالية، الفورية والأخلاق، فكل واحدة من هذه القيم تعتبر خاصية رئيسة تشير إلى التعريف الذاتي المهني للصحفيين، وفي الوقت نفسه تعزز الشرعية ومصداقية الأدوار التي يؤديها الصحفيون في المجتمعات<sup>25</sup>، وأهم هذه القيم:

- **الخدمة العامة** التي تعد القيمة الأولى لمهنة الصحافة طرأت عليها تحولات في العصر الرقمي بسبب زيادة المشاركة المؤثرة لمستخدمي وسائل الإعلام الجديد في جمع الأخبار ونشرها، فمواقع التواصل الاجتماعي سمحت للأشخاص بالتمتع بوضع المراقب، ويطرح هذا التغيير بعض الأسئلة حول مدى التحولات الجارية في وسائل الإعلام اليوم من حيث كونها عززت أو قللت دور الصحفيين كمراقبي مصلحة عامة.

- **أما جودة المعلومات** التي لها أثر على المنافسة بين التدفقات الإعلامية والصحفيين أنفسهم، فعمل الصحافة بات يستلزم اتخاذ قرارات سريعة والعمل في الوقت المتسارع، وفي ظل تطور وسائل التواصل الاجتماعي لم تعد الفورية تحتكرها منظمات الصحافة، وهذا بدوره يمكن أن يؤدي إلى نشر أخبار غير مكتملة وغير دقيقة من طرف المواطن الصحفي.

- **وبالنسبة للدقة** فمعلوم أن التحقق من المعلومات يعتبر أمرا جوهريا للصحفيين في مهنتهم وفي تعاملهم مع مواقع التواصل الاجتماعي، على عكس الصحفيين الهواة حيث يعدون غير محترفين وليس لديهم غالبا مهارات البحث والتقارير والكتابة والتحرير، فالصحافي المواطن لا يملك مهارات محددة خاصة وأنهم ملزمون أيضا بالتحقق من المصادر والمحتوى<sup>26</sup>. إن الصحفيين المهنيين حتى ولو كانوا في الإعلام الجديد فإنهم ملزمون بالحفاظ على نفس المبادئ المهنية والأخلاقية التي يعملون بها في

مؤسساتهم الإعلامية، فأخلاقيات الإعلام بالنسبة للصحافي لا تتغير بتغير الوسيط خاصة وأن هناك قوانين إعلامية أو مواثيق مهنية تنظم ذلك، على عكس المواطن الصحافي الذي لازال ينشط في ظل غياب نصوص تنظيمية.

وبالرغم من أن المواطن الصحافي قد يسعى هو الآخر إلى خدمة الصالح العام سيما من خلال إظهار الحقائق وكشف الفساد بحثا عن إصلاح الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية وإلقاء الضوء على التفاصيل اليومية لبعض المجتمعات أو الفئات المهمشة والغائبة في وسائل الإعلام إلا أنه بالنسبة لمبدأي جودة المعلومات ودقتها فيعاب عليه السعي وراء نشر الأخبار الفورية وعدم محاولة التأكد من صدقيتها، فأغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية يقومون بنشر الخبر بمجرد وقوعه دون البحث في مدى دقة أو صحة مجرياته.

وفيما يتعلق بالحيادية التي تعد من أهم المبادئ الأخلاقية الواجب التقيد بها، فالصحافي المهني يعي أهمية فصل الخبر عن الرأي وعدم التدخل في مجريات الأحداث عكس المواطن الصحافي الذي قد يكون له تدخل كلي في الخبر، هذا الأمر قد يجعل له تأثيرا على عملية تكوين الرأي العام خاصة وأن صحافة المواطن قد أصبحت كما يطلق عليها البعض "سلطة خامسة" وكان لها الأثر الواضح في ثورات ما يعرف بـ "الربيع العربي".

وعطفا على ما سبق، يمكن أن نقف على عدد من الإشكاليات المتصلة التي تدفع إلى ضرورة إرساء أخلاقيات مهنية للممارسة الإعلامية في البيئات الاتصالية الجديدة:

**3- صحافة المواطن: بين السبق وغياب المهنية:** صحافة المواطن تعتمد على المعلومة والسبق الصحفي دون المعالجة الرصينة في الغالب، فهناك فرق بين الحصول على المعلومة التي تنشر وتطرح للتداول من قبل الصحفيين والمعلومة التي ينشرها الصحافي والتي تراعي جملة من الضوابط المهنية، فأغلب المواطنين الصحفيين يتسابقون على النشر دون إدراك الأخلاقيات المهنية التي تخضع لها عملية النشر، فيقعون في العديد من المرات في تجاوزات أخلاقية، وهنا يبرز بشكل واضح الفرق بين الصحافي المحترف والصحافي المواطن، فالأول يتمتع بوعي كامل بأخلاقيات النشر وقيم المهنة ويتحرى الطرق المناسبة لمعالجة هذه المعلومات ونقلها إلى الجمهور بصورة لائقة ويتحمل مسؤولية ذلك، بينما لا يراعي الثاني ذلك بالضرورة. ومن بعض تجليات ذلك أن المواطن الصحافي يتناول جوانب متعددة، فالمشاهد المروعة وصور الأشلاء والدماء وحالات القتل المباشر والحوادث وغيرها تجد طريقا إلى الناس دون التعريف بين ما يجوز نشره ولا يجوز، دون مراعاة من سيتابع هذه المواد والآثار والأضرار التي قد تحدثها لدى الجمهور<sup>27</sup>.

**4- صحافة المواطن وغياب الأطر القانونية:** بالرغم من أهمية وحيوية الدور الذي يقوم به والأضرار التي يمكن أن يحدثها إلا أن الأطر القانونية المنظمة لنشاطه تظل غائبة -كما سبق الإشارة لذلك-، فمجموع المواثيق والنصوص الأخلاقية للصحافة "التقليدية" لم تعد تساير كليا النسق السوسيولوجي الجديد، إذ يحيلنا هذا الإشكال إلى تموقع المواطن الصحافي فيما يتعلق بالأخلاقيات في بيئة تغيب فيها مواثيق خاصة بالبيئة الإلكترونية سواء كانت صحافة إلكترونية أو شبكات التواصل الاجتماعي أو المدونات<sup>28</sup>.

ومن جهة أخرى، لا يقع المواطن الصحافي تحت أي مظلة حماية قانونية كالصحافي المحترف، وهذا ما قد يعرضه قانونيا لإجراءات جزائية مختلفة تؤثر الممارسة الديمقراطية وتوسيع المساهمة



الإيجابية في التفاعل ونشر المعلومات التي تخدم المصلحة العامة نتيجة غياب القوانين من جهة وقلة الوعي في التعامل مع بعض المسائل من جهة أخرى على غرار القضايا الأمنية مثلا فالصحافي المحترف يمتلك الوعي الأمني في التعامل مع مثل هذه الملفات ويدرك طرائق عرضها ومعالجتها بشكل يحفظ حق الجمهور في المعرفة ويقدم خدمة عامة دون تعريض نفسه للملاحقة قانونية أو الإضرار بسير المؤسسات<sup>29</sup>.

وبطبيعة الحال وبالنظر للحالات المسجلة، فإن هناك حاجة ماسة -في تقديرنا- إلى وضع إشكالية أخلاقيات صحافة المواطن في إطارها الفكري والتاريخي المناسب، خاصة مع تزايد تناول المواطن الصحافي للأحداث اليومية والقضايا المجتمعية.

**5- صحافة المواطن كسلطة:** صحافة المواطن أصبحت سلطة فعلا وسيما في البعد الرقابي بالنظر لتأثيرها في قضايا الشأن العام بشكل متزايد، وبالإضافة إلى الحاجة لتنظيم هذه السلطة، فإنه من الضروري حسن توجيهها والاستفادة منها وتفادي أضرارها، فكما تمثل فضاء للمشاركة الديمقراطية والمساهمة الإعلامية، فهي فضاء للتضليل والتزييف والاستغلال المنحرف في شتى المجالات. أيضا لقد أصبحت لهذه الممارسة دورا في ترتيب الأولويات السياسية والاقتصادية وغيرها<sup>30</sup>، وهو أمر يبرز مرة أخرى أهمية الاهتمام بها والسعي لأخلاقها سيما في ظل انتشار الكثير من الممارسات المضللة والسلبية.

**6- صحافة المواطن وغياب الاحترافية:** صحافة المواطن تعلي قيمة الفرد والموهبة الصحفية على القيمة الاحترافية للمؤسسة الإعلامية، وهذا ما يجعلها تتجاوز معايير الموضوعية والدقة والمصادقية، فصحافي المدونات والمواقع الإلكترونية ليس كصحافي الصحف الإلكترونية سواء من حيث المهارات والقدرات أو من حيث طريقة العمل والمهنية خاصة وأن المدونات فتحت الباب على مصراعيه لمساهمة الجميع في صناعة الحدث وبالإضافة إلى المدونات، فإن مواقع التواصل الاجتماعي أثرت هي الأخرى في صناعة الخبر باعتبارها ذات انتشار واسع، فموقع فيسبوك أو تويتر أو ماي سبايس وغيرها قد وفرت لروادها فرصا واسعة للتفاعل مع ما يكتب أو يبيت، بالإضافة أيضا لتمكين المستخدمين من إنتاج أعمال إعلامية متكاملة ازداد عددها بعد أن دخلت الهواتف الذكية ميدان العمل الإعلامي وأخذت بالتطور حتى أصبح الهاتف الذكي يكاد يختزل مؤسسة كاملة لصناعة الأخبار<sup>31</sup>.

**7- المتطلبات الأساسية لأخلاق الممارسة الإعلامية عبر الوسائط الجديدة:** إن الصحافي المواطن ملزم هو الآخر مثله مثل الصحافي المهني بمراعاة مجموعة من الجوانب أثناء تغطيته للأحداث ونشر الأخبار والمعلومات حولها في الإعلام الجديد، لأنه بالرغم من أنها قد لا تبدو إعلاما للبعض إلا أنها كظاهرة إعلامية واتصالية يجب أن تلتزم ببعض الضوابط:

**7-1- التأكد من صحة المعلومات:** يجب على المواطن الصحافي أن يتحقق من صحة ما ينشره على أي موقع على الانترنت، وهذا ما يستوجب وضع موثيق شرف للمواطن الصحافي<sup>32</sup> فما يعتبره البعض قوة وسائل الإعلام الرقمية والمتمثل في مقولة "يمكن سماع الجميع" يمكن أن يكون ضعف أيضا، ولهذا فإن مفهوم تربوي مثل محو الأمية الرقمية لا يجب أن يرتبط بمهارات الانترنت وحسب، بل يتضمن أيضا القدرة على تقييم القيمة الأخلاقية لما يقدمه الأنترنت<sup>33</sup>.

**7-2- احترام المصادر:** فمستخدمي الانترنت خاصة منهم متصفح مواقع التواصل الاجتماعي يأخذون المعلومات من مصادر متعددة دون الإشارة إليها أو الإحالة لها، وهو تعدي على أعمال الغير، فضلا عن

ذلك يجب في الأصل الاعتماد على مصادر موثوقة وذات مصداقية وعدم المساواة بين المصادر الموثوقة والمشبوهة...

**7-3- عدم تغليب المصالح المادية أو السياسية والآراء الشخصية للمواطن الصحفي على مضمون المعلومة:** والتعامل بمسؤولية وموضوعية ونزاهة وأمانة مع المعلومات والمتعاملين فيها حتى يتحقق الهدف من صحافة المواطن في المشاركة في نقل الأحداث<sup>34</sup>، فصحافة المواطن بقدر ما تساهم في إيصال وقائع وأحداث للرأي العام ما كان للصحافة التقليدية أن تقدمها فإنها من ناحية أخرى قد يتم توظيفها لتحريف الوقائع وتأجيج مشاعر الرأي العام لجهات معينة، ذلك أن أساس الإعلام هو الاعتماد على مصادر مختلفة للتحقق من صحة الحدث<sup>35</sup>.

**7-4- عدم الاعتداء على الخصوصية أو الحياة الخاصة:** سواء تعلق الأمر بالمعلومات ذات الطابع الحميمي (العائلي أو العائلي) أو المعلومات الطبية، حيث تنص المادة 12 من الإعلان العالمي لحقوق الإنسان أنه لا يعرض أحد لتدخل تعسفي في حياته الخاصة أو أسرته أو مسكنه أو مراسلاته، أو شرفه أو سمعته ولكل شخص الحق في حماية القانون من مثل هذا التدخل، لهذا فالصحافي المواطن ملزم باحترام ما تنص عليه القوانين والمواثيق الدولية. والخصوصية من أكثر الحريات الشخصية تجاوزا عبر الفضاء الرقمي وهذا من خلال عدة أشكال، فأحيانا نجد نشر لصور ضحايا الجرائم والعنف، صور لأشلاء الموتى، التدخل في العلاقات الشخصية للأفراد من العامة أو من المشاهير... الخ، وهذا بدوره يحتاج إلى ضبط ومساءلة للمواطنين الصحفيين

**7-5- عدم المساهمة في ترويح معلومات غير صحيحة أو من مصادر غير موثوقة:** هذا الأمر يتكرر كثيرا بالنسبة للمواطن الصحفي حيث يحدث أحيانا نشر معلومات كاذبة ويتم تداولها بين الرأي العام، لتظهر فيما بعد أنها مجرد إشاعات، ضف إلى ذلك أن هناك من الأخبار المنشورة خصوصا على مواقع التواصل الاجتماعي بلا مصدر وهذا بدوره يشكل خطرا على عملية صناعة الرأي العام.

**7-6- عدم نشر الفضائح<sup>36</sup>:** فالفضاء الرقمي بيئة خصبة للفضائح حيث أن وسائل الإعلام غالبا ما تمتنع عن نشرها، لأنها ستخرج عن وظيفتها ومسؤوليتها الاجتماعية وتدخل في الصحافة الصفراء، على عكس المواطن الصحفي الذي لا يتضمن هذا المبدأ، ما فتح المجال لنشر الفضائح دون مراعاة الكرامة الإنسانية للأفراد وحررياتهم الشخصية.

### خاتمة:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. إن العديد من الاختلالات المسجلة في الممارسة الإعلامية في الفضاءات الاتصالية الجديدة والتي أوجدت حاجة ملحة لأخلاق الممارسات الإعلامية وصحافة المواطن خصوصا تتعلق بـ:
  - تمجيد السبق الصحفي ونشر المعلومات دون مراعاة المبادئ أو الأخلاق.
  - نشر المواطن الصحفي لأي مضمون إعلامي دون اعتبار ما إذا كان الموضوع يحتاج للنشر وبشكل مسيء.

- غياب الإطار القانوني المنظم لصحافة المواطن، بحيث ينشر المواطن الصحفي في الفضاء الافتراضي دون قوانين واضحة على عكس الصحفي وهذا ما يفتح الباب للتجاوزات الأخلاقية
- غياب الاحترافية في صحافة المواطن، ما قد يشكل خطرا على معايير وأخلاقيات المهنة مثل: الموضوعية والدقة والمصداقية...

## الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دوافع الأخلاق والمتطلبات الأخلاقية

- الدور الذي أصبح يلعبه المواطن الصحفي بالنسبة للتأثير في القضايا العامة بحيث أنه بمثابة المراقب 2. من أهم أشكال المتطلبات الأخلاقية التي يجب أن تلتزم بها الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة سواء تعلق الأمر بالصحفي أم المواطن الصحفي:
- التأكد من صحة المعلومات قبل النشر وهذا لتفادي الأخبار الكاذبة والوقوع في الشائعات.
- ذكر المصادر أثناء النشر حتى تتضمن المصادقية خاصة وأن الجميع ينشر ويتبادل المعلومات، فالمصدر من نقاط القوة بالنسبة للمعلومة خاصة في ظل الفضاء الرقمي.
- الإحساس بالمسؤولية الاجتماعية، وهذا للمشاركة في القضايا العامة للمجتمع.
- عدم الاعتداء على الخصوصية بنشر أخبار الحياة الشخصية للأفراد وعلاقاتهم ونشاطات حياتهم اليومية وتنقلاتهم....
- الامتناع عن نشر الفضائح.

لهذا فإنه يستوجب وضع تنظيم أخلاقي يقوم على تحديد مجموعة من المبادئ والأخلاقيات المهنية في الإعلام الجديد لا تركز على الصحفي فحسب، باعتباره العنصر المحوري في الممارسة الإعلامية كما كان من قبل، بل تجعل للمواطن الصحفي مسؤولية اجتماعية مثله في ذلك مثل الصحفي المحترف، وهذا عبر موثيق شرف أو قوانين إعلام أم مبادرات مؤسسية وفي هذا الصدد، يمكن الإشارة للعديد من المبادرات، فعدد من المدونات أعلنت وأقرت أهمية وضرورة الوصول إلى مجموعة من القواعد الأخلاقية، والغاية هو استخدامها في إطار من المسؤولية حتى لا تعرض وحدة المجتمع والفرد إلى الخطر. نفس الأمر يمكن تسجيله في وسائط التواصل الاجتماعي لكن في ظل الانتشار الواسع والاستخدام الكبير تظل المبادرات جد محدودة والحاجة لمعالجة أوسع وأشمل وأعمق للاختلالات المسجلة في الوسائط الجديدة.

ومن هذا المنطلق فإننا نقدر أن المبادرات يجب أن تتوسع وأن تأخذ أبعاداً أوسع وأشمل وأن تشرك الشركات الحاضنة للمواقع الإلكترونية، سواء أكانت مواقع إخبارية، مدونات أو مواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأخيرة التي بادرت تحت الضغط بوضع آليات لحظر بعض المحتويات وسيما الإرهابية.

### قائمة المصادر والمراجع:

#### المراجع العربية:

1. ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ج 10، د.ت.
2. اتحاد إذاعات الدول العربية، عصر الميديا الاجتماعية: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، دم، 2016.
3. أغادير سالم العيروس، أخلاقيات المهنة والسلوك الوظيفي: نظرة إسلامية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2014.
4. باري جونتير وآخرون، الاعلام العربي في عالم مضطرب، دار الشرق للطباعة والنشر، الدوحة، 2013.
5. باسم خلف العساف، حماية الصحفيين أثناء النزاعات المسلحة، زهران للنشر، عمان الطبعة الأولى، 2010.
6. بول مرقص، أخلاقيات المعلومات: حق الوصول إلى المعلومات والمسؤولية عن إدارتها واستخدامها، مكتب اليونسكو الإقليمي للربية، بيروت، 2018.
7. جمال الزرن، إذاعة المواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2012.
8. جمال الزرن، المدونات الإلكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، 2007.

9. الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون العضوي للإعلام رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012، العدد 2، يناير 2012.
10. حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
11. سليمان صالح، ثورة الاتصال والحرية الإعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، د.ت.
12. سمير الباجوري، أخلاقيات الإعلام: القيم التنظيم القانون، دليل تدريبي للإعلاميين، المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان، مصر، د.ت.
13. عبد اللطيف حيدر، أخلاق متأرجحة في صحافة المواطن الصحفي باليمن، معهد الجزيرة للإعلام.
14. فتحي حسين عامر، صحافة الفيديو: تقنياتها واشكالياتها، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2020.
15. ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2015.
16. محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، الأهرام للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012.
17. محمد علي الخولي، أساليب التدريس العامة، دار الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000.
18. محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018.
19. مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، القاهرة.
20. المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الإلكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2019.
21. نورهان سليمان، تكنولوجيا الإعلام المتخصص، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2020.

#### المراجع الأجنبية:

- 1- Jesus Diaz –campo and Francisco Segado-Boj, Global Communication and Media Ethics, Wiley Blackwell Publishing, United Kingdom volume 2, 2011.
- 2- Mathew Kieran, Media Ethics, Routledge, London, first edition, 1998.
- 3- Yousuf Humaid AL Yousufi , The Role of Social Media Journalists in TV News: Their Effect on the Profession and Identity of TV Journalism, the Quality of News and the Audience Engagement, Master thesis, college of Arts and Science, university of South Florida, 2019.

#### المواقع الإلكترونية:

<https://johnpostill.com>

<https://onlinelibrary.wiley.com>

#### الهوامش

- <sup>1</sup> - ابن منظور، لسان العرب، دار صادر، بيروت، ج 10، د.ت، ص 194.
- <sup>2</sup> - أغادير سالم العيدروس، أخلاقيات المهنة والسلوك الوظيفي: نظرة إسلامية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2014، ص ص 15-16.
- <sup>3</sup> - سمير الباجوري، أخلاقيات الإعلام: القيم التنظيم القانون، دليل تدريبي للإعلاميين، المؤسسة المصرية للتدريب وحقوق الإنسان، مصر، د.ت، ص 12-13.
- <sup>4</sup> - محمد علي الخولي، أساليب التدريس العامة، دار الفلاح للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2000، ص 174.
- <sup>5</sup> - ماهر عودة الشمايلة وآخرون، أخلاقيات المهنة الإعلامية، دار الإحصاء العلمي للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2015، ص 30.
- <sup>6</sup> - Jesus Diaz –campo and Francisco Segado-Boj, Global Communication and Media Ethics, Wiley Blackwell Publishing, United Kingdom volume 2, 2011, p p 8, 10.

- <sup>7-</sup> M.Hobort, what do we mean by media practices, published on 6.7.2008 visited on 22.03.2019 available on <https://johnpostill.com>
- <sup>8-</sup> حسنين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الاعلام، دار النهضة العربية للطبع والنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص13.
- <sup>9-</sup> نورهان سليمان، تكنولوجيا الإعلام المتخصص، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2020، ص 14-15.
- <sup>10-</sup> محمد سيد ريان، الإعلام الجديد، الأهرام للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2012، ص 11.
- <sup>11-</sup> باري جونتير وآخرون، الإعلام العربي في عالم مضطرب، دار الشرق للطباعة والنشر، الدوحة، 2013، ص167.
- <sup>12-</sup> باسم خلف العساف، حماية الصحفيين أثناء النزاعات المسلحة، زهران للنشر، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص47.
- <sup>13-</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، القانون العضوي للإعلام رقم 12-05 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير 2012، العدد 2، يناير 2012، ص28.
- <sup>14-</sup> فتحي حسين عامر، صحافة الفيديو: تقنياتها واشكالياتها، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2020، ص ص171-172.
- <sup>15-</sup> المعز بن مسعود، أخلاقيات الصحافة الالكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، 7 فبراير 2019، ص12.
- <sup>16-</sup> جمال الزرن، المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، العدد 130، 2007، ص ص 177، 178.
- <sup>17-</sup> جمال الزرن، المدونات الالكترونية وسلطة التدوين، مجلة شؤون عربية، المرجع نفسه، ص180، بتصرف
- <sup>18-</sup> فاطمة الزهراء عبد الفتاح، الاندماج الإعلامي وصناعة الأخبار، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2016، ص55.
- <sup>19-</sup> كان موقعًا إخباريًا صحفيًا تعاونيًا مدعومًا من المجتمع يستمد المحتوى من مستخدميه والمحتوى المشترك من المصادر الرئيسية مثل وكالة أسوشيتد برس. تم تقديم هذه المواد الإخبارية من قبل المستخدمين والصحفيين المحترفين. لم تكن شركة Newsvine مكتب أخبار ولم تمارس أي صوت تحريري، ولكنها قدمت منصة إخبارية اجتماعية لمجتمع الإنترنت الذي نما حوله. تم تسمية Newsvine كأفضل موقع أخبار لعام 2006 وواحد من أفضل 50 موقع ويب لعام 2007 من قبل مجلة تايم. انظر <https://en.wikipedia.org/wiki/Newsvine>
- <sup>20-</sup> هو موقع إخباري عبر الإنترنت لكوريا الجنوبية يحمل شعار "كل مواطن مراسل" أسسها أوه يون هو في 22 فبراير 2000، إنه أول موقع إخباري في كوريا يقبل المقالات ويحررها وينشرها من قرائه بأسلوب مفتوح المصدر لتقارير الأخبار، يكتب حوالي 20٪ من محتوى الموقع بواسطة 55 موظفًا، في حين أن معظم المقالات يكتبها مساهمون مستقلون آخرون معظمهم من المواطنين العاديين.
- <sup>21-</sup> اتحاد اذاعات الدول العربية، عصر الميديا الاجتماعية: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، د.م، 2016، ص41، 43.
- <sup>22-</sup> محمود عبد السلام علي، الحملات الإعلامية، دار المعزز للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2018، ص87-88.
- <sup>23-</sup> بول مرقص، أخلاقيات المعلومات: حق الوصول إلى المعلومات والمسؤولية عن إدارتها واستخدامها، مكتب اليونسكو الإقليمي للربحية، بيروت، 2018، ص14.
- <sup>24-</sup> Mathew Kieran، Media Ethics، Routledge، London، first edition، 1998، p 42.
- <sup>25-</sup> Yousuff Humaid AL Yousufi، The Role of Social Media Journalists in TV News: Their Effect on the Profession and Identity of TV Journalism، the Quality of News and the Audience Engagement، Master thesis، college of Arts and Science، university of South Florida، 2019، p p14-15.
- <sup>26-</sup> Ibid. p p17، 22.
- <sup>27-</sup> عبد اللطيف حيدر، أخلاق متأرجحة في صحافة المواطن الصحفي باليمن، معهد الجزيرة للإعلام، تاريخ النشر 23 يوليو 2018، تاريخ الدخول 13 مايو 2020، <https://institute.aljazeera.net/ar/ajr/article/302>

- <sup>28</sup>- جمال الزرن، إذاعة المواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4، 2012، ص 38.
- <sup>29</sup>- عبد اللطيف حيدر، أخلاق متأرجحة في صحافة المواطن الصحفي باليمن، معهد الجزيرة للإعلام، مرجع سابق.
- <sup>30</sup>- جمال الزرن، إذاعة المواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي، مجلة الإذاعات العربية، مرجع سابق.
- <sup>31</sup>- المعز بن مسعود، أخلاقيات الصافة الالكترونية العربية: رؤية جديدة للممارسة المهنية، مركز الجزيرة للدراسات، مرجع سابق، ص ص 10-11.
- <sup>32</sup>- سليمان صالح، ثورة الاتصال والحرية الاعلام، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، القاهرة الطبعة الأولى، د.ت، ص 299 بتصرف.
- <sup>33</sup>- Marco Van Leeuwen, Social Media Ethics, published on 11 February 2015, visited on 5 December 2019  
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781118767771.wbiedcs092>
- <sup>34</sup>- بول مرقص، أخلاقيات المعلومات: حق الوصول إلى المعلومات والمسؤولية عن إدارتها واستخدامها مرجع سابق، ص 15 بتصرف.
- <sup>35</sup>- مركز هردو لدعم التعبير الرقمي، تأثير صحافة المواطن ومستقبلها في ظل التطور التكنولوجي، القاهرة، 2016، ص 22.
- <sup>36</sup>- بول مرقص، أخلاقيات المعلومات: حق الوصول إلى المعلومات والمسؤولية عن إدارتها واستخدامها، مرجع سابق، ص 23 بتصرف.