

المسائل الأخلاقية في الاعلام الرقمي وإشكالاته القانونية رؤية تحليلية نقدية

Ethical issues in digital media and its Legal problems

Critical Analytical Vision

لامية جودي

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3، djoudi.lamia@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2024/12/23

تاريخ القبول: 2024/12/07

تاريخ الاستلام: 2024/09/08

ملخص:

شهدت الميديا تغيرات كبيرة في العصر الرقمي، أين أتاحت التكنولوجيا لكل فرد القيام بالنشر وبالبث المباشر، ما أحدث تحولات جذرية في عالم الصحافة، ليرتبط مفهوم الإعلام عبر الوسائط الجديدة بأنماط جديدة من الانتهاكات الأخلاقية ساهمت البيئة الرقمية في انتشارها. يعود الاهتمام بأخلاقيات الاعلام الرقمي الى ظهور ممارسات غير صحيحة في التعامل المهني من قبل عدد كبير من الصحفيين، مما يهدد الدور الأساسي لوسائل الاعلام ويدفعهم الى تغليب اهتماماتهم الشخصية على المصلحة العامة أثناء أداء مهامهم، وهذا يتعارض مع مفهوم الخدمة العامة التي تشكل أساسيات الصحافة، وتتأني أهمية أخلاقيات الاعلام في أنها تشمل المبادئ والأخلاقيات والممارسات الجيدة، وتوضح كيفية تطبيقها على التحديات المهنية التي تواجه الصحفيون، كما أنها تستند إلى القيم والمبادئ العالمية التي تشتمل على احترام الإنسانية والصدق والتضامن بين الناس. تسلط هذه الورقة الضوء على الضوابط الأخلاقية في مجال الممارسة المهنية في البيئة الرقمية، إضافة إلى طرح مختلف الإشكاليات الأخلاقية المطروحة في الإعلام الجديد وأخلاقيات الميديا الاجتماعية من جرائم عبر الانترنت والأخبار الزائفة وحماية الملكية الفكرية، وانتهاك الخصوصية وغيرها.

المؤلف المرسل : لامية جودي

وقد توصلنا الى أن أخلاقيات الإعلام الإلكتروني لا تختلف عن أخلاقيات الإعلام التقليدي، لأن كلاهما يسعى لتحقيق نفس الرسالة الإعلامية، لكننا سجلنا غياب أطر وأسس المهنة وآداب الأخلاق والقانون في ممارسة الاعلام الرقمي في العديد من المجتمعات.

الكلمات المفتاحية: الاعلام الرقمي، أخلاقيات الصحافة الرقمية، الممارسة الإعلامية.

Abstract: The media has witnessed radical transformations in the digital age, as technology has provided everyone with the opportunity to participate in publishing and live broadcasting, leading to fundamental changes in the world of journalism. The concept of media through new platforms has become associated with new patterns of ethical violations that the digital environment has contributed to spreading. The interest in digital media ethics stems from the emergence of improper practices in professional conduct by a significant number of journalists, which threatens the fundamental role of the media and drives them to prioritize their personal interests over the public good while performing their duties. This contradicts the concept of public service that forms the foundation of journalism. The importance of media ethics lies in its inclusion of principles, ethics, and good practices, clarifying how to apply them to the professional challenges faced by journalists. It is also based on universal values and principles that encompass respect for humanity, honesty, and solidarity among people. This research paper highlights the ethical controls in the field of professional practice in the digital environment, in addition to addressing various ethical issues raised in new media and social media ethics, including online crimes, fake news, intellectual property protection, privacy violations, and more. We have concluded that the ethics of electronic media are no different from the ethics of traditional media, because both seek to achieve the same media mission, but we have recorded the absence of frameworks and foundations of the profession and ethics of ethics and law in the practice of digital media in many societies.

Keywords: Digital Media, Digital Journalism Ethics, media practice.

1 . مقدمة:

تثير البيئة الرقمية والإلكترونية العديد من التساؤلات حول أخلاقيات العمل الصحفي ومدى التزامه بأسس الاحترافية، مثل التدقيق والحياد والتأكد من صدق المحتوى ومصادره، فضلاً عن احترام المواثيق الأخلاقية. تُعتبر هذه المبادئ أساسية لتأسيس إعلام نزيه قادر على أداء دوره الاجتماعي تجاه الأفراد والمجتمعات.

وعلى اثر التحولات التي أفرزها المحيط الرقمي، تبرز مسألة أخلاقيات العمل الإعلامي كموضوع للنقاش حول الحاجة إلى تطوير منظومة أخلاقية جديدة تضمن تقديم محتوى ذي قيمة وجودة. مع انتشار الإنترنت، ظهرت فئة جديدة من الإعلاميين غير المتخصصين، مما أدى إلى زيادة احتمالات الانتهاكات وضعف ثقة الجمهور في وسائل الإعلام.

على الرغم من هذه التحديات الأخلاقية، فإن المبادئ العامة للقيم الأخلاقية تتشابه إلى حد كبير بين البيئة الرقمية والتقليدية. ومع ذلك، أضافت البيئة الرقمية قيماً وأخلاقيات جديدة، حيث تبقى القيم المهنية والأخلاقية متسقة عبر مختلف الميديا، بغض النظر عن طبيعة البيئة. الواجبات المنوطة بالصحفيين في البيئة التقليدية تنطبق أيضاً على صحفيي البيئة الرقمية، مع اختلافات في كيفية ممارسة هذه الواجبات أو في تكليفهم بمهام جديدة تتناسب مع طبيعة العمل الرقمي.

يعتمد العمل الصحفي بشكل كبير على القوانين الوطنية والدولية، وتعتبر مدونات السلوك المهني والمواثيق الأخلاقية ضرورية لتحديد حدود وأساليب الممارسة الصحفية. إذ إن ما هو قانوني لا يكفي بالضرورة لتأسيس المبادئ الأخلاقية في المجال الصحفي.

رغم محاولات الإصلاح التي قامت بها الدول العربية في تشريعاتها الإعلامية، والتي شملت جميع أشكال الاتصال، إلا أن هذه التشريعات لا تزال تواجه تحديات كبيرة تهدد مهنة الصحافة. ترافق التحديات الحالية، إلى جانب قضية الأخلاقيات، ظواهر مثل انتهاك حقوق التأليف والنشر المرتبطة بأصحابها الأصليين، وتراجع المسؤولية الموضوعية في العديد من الأنباء والمجريات المتداولة عبر الاعلام الرقمي.

في هذا السياق، تثير مسألة أخلاقيات العمل الإعلامي، في ظل التحولات الناتجة عن المحيط الرقمي، آراء متباينة بين المختصين حول الحاجة إلى تطوير منظومة أخلاقية جديدة تتناسب والمقتربات الجديدة للتشريعات الإعلامية، بهدف تقديم محتوى إعلامي ذي قيمة وجودة.

يمكن تلخيص هذه الآراء في تصورين رئيسيين: الأول يرى أن البيئة الإعلامية الإلكترونية تتطلب صياغة نظام جديد من المسائل الأخلاقية تتناسب مع التحديات التي تفرضها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك لتوجيه الإعلاميين في ممارستهم المهنية. أما الرأي الثاني، فيعتبر أن الحاجة إلى سن موثيق شرف أو وضع ضوابط أخلاقية خاصة بالعمل الإعلامي في البيئة الإلكترونية ليست ملحة، ويعارض تطبيق القيم التقليدية على هذه البيئة الجديدة، مبررين ذلك بصعوبة وضع ضوابط محددة وثابتة لضبط العمل الإعلامي في محيط يتسم بالتجدد والتحول المتسارع، مما يجعل وضع أي معيار أو ضابط أخلاقي أمراً معقداً. وهو ما سنبحث عنه من خلال التصور الآتي:

ما هي المسائل و الإشكاليات الأخلاقية المطروحة في البيئة الرقمية في ظل التوجهات الجديدة للتشريعات الإعلامية؟

ويتجذر تحت السؤال الجوهرى أسئلة فرعية نوردتها فيما يلي:

- 1- ما هي الضوابط الأخلاقية المهنية للعمل الصحفي الرقمي؟
- 2- ما مدى التزام الصحفيين بمدونات السلوك والتنظيم الذاتي وموئيق الشرف، والخصوصية الرقمية؟
- 3- ما مدى الحاجة لمنظومة أخلاقية جديدة للعمل الإعلامي الرقمي؟

1.1. الهدف من الدراسة:

تسعى هذه الورقة إلى إبراز بعض الممارسات التطبيقية المتعلقة بأخلاقيات ممارسة العمل الإعلامي، الى جانب معالجة عديد القضايا المتعلقة بأخلاقيات الإعلام كمسألة التحديات التي تطرح على الصحفي في ظل تقنيات المعلومات والاتصال، فمع ظهور الأشكال الجديدة في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد أصبحنا بحاجة أكثر من أي وقت مضى إلى مراجعة الأخلاقيات المهنية في وقت تزداد فيه الظاهرة الإعلامية تعقيدا خاصة وأن الحرية أصبحت لا تحدها حدود الزمان والمكان.

2.1. أهمية الدراسة:

تتجلى قيمة الدراسة في أولوية الجانب الأخلاقي في ممارسة العمل الإعلامي، فالإعلام الرقمي يحمل الكثير من التحديات أبرزها قضية الأخلاقيات، ما تستدعي الحاجة إلى تنظيم قانوني

للحفاظ على مهنة الصحافة وقيمها وجودة مضامينها، وإرساء تشريعات تواكب مختلف هذه التطورات لضبط هذا الفضاء الرقمي.

3.1. المنهج المستخدم:

تدخل هذه الدراسة ضمن المقرب القانوني والتشريعات الإعلامية، وهو من المقاربات التي تبحث في مدى ملائمة وتوافق المسائل التشريعية والنصوص القانونية الخاصة بالإعلام مع الإشكالات التي يطرحها الاعلام الرقمي، كما تندرج أيضا ضمن البحوث الأساسية، ويتألف البحث الأساسي من أعمال بحثية تجريبية أو نظرية، يتم القيام بها بهدف اكتساب معارف جديدة حول أسس الظواهر والحقائق القابلة للملاحظة، دون النظر في تطبيق أو استخدام محدد. وهنا يتعلق الأمر بالمعرفة النظرية حول الإشكالات التشريعية والقانونية للإعلام الرقمي (tremblay, 2002).

واعتمدنا في دراستنا على منهج وصفي تحليلي، والذي يعرف بأنه مجموعة الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة أو الموضوع اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها وتحليلها تحليلًا كافيًا ودقيقًا، لاستخلاص دلالتها والوصول إلى نتائج أو تعميمات عن الظاهرة أو الموضوع محل البحث (Madeleine, 1993). ومنه سنقوم بدراسة ظاهرة الأخلاقيات المهنية في البيئة الرقمية في سياقات مختلفة، ووصف أبعادها وصفا دقيقا وشاملاً، كونه يساعد على التحليل الشامل والعميق للمشكلة، وقد تم تجميع المعطيات من مختلف المصادر المتاحة وتم تصنيفها بالكيفية التي تسمح تفسيرها ومعرفة مدى توظيفها في الميدان.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على أهم موثائق أخلاقيات المهنة والتشريعات النازمة للصحافة الالكترونية، مع الاستئناس ببعض الموثائق المهنية العربية فيما يخص موضوع الدراسة.

4.1. مفاهيم ومصطلحات:

أ. الصحافة الرقمية: إجرائيا هي العملية التي يتم فيها إنتاج المحتوى الصحفي من نصوص، صور وفيديوهات، وتوزيعه من خلال النظم الرقمية عبر المنصات المختلفة كالمواقع الإعلامية، وسائط التواصل الاجتماعي وغيرها.

ب. أخلاقيات الصحافة: هي المبادئ والقيم المرتبطة بمهنة الاعلام، التي يركن اليها الصحفي في عملية جمع الأخبار ومعالجتها ونشرها وتوظيفها، وفي طرحهم آرائهم، وقيامهم بالأدوار المختلفة للإعلام.

ويعرفها كوهين وإليوت بأنها: "ذلك الميدان من آداب وأخلاق المهنة التي تدرس العراقيل المتعلقة بسلوكات المندوبين الاعلاميين، والكتاب، والمصورون، وصناع الاعلام، وجميع المحترفين الذين يشتغلون في صناعة الخبر وبثه." (سليمان، 2002، صفحة 78).

ج. أخلاقيات الصحافة الالكترونية: هي عملية صنع الاختيار الذي يقوم بها الصحفي، فهذا القرار الذي يتخذه الصحفي لابد أن يعتمد على مبادئ أخلاقية، "وأن القرار الأخلاقي يعتمد على الاختيار وأن هذا الاختيار لابد أن يبنى على المعرفة والحرية والنقد.

د. الضوابط الأخلاقية للصحافة الرقمية: يعرف الباحث الضوابط الأخلاقية للصحافة الرقمية إجرائياً بأنها: نظام من العوامل والأسس التي تضبط تصرفات الصحفيين في الصحافة الرقمية والمستخدمين (القراء)، والمبرمجين، والمصورين، وتساعدهم على اتخاذ القرارات في المواقف المختلفة، وتحدد لهم ما هو صواب وما هو خطأ، لتقليل المخاطر التي يمكن أن تلحق بهم وبالأخرين، بما يضمن حريتهم وكرامتهم في ضوء المبادئ الأخلاقية الإنسانية العامة، والمستمدة من الدين والأعراف الاجتماعية والمواد التشريعية (الديلي، 2016، صفحة 48).

هـ. الممارسة الإعلامية: هي تلك التطبيقات عبر الوسائط ذات الصلة بوسائل الإعلام، تزيد من قدرة الأفراد على التعبير وتطرح إشكالات مختلفة من النشاط الإعلامي.

2. التطور التكنولوجي وعلاقته بالأخلاقيات:

تطرح الفضاءات الإلكترونية الجديدة العديد من التساؤلات حول أخلاقيات ممارسة مهنة الإعلام ومدى احترام الفاعلين الجدد في الحقل الإعلامي للآداب والمعايير المتعلقة بالالتزام بالدقة والموضوعية والتوازن، بالإضافة إلى ضرورة التحقق من صحة الأخبار ومصادرها واحترام المواثيق المهنية. يرى بعض الباحثين أن الأخلاق والآداب السائدة في العالم التقليدي يجب أن تنعكس أيضاً على العالم الإلكتروني، حيث يتطلب ذلك أن تنطبق الأخلاق التي يتبناها الفرد في حياته اليومية على سلوكه في الفضاء الرقمي. ومع ذلك، أظهرت بعض الدراسات أن سلوكيات المستخدمين قد تختلف بين العالمين الواقعي والافتراضي.

نتيجة لانتشار المضامين المسيئة للآداب في الفضاء الإلكتروني، ظهر مفهوم "آداب الإنترنت" (Netiquette)، الذي يشير إلى الممارسات والأداء المهني عند استخدام الشبكة. ومن أهم المبادئ التي يتضمنها هذا المفهوم: احترام آراء وأفكار الآخرين، وعدم جرح مشاعرهم أو الإساءة إليهم،

والالتزام بعدم الإضرار بالآخرين، مثل التعدي على خصوصيتهم أو اختراق أجهزتهم أو السرقة الفكرية (الدلي، أخلاقيات الاعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، 2016، صفحة 99) في مجال الصحافة الإلكترونية، نشأت مفاهيم حديثة مرتبطة بأخلاقيات الأداء الصحفي نتيجة للتحويلات التقنية التي أفرزت وظائف ومهام جديدة للصحفي الإلكتروني. إذ تتعدد مهام الصحفي في البيئة الإلكترونية مقارنة بوسائل الإعلام الكلاسيكية، حيث يتطلب عمله مجموعة من الخصائص مثل التحرير والنشر الفوري للمحتوى الإعلامي، مما يستلزم سرعة في الأداء، بالإضافة إلى تغذية القاصص الخبرية بالمعلومات والخلفيات (النصوص الفائقة).

ترتبط هذه الشروط التقنية بمجموعة من المهارات، مثل حسن توظيف الروابط الفائقة أو التشعبية والوسائط المتعددة، وإتقان أساليب الكتابة الرقمية، والتحقق من صدق ودقة الأخبار، والبحث في الشبكة، ومهارات التعامل مع وسائل الإعلام الاجتماعية. كما ترتبط هذه المهارات بالأسس وضوابط المهنة للعمل الصحفي في وسائل الإعلام الجديدة، حيث يوجد تكامل بين المنظومتين لتوفير محتوى إعلامي ذي قيمة وجودة للمستخدم، يمتاز بالمهنية ويحترم أخلاقيات الأداء الاعلامي.

تتجلى المعايير المهنية التي أفرزتها التقنية في عدة مجالات، منها (الحمامي، 2015، صفحة

(63):

1. الكتابة الرقمية: يتطلب التدريب الرقمي جملة من المهارات وقواعد المهنة، خاصة في ظل الحاجة المتزايدة لمقالات التحري والاستقصاء نتيجة التطورات الكبيرة التي أحدثتها الشبكة في نمط التغطية الإخبارية.

2. الروابط التفاعلية: تُعتبر الروابط التشعبية من السمات المميزة للعمل الإعلامي في المحيط الرقمي، حيث تضيحي حيوية وتفاعلية للمحتوى، نظراً لما توفره من تنوع وسرعة في الولوج إلى البيانات. وقد أحدث استخدام هذه الروابط تحولاً في الأداء الصحفي، إذ تستند عملية اختيار المعلومات إلى جملة من الأسس والاليات التي قد تحددها وسيلة الإعلام أو الصحفي.

3. مهارات البحث في شبكة الإنترنت: يتطلب التعامل مع العدد الكبير من البيانات المتاحة على الشبكة مجموعة من المهارات المرتبطة بالتحقق من مصداقية المعلومات وتقييمها مقارنة بمصادر أخرى، بالإضافة إلى ضرورة وجود ضوابط ومعايير لانتقاء المعلومات المتاحة على الشبكة.

4. مهارات توظيف المحتوى المتنوع: تحول الصحفي في عصر التكنولوجيا من كاتب للمقال إلى منتج محتوى إعلامي متكامل، يشمل النصوص والصور والوسائط المتعددة والتفاعلية، مما يفرض عليه مواكبة هذه التحولات والتمكن من استخدام هذه الوسائط الحديثة بفاعلية.

3. أخلاقيات الاعلام الرقمي

شهد الإعلام الرقمي تطورًا ملحوظًا على مدى مراحل متعددة، بدءًا من نشر الميديا الكلاسيكية لمحتواها على الإنترنت، وصولاً إلى ظهور الجرائد الرقمية كوسيلة إعلامية جديدة تسعى إلى تطوير ذاتها ومحتواها، حتى اللحاق بعصر الإعلام متعدد المنصات.

أثرت هذه التحولات التقنية بعمق على دور الصحفي، حيث أصبح دوره مختلفًا عن الدور التقليدي، ليتماشى مع شروط تكنولوجيا المعلومات والجمهور الذي أصبح أساسًا فاعلاً في السيرة الإعلامية. وقد أسهمت جل التغيرات في توسيع وتنوع مصادر الأخبار وتسهيل تداول المعلومات في الفضاء الإلكتروني، مما أدى إلى خلق احتياجات جديدة لدى القراء، وأبرزها المشاركة في إنتاج المحتوى الإعلامي.

نتيجة لهذه التحولات، بات الصحفي في الإعلام الرقمي بحاجة إلى اكتساب مهارات جديدة، ولا سيما تلك المرتبطة بالكتابة الرقمية. فلا بد لهذه المهارات أن يلتزم بها بنفس الالتزام بالقواعد وآداب وأخلاق المهنة التي تحكم العمل الصحفي التقليدي، حيث أن تجاهل هذه الضوابط قد يضر بمصداقية الصحفي والمؤسسة الإعلامية على حد سواء، كما يفرز الكثير من التساؤلات ترتبط بالأبعاد الأخلاقية لهذه الممارسات.

من هنا، يمكن القول أن أخلاقيات الإعلام الإلكتروني لا تختلف عن أخلاقيات الإعلام التقليدي، لأن كلاهما يسعى لتحقيق نفس الرسالة الإعلامية. هذه الأخلاقيات تعتمد على معايير مهنية مثل تعزيز فهم الجمهور وبناء الثقة معه، بالإضافة إلى دعم مبادئ التحرر الاعلامي في الوصول الى المعلومات ونشرها. وبالتالي، فإن أخلاقيات الإعلام تبقى عامة وتنطبق على مختلف الوسائل الإعلامية. (Derieux, 1991)

تتصل أخلاقيات الإعلام الإلكتروني بمجموعة من الميكانيزمات التشريعية والمؤسسية تسهم في تحديد معالم السياسة العامة للأجهزة الإعلامية الإلكترونية. من بين هذه الآليات، يمكن الإشارة إلى عملية منح بطاقة الصحفي والاعتراف بالصحفيين العاملين في المجال الإلكتروني كأداة مهمة لتنظيم هذا المجال.

انطلاقاً من هذا، يرى بعض الباحثين أنه بغض النظر عن حادثة أو قدم الوسيلة الإعلامية، يجب على الصحفيين الالتزام بنفس المبادئ الأخلاقية في كل من المحيط التقليدي والرقمي. ومن ثم، فإن الإعلام الجديد يحتاج إلى ضوابط أخلاقية وقانونية صارمة نظراً لما يمثله من بيئة خصبة لانتشار الشائعات والمضامين المسيئة (عبدالله، 2007، صفحة 185).

في النهاية، الامتيازات التي ينادي بها الصحفيون في المحيط التقليدي يجب أن تُطبق أيضاً على الموظفين في المحيط الرقمي، سواء كانت امتيازات في المجال المهني أو السياسي أو الثقافي أو كانت ملموسة أو روحية. كما أن البيئة الإعلامية الجديدة تضيف حقولاً أخرى، مثل حرية الكلام وحرية الولوج إلى مصادر المعلومات، والحق في التواصل التفاعلي والاني مع الجمهور.

أما القيم المهنية وآداب الأخلاق والواجبات الملقاة على عاتق الصحفيين في النظام التقليدي، فتتطلب أيضاً بطريقة أو بأخرى على الموظفين في المحيط الرقمي، مع اختلافات تتعلق بكيفية ممارسة هذه الواجبات أو إضافة مهام جديدة ترتبط بطبيعة العمل في البيئة الرقمية.

4. المسائل الأخلاقية للإعلام الرقمي وإشكالاتها

شهد الإعلام الرقمي ظهور عدد من التحديات، أبرزها ضعف التزام الصحف الرقمية بأخلاق المهنة، نتيجة تراجع الدور التقليدي للإدارة والتحرير، إذ أصبح إنتاج المحتوى يعتمد على شبكة من المنتجين الجدد، مثل المدونين والمعلقين على المواقع، والذين لم يكن لهم دور في الاعلام التقليدي. وفي ظل هذا التحول، أصبحت الحقيقة نتاج تعاون بين مستخدمي الشبكة ووسائل الإعلام الأخرى، حيث ساهمت التفاعلية في خلق منتجين جدد للمعرفة وتشكيل بنية معرفية مغايرة لتلك التي كانت تعتمد على سيطرة النخب والأجهزة الصحفية التقليدية.

في ضوء هذه التغيرات، تبرز ضرورة وضع قواعد أخلاقية واضحة لجميع المشاركين في الاعلام الرقمي، واعتماد مدونات سلوك تضمن الالتزام بهذه القواعد. ورغم أن الإعلام الإلكتروني يستمد أسسه من أخلاقيات الصحافة الكلاسيكية، التي طُورت عبر مختلف وسائل الإعلام، إلا أن خصوصيات البيئة الرقمية تفرض التفكير في نظام أخلاقي خاص يتفاعل مع هذه التغيرات، مع الحاجة إلى تطوير آليات التنظيم الذاتي والرصد بالتعاون مع جمهور مستخدمي الصحافة الإلكترونية، بما يتماشى مع طبيعة التفاعلية التي يعرفها هذا الميدان.

بالنظر إلى تجارب الدول المتقدمة، يُعتبر اعتماد آليات المساءلة الإعلامية التي توازن بين حقوق الفرد والمجتمع وحرية الخطاب للصحفي من خلال مجالس ولجان إعلامية مستقلة

وموثوقة، خطوة أساسية لتعزيز أخلاقيات العمل الإعلامي في الصحف الإلكترونية العربية، مع استمرار دور القانون في تحسين جودة هذا النوع من الصحافة.

هذا الواقع يستدعي من الصحافة الرقمية مراجعة مسؤولياتها الأخلاقية، بما في ذلك احترام تخصص الصحفي وتحديد حدود التفاعلية في تحرير المواد الإعلامية، والتعامل مع البيانات التي يوفرها المستخدمون، والاستفادة من مصادر البيانات على الشبكة. هذه التحديات قد تشكل عائقاً أمام أداء الصحفي لمهامه بفعالية، مما يزيد من مسؤوليته الأخلاقية في ظل ضغوط المؤسسات الإعلامية لتحقيق عائدات أعلى باستخدام موارد بشرية أقل، مما قد يؤثر سلباً على جودة العمل الإعلامي.

كما أدت الصحافة الرقمية إلى ظهور جيل جديد من الصحفيين الذين ينقلون الأخبار في الوقت الفعلي، مما فرض نوعاً من التدوين الإبداعي المختزل، وهو ما أثر على عمق تحليل المحتويات الصحفية وجعلها تبدو مبتذلة. ومع تطور المدونات العربية وزيادة المنشورات الإلكترونية التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الصحافة الإلكترونية، تحولت المعلومة في الفضاء الرقمي إلى منتج إعلامي يتأثر أحياناً برؤية المدونين الباحثين عن فضاء يعبرون فيه عن آرائهم.

في هذا السياق الذي يتداخل فيه صوت الصحفي المحترف مع صوت المواطن المعارض والمتحرر من القيود التقليدية، امتزجت المواد الإعلامية ذات القيمة المهنية مع المضامين الرديئة التي تعوز إلى المعايير الصحفية. هذا الوضع أثار جدلاً واسعاً حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الجرائد الإلكترونية ومواقع الاخبار، والتحديات التي تواجه الصحافة على الإنترنت بسبب السلوكيات غير المسؤولة التي تتضمن الإساءة، والتقليد، والربح غير المشروع، أو التهمك والتشهير.

في النهاية، يتعين على الصحافة الرقمية مراجعة مسؤولياتها الأخلاقية، وضبط التفاعلية في تحرير المواد الإعلامية، وتحديد مسؤوليات الصحفي في التعامل مع المعلومات المستمدة من المستخدمين، وتوظيف مصادر المعلومات بشكل مهني على الإنترنت. هذه التحديات قد تقف حائلاً أمام ممارسة الصحفي لمهامه بكفاءة، مما يعمق من مسؤوليته الأخلاقية في مواجهة الضغط الذي تمارسه الأجهزة الإعلامية لتحقيق مكاسب مالية مع أقل قدر من الموارد البشرية، مما يؤثر في نهاية المطاف على جودة العمل الإعلامي. (السيد، 2006، صفحة 199)

5. الشروط الفنية للعمل الاعلامي الرقمي :

لا يمكننا تناول الضوابط المهنية للصحافة الرقمية دون الوقوف على الأسس التقنية التي توجه عمل الصحفي، حيث أصبح إتقانها جزءاً لا يتجزأ من نجاحه في أداء مهامه. تُعتبر الأسس التقنية كمؤشرات حاسمة لحجم التزام الصحفي بالضوابط الأخلاقية المهنية، فهي تلعب دوراً رئيسياً في تقييم صحة المعلومات المنشورة، وموثوقيتها، وقيمتها، من خلال مراجعة دقة الروابط، وجودة النصوص، واستخدام الوسائط المتنوعة في تحرير المحتوى الإعلامي، وغيرها.

من بين المبادئ والمعايير الأساسية التي تساهم في ضبط التحديات الأخلاقية المرتبطة بالصحافة الرقمية نجد: مبدأ الخصوصية الرقمية، مبدأ عدم الانتحال، الرجوع إلى المصدر الأصلي، عدم إلحاق الضرر بالآخرين، حقوق الابداع والمؤلف، عدم تحريف الصور والفيديوهات، مبادئ التعامل مع الذكاء الاصطناعي، ومبدأ المساءلة والمحاسبة للصحفيين من خلال الأدوات المبتكرة مثل المدونات والتعليقات. إضافةً إلى هذه المبادئ، تظل الأسس الأخلاقية التي تضبط الاعلام القديم مثل الدقة، والأمانة، والموضوعية، وغيرها، ذات أهمية كبيرة في السياق الرقمي.

ترتكز هذه الأسس التقنية على تعاون الصحفيين والقراء والمبرمجين في تطبيق الضوابط الأخلاقية، حيث يسهم كل منهم في إنتاج المحتوى الصحفي الرقمي. وعليه، تُعد هذه الأسس التقنية أساساً لتقييم مدى التزام الصحفي بالمعايير المهنية كالحياد، والصدق، والدقة، والموضوعية في عمله، خاصة في ظل التنافس المتزايد مع وسائل الاتصال الأخرى مثل المدونات، ووسائل التواصل الاجتماعي، وصحافة المواطن. هذه الأخيرة تعزز قيمة الفرد و"الموهبة الصحفية" على حساب القيمة الاحترافية للمؤسسة الإعلامية، كما تقدم "السبق الصحفي" على معايير الموضوعية والدقة والمساءلة في العمل الاعلامي.

وفقاً لما تقدم، يتبين أن الضوابط المهنية والأخلاقية للصحافة الإلكترونية تتماشى جنباً مع الجوانب التقنية والوظائف المنوطة بالصحفي في المحيط الرقمي. هذه الجوانب التقنية تلعب دوراً محورياً في تحديد حجم اعتماد الصحفي على معايير اخلاق المهنة في مجال الصحافة الرقمية.

6. رؤية تفسيرية للمسائل الأخلاقية المطروحة في المحيط الرقمي

أشار بخيت السيد (السيد بخيت، 2010، صفحة 290) إلى أن المحيط الرقمي قد أوجد عدداً من الإشكاليات الأخلاقية، وعلى الرغم من ذلك، فإن المبادئ العامة للقيم والأخلاقيات في الصحافة تكاد تكون متشابهة بين بيئات الاعلام التقليدي والرقمي. ومع أن المحيط الرقمي قد

أضاف قيماً وأخلاقيات جديدة إلى هذه المنظومة، إلا أن القيم المهنية والأخلاقية تبقى واحدة في جميع الوسائل الإعلامية، دون مراعاة تغير طبيعة البيئة التي يشغل بها الصحفي. وتبقى المهام الخاصة بالصحفيين في البيئة التقليدية تتواءم، بطريقة أو بأخرى، على العاملين في المحيط الرقمي، حيث يكمن الاختلاف في كيفية ممارسة هذه المهام أو في تكليفهم بواجبات أخرى مشتقة من طبيعة العمل في المحيط الرقمي.

1.6. جرائم الإنترنت:

يشير عبد الرزاق الديلي (الديلي ع.، 2016، صفحة 122) إلى أن جرائم الإنترنت تمثل إحدى أبرز سلبات الإعلام الجديد، حيث تم استغلال الإنترنت لارتكاب جرائم حديثة تتطلب جهوداً مستمرة لمكافحتها. وقد تطورت هذه الجرائم لتشمل أشكالاً وصوراً متعددة تختلف بناءً على الهدف منها، سواء كانت مرتبطة بسرقة المعلومات، أو تخريب الأجهزة، أو استهداف الأفراد أو الجهات، بل وحتى الحكومات والدول لم تعد في مأمن من هذه الجرائم. تشمل جرائم الإنترنت:

- جرائم أمن الدولة مثل الإرهاب والتطرف وزعزعة الاستقرار.
- جرائم النصب والاحتيال والاختلاس والاستيلاء على الأموال العامة والخاصة.
- جرائم الاعتداء على الأشخاص مثل السب والتشهير.
- السطو على الابداع الخاص بالمؤلفين.

وللتصدي لهذه الجرائم، تعمل الدول على سن تشريعات وتأسيس وحدات أمنية متخصصة لملاحقة مرتكبيها.

2.6. الأخبار الزائفة:

تنتشر الأخبار الزائفة (Fake News) بشكل كبير في بيئة الإعلام الرقمي، مما يزيد من خطورة هذا الموضوع بسبب سرعة تداول هذه الأخبار. وقد أصبحت الدول تعتبر نفسها في خطر نتيجة انتشار هذه النوعية من الأخبار. ويعتبر الخبراء أن التعرف على الأخبار الزائفة بواسطة مدققي الحقائق المستقلين أصبح ضرورة ملحة لوقف انتشارها. ومع التحولات التكنولوجية الهائلة، يبرز الحاجة لتدخل المشرعين لمعالجة القصور التشريعي وإقرار قوانين تجرم نشر المعلومات الزائفة.

3.6. مبدأ الملكية الفكرية:

مع التطور التكنولوجي، ازداد الاهتمام بحماية ملكية المؤلفين، نظرًا لما توفره التكنولوجيا من أساليب قد تشكل تهديدًا على هذه الحقوق، مثل القرصنة الإلكترونية. وقد أوجدت البيئة الرقمية إشكاليات جديدة في التعامل مع هذه التجاوزات، ما يتطلب مواكبة التشريعات لهذه التغيرات. وتشمل الانتهاكات في المحيط الرقمي استغلال المحتوى دون تصريح أو ذكر المصدر، وتشويه وتغيير المحتوى والصور والفيديوهات. كما طرحت البيئة الرقمية تساؤلات حول مدى تطابق قوانين حقوق النشر في الفضاء الرقمي ومدى توفر تشريعات تنظم مسألة الملكية الخاصة للمؤلف وحقوقه في هذه البيئة.

4.6. الخصوصية:

لا يزال مفهوم الخصوصية يثير جدلاً كبيراً حول كيفية ضبطه واحترامه من قبل وسائل الإعلام، خاصة مع عدم قدرة التشريعات والقوانين على اللحاق بالركب التكنولوجي المتسارع الذي سهّل من الانتهاكات. تُعنى الموثائق الصحفية عادة بالتأكيد على حق الخصوصية، وتوضح الحدود الفاصلة بين حرية الإعلام وحق الخصوصية، في ظل ما تقدمه تكنولوجيا المعلومات من وسائل للتجسس والفبركة والتصوير. ورغم ذلك، فإن الخيط الرفيع بين الشبكات الاجتماعية والخصوصية ما يزال غير واضح، مما يتطلب وضع قواعد ومعايير دقيقة لاستخدام البيانات الشخصية على هذه الشبكات.

5.6. إشكالية الخلط بين الإعلان والإعلام (سليمان، أخلاقيات الاعلام، 2002، صفحة 174):

توجد اختلافات جوهرية بين الإعلان والإعلام من حيث المبادئ والأدوار، وقد أدت هذه الاختلافات إلى ظهور إشكاليات في السنوات الأخيرة نتيجة سعي بعض وسائل الإعلام إلى زيادة مداخيلها من الإعلانات، ما أثر على التزامها بالأخلاقيات المهنية. وقد أدى هذا إلى انتشار الطابع التجاري في الإعلام وتراجع دوره المجتمعي. وتعاني المواقع الإعلامية الرقمية من الضغوط الاقتصادية التي قد تؤثر على اختياراتها التحريرية. من أبرز الإشكاليات التي طرحتها هذه العراقيل:

- وضع الإعلان في قمة الموقع مما قد يؤدي إلى التباس لدى المستخدمين حول طبيعة الموقع.
- رعاية المحتوى من قبل منظمات تجارية مما قد يؤثر على توجيه المحتوى التحريري.
- توظيف روابط إعلانية داخل المواد التحريرية دون فصل واضح بينهما.

ويقر الخبراء بصعوبة وضع معايير وضوابط واضحة لاستخدام الإعلانات في البيئة الرقمية، حيث لا تتناسب المعايير المتعارف عليها في الإعلام التقليدي مع الإعلام الإلكتروني.

بناءً على ما تقدم، تظهر الحاجة لفرض قوانين صارمة لتنظيم العلاقة بين الإعلام والإعلان، مع ضرورة تأسيس وسائل الإعلام لمبادئ أخلاقية واضحة ودقيقة يلتزم بها الصحفيون في تعاملهم مع المؤسسات الإعلامية.

7. حاجة البيئة الإعلامية الرقمية إلى إقرار تشريعات جديدة

يُقر العديد من الخبراء بأن الثورة الهائلة في تكنولوجيات الإعلام والاتصال قد جعلت التشريعات الإعلامية في الوطن العربي متجاوزة وغير ملائمة للمتغيرات الزمنية الحالية. فقد أثبتت هذه القوانين المتقادمة أنها تشكل عائقاً أمام تطوير صناعة الإعلام العربي، مما يستدعي الحاجة الملحة لإقرار تشريعات جديدة تضمن الحريات الفردية والعامة، وتكفل حرية الرأي والتعبير. ذلك أن وسائل الاتصال الحديثة قد أوجدت طرقاً جديدة للتقييد والمنع، مما أدى إلى الحد من حرية التعبير بطرق لم تكن معروفة من قبل.

كما تأثرت الدول العربية بالموجة الدولية الرامية إلى مراقبة وتقنين وسائل الاتصال الإلكتروني، حيث سعت تلك الدول إلى التكيف مع المعايير العالمية من خلال الانضمام إلى اتفاقية بودابست المتعلقة بتنظيم الجرائم الإلكترونية، والتي تم توقيعها في 23 نوفمبر 2001، عقب أحداث 11 سبتمبر 2001، بهدف تنظيم التعامل مع الجرائم المرتبطة بالتكنولوجيا الرقمية والشبكة (الزرن، 2014)

8. أخلاقيات الإعلام الرقمي في الجزائر:

الجزائر كغيرها من الدول، يواجه الاعلام الرقمي فيها مجموعة من التحديات التي تشكل حاجزا لضمان تقديم معلومات موثوقة وموضوعية تخدم المجتمع، لذا فمن الضروري أن تتبنى وسائل الإعلام الرقمية فيها مواثيق أخلاقية ومعايير تحدد سلوك الممارسين، وتساعد في تنظيم عملهم، مثل معايير الحياد وعدم التحيز واحترام خصوصية الأفراد، وعدم نشر معلومات شخصية دون موافقتهم، وأن يتم التعامل بحذر مع البيانات الحساسة، والتصدي للأخبار المزيفة، وأن تكون المؤسسات الإعلامية شفافة بشأن مصادر المعلومات وأساليب جمع الأخبار، ما يساهم في تحسين جودة الإعلام الرقمي في الجزائر وتعزيز الثقة بين وسائل الإعلام والجمهور.

أما بخصوص أبرز الإشكالات القانونية التي تواجه الإعلام الرقمي في الجزائر والتي تؤثر على حريته وفعاليته نجد:

1- عدم وضوح القوانين الحالية الخاصة بالصحافة الالكترونية، مما يؤدي إلى تفسيرات قانونية مختلفة. هذه الحالة تخلق حالة من الغموض حول الحقوق والواجبات المتعلقة بالنشر الإلكتروني.

2- عمليات النشر والتفاعل على الإنترنت قد تؤدي إلى خرق قوانين حماية البيانات أو انتهاك حقوق الغير، وهو ما قد يؤدي إلى تطبيق عقوبات صارمة.

3- لا يزال الصحفيون في الجزائر يعانون من غياب الحماية القانونية الكافية، مما يجعلهم عرضة للملاحقات القانونية بسبب محتوى نشره.

4- مع تزايد استخدام المحتوى الرقمي، تظهر إشكالات بشأن حقوق المؤلف والحقوق الفكرية، مما يتطلب تطوير قوانين تواكب التغيرات التكنولوجية.

9. خلاصة:

من خلال التحليل السابق للتحويلات التي طرأت على البيئة الإعلامية الرقمية، يتضح أن غياب الأطر وأسس المهنة وآداب الأخلاق والقانون في ممارسة الاعلام الرقمي في العديد من المجتمعات، يثير تساؤلات متعددة بشأن التزام الصحف الرقمية بالأسس الأخلاقية والمهنية. هذا الغياب يُبرز إشكاليات جوهرية تتعلق بعلاقة النشر عبر الإنترنت بحقوق المؤلف، والرقابة على المصنفات وغيرها من المعضلات المرتبطة بهذا السياق.

أما فيما يخص الجزائر، ولمعالجة هذه الإشكالات، لابد من تطوير تشريعات واضحة وشاملة تضمن حرية الإعلام الرقمي وتحمي حقوق الأفراد والمؤسسات، مع تعزيز الحوار بين الحكومة والمجتمع المدني لتعزيز بيئة إعلامية أكثر انفتاحًا.

منه، تبرز أهمية إرساء تشريعات تواكب التطور المتسارع الذي تشهده البيئة الرقمية، إلى جانب ضرورة تطوير منظومة أخلاقية وممارسات مهنية تساهم في تنظيم هذا المشهد

الإعلامي المتحول. هذه المنظومة تهدف إلى توفير إطار أخلاقي ومهني يساعد في ضبط الممارسات الإعلامية في ظل التحولات المتلاحقة في الاستخدامات وطبيعة العمل الإعلامي. قائمة المراجع :

- 1- الحمامي الصادق، 2010. الميديا الجديدة، الاستمولوجيا والإشكاليات والسياقات، تونس، المنشورات الجامعية بمنوبة.
- 2- الدليبي عبد الرزاق، 2016. أخلاقيات الإعلام وتشريعاته في القرن الحادي والعشرين، عمان، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع.
- 3- بخيت السيد، 2010. أخلاقيات العمل الصحفي: الانترنت كوسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية والأخلاقية، دار الكتاب الجامعي، العين.
- 4- جمال الزرن، 2014. إذاعة المواطن وأخلاقيات إعلام تفاعلي، مجلة الإذاعات العربية، اتحاد الإذاعات العربية، تونس، العدد 4.
- 6- صالح سليمان، 2002. أخلاقيات الاعلام، مكتبة الفلاح، الكويت.
- 7- عبد الكريم عبد الله، 2007. جرائم المعلوماتية والإنترنت "الجرائم الإلكترونية"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت.

8-Emmanuel Derieux, Droit de la communication. (L.G.D.J) . 1991

9-Sylvain gritoux et genette tremblay, 2002, méthodologie des sciences humaines, 2ème édition, édition du renouveau pédagogique inc, Québec.

10-Grawitz, Madeleine. Méthodes des sciences sociales. 9e éd., Paris, Dalloz, 1993.