

الأخلاقيات الإعلامية وأثرها على التفاعلات الاجتماعية ونشاط المجتمع المدني

Media ethics and their impact on social interactions and civil society activity

1. BAICHI ABDELHAMID

1- بايشي عبد الحميد¹.

- UNIVERSITE ADRAR - ALGERIE.

- جامعة ادرار -الجزائر.

- hamidbaichi@gmail.com- hamidbaichi@gmail.com

تاريخ القبول: 2024/12/01

تاريخ الاستلام: 2024/10/25

تاريخ النشر: 2024/12/10

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح مدى تأثير أخلاقيات الممارسة الإعلامية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك المستخدم ومواقفه من خلال صفحة مؤسسة أوقاس الإعلامية Ad على فيسبوك ، والتي تعتمد على منهج التحليل الوصفي وتستخدم أدوات تحليل المحتوى لجمع البيانات البحثية الأساسية . ثم تمت معالجة هذه البيانات باستخدام التحليل التكراري. تهدف صفحة فيسبوك إلى الكشف عن مدى تأثير أخلاقيات ممارسة وسائل الإعلام على سلوك المستخدم ومواقفه عبر مواقع التواصل الاجتماعي...

وخلص البحث إلى أن صفحة مؤسسة أوقاس الإعلامية على فيسبوك تحتوي على محتوى متنوع في مجالات مختلفة، مما يكسب المتابعين للتفاعل مع هذا المحتوى الفكري ، ويزيد من المحتوى الإيجابي للمتابعين.

الكلمات المفتاحية : أخلاقيات الممارسة الإعلامية ، مواقع التواصل الاجتماعي ، الاتصال ، المؤسسة

الإعلامية..:

Abstract:

This study aims to clarify the extent to which media practice ethics through social media affect user behavior and attitudes through the Awqas Media Foundation Ad page on Facebook, which relies on the descriptive analysis approach and uses content analysis tools to collect basic research data. This data was then processed using iterative analysis .

The Facebook page aims to reveal the extent to which media practice ethics affect user behavior and attitudes through social media... The research concluded that the Awqas Media Foundation page on Facebook contains diverse content in different fields, which gains followers to interact with this intellectual content, and increases the positive content for followers.

Keywords: Ethics of media practice, social media sites, communication, media institution.

مقدمة:

في ضوء وسائل الإعلام الحديثة، أصبحت وسائل الإعلام، وخاصة مواقع التواصل الاجتماعي، دورا رئيسيا في تشكيل الرأي العام ونقل المعلومات . مع زيادة الوعي بقوة هذه الوسائل وتأثيرها الكبير، من الضروري التأكيد على أخلاقيات الممارسة الإعلامية لأنها تلعب دورا مهما في تشكيل الرأي العام وإيصال المعلومات والأخبار للجمهور، خاصة مع انتشار الأخبار المضللة والمعلومات الكاذبة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ازدادت أهمية أخلاقيات الممارسة الإعلامية بمرور الوقت. كلاهما زاد.

مع هذا النشر الواسع وحرية التفاعل، من المهم الالتزام بأخلاقيات ممارسة وسائل الإعلام لضمان نشر محتوى موثوق ومسؤول .من خلال الالتزام بهذه المبادئ، يمكن لوسائل التواصل الاجتماعي المساهمة في بناء مجتمع أكثر وعيا وتماسكا وتعزيز الحوار البناء والمستدام بين مختلف شرائح المجتمع.

نظرا لأهمية الموضوع وضرورة دراسته ، فإنه يهدف إلى استكشاف الأخلاقيات المرتبطة بالنشر والتفاعل وتعزيز الممارسات الإعلامية الصحيحة والمسؤولة في محاولة ليس فقط لتحديد الأهمية الأخلاقية للممارسات الإعلامية على مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن أيضا لفهم كيفية تأثير وسائل الإعلام على وسائل الإعلام والسلوك المجتمعي.

بالإضافة إلى تطوير إطار أخلاقي، جاء هذا البحث المعنون ب: **الأخلاقيات الإعلامية وأثرها على التفاعلات الاجتماعية ونشاط المجتمع المدني والذي سنحاول من خلاله استكشاف القيم و المبادئ الأخلاقية التي تواجه الممارسة الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، مثل الخصوصية ، والصدق ، والإنصاف، وكذا تطوير إطار أخلاقي يهدف إلى توجيه الممارسة الإعلامية عبر وسائل التواصل الاجتماعي وضمان احترام القيم الأخلاقية، ومنه**

الوصول إلى توفير فهم أعمق للعلاقة بين الحرية الإعلامية والمسؤولية الاجتماعية على وسائل الاجتماعي. وتفصيل ذلك كله في مراحل البحث اللاحقة.

1- مفهوم الأخلاقيات الإعلامية:

أ- مفهوم الأخلاقيات:

في اللغة: هي قيم المجتمع الآمرة بالمعروف والناهية عن المنكر. أي ما كان من السلوك الحسن في مجتمع ما ، متماشيا مع تقاليده وأعرافه الآمرة بالمعروف والناهية عن المنكر. (الدين، 2005، صفحة 70)

في الاصطلاح: مجموعة من المبادئ الأخلاقية ومعايير تتعلق بالخير والشر تسمح لنا بنصف الأفعال البشرية وأن نحكم عليها. (رزاق، 2014، صفحة 27)

ب- مفهوم الإعلام:

• في اللغة: جاء من فعل عَلِمَ والعلم نقيض الجهل ، رجل عالم أي عليم من قوم علماء كما يعني كذلك التبليغ و الابلاغ ، أي الايصال و البلاغ ما بلغك أي ما وصلك . وعليه ، فإن كلمة الاعلام في اللغة العربية " الإخبار بالشيء والبلاغ " (الزلب، 2003، صفحة 5، 7) وهو مايقابل مصطلح information باللغة اللاتينية .

• الاعلام اصطلاحًا :عرف الباحثون الإعلام تعريفات كثيرة، نختار منها

أشهر التعريفات التالية:

-تعريف أنوجروت، حيث قال: " الإعلام هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت " .

ويعرفه آخرون بأنه) :نشر الحقائق والأفكار والآراء بين جماهير الشركة أو المؤسسة بوسائل الإعلام، الصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات، والمعارض والحفلات وغيرها، وذلك بغية التفاهم والإقناع ولجلب التأييد. (مكتبي، صفحة 9، 12)

ويطلق مفهوم الإعلام الذي هو ترجمة لكلمة انجليزية "information" على البيانات والمعلومات والحقائق التي تحصل عليها عن طريق الملاحظة والتجربة أو التعليق والتي تتميز عن الأفكار والآراء وتتدفق هذه البيانات أو تتناسب عن طريق قنوات أو مسالك الاتصال المختلفة.

كما يطلق أيضا مفهوم أو مصطلح الإعلام على الصحافة بكل أنواعها فيقال الإعلام الصحفي الإعلام المطبوع والإعلام المسموع والإعلام المرئي. (الطيب، 2010، صفحة 11_12)

- ومنه يمكن تعريف الأخلاقيات الإعلامية بأنها حقل يدرس أسئلة القيم، وهي الحكم على فعل الإنسان هل هو حسن أو سيئ في مواقف معينة، الأخلاقيات هي المقاييس والقواعد التي تبني عليها قرار وأفعال كثيرة عندما لا يوجد عادة جواب واضح . (جامع، 2006، صفحة 68) ويشمل هذا المفهوم تحديد المبادئ والقيم التي يجب أن توجه سلوك الفرد أو المؤسسة في مجال الإعلام، بما في ذلك الصدق، والمصادقية، والاحترام، ومكافحة الكراهية.

ترتبط أخلاقيات الممارسة الإعلامية بالمبادئ والقيم التي يجب على الصحفيين والإعلاميين الالتزام بها عند ممارسة مهنتهم. وتشمل هذه القيم الصدق، والجدارة بالثقة، واحترام الخصوصية الشخصية، وتجنب الإساءة والتشهير، وتقديم معلومات دقيقة وموضوعية، والتي تعتبر ضرورية لمصادقية وسائل الإعلام والمجتمع.

2-نشأة أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

تجمع معظم الأبحاث حول تاريخ أصل الأخلاق في الممارسة الإعلامية أن السويد كانت سابقتها في عام 1916 ، ثم ظهرت في فرنسا عام 1918 ، حيث وضعت مسودة ميثاق الأخلاقيات المهنية. كما أصدر ميثاق قواعد أخلاقيات الصحافة ، الصادر في واشنطن عام 1926 ، الاتحاد الدولي للصحفيين في ذلك العام واتخذ عددا من الإجراءات التي تهدف إلى التنظيم الذاتي للمهنة من قبل المتخصصين في الصحافة. وكان من بينها إنشاء المحكمة الدولية Honor.In 1931 وفي سنة 1953 نوقشت مسألة إصدار ميثاق الأخلاقيات المهنية لوسائل الإعلام والصحافة لأول مرة في الأمم المتحدة ، ووافقت اللجنة الفرعية المعنية بحرية الإعلام والصحافة على مشروع الميثاق الدولي للأخلاقيات للعاملين في وسائل الإعلام ، الذي أكد على أهمية تقديم الحقائق كقاعدة عمل مهنية لجميع المشاركين في جمع الأخبار والمعلومات وبثها ونشرها والتعليق عليها. تلقي واكتساب الثقة (مكاوي، 1994، صفحة 194).

ومع بداية تنظيم المهنة في منتصف القرن التاسع عشر بدأ موضوع الأخلاقيات يطرح نفسه بقوة في فرنسا، وبريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية كضرورة للحفاظ على موقع المهنة ودوره ،حيث ظهرت أولى التشريعات المكتوبة حول أخلاقيات المهنة في مطلع القرن العشرين في هذه الدول سالفة الذكر،ومن هذه التشريعات على سبيل المثال: إعلان تحديد واجبات الصحفيين في بولونيا عام 1896 ، ومنه إعلان جمعية صحافيين أمريكية في كنساس عام 1910 عن تشريع يعني الناشرين ومدراء المؤسسات وتشريع الصحافة الفرنسية الذي وضعته نقابة الصحافة عام 1918 وينص على واجبات الصحفي.

ويعد "إعلان بورديو" من الوثائق الدولية المهمة التي تناولت أخلاقيات الممارسة الإعلامية وقد صدر في 1939 بمدينة " بورديو الفرنسية " وأكد على

ضرورة المحافظة على أسرار المهنة بشأن مصادر المعلومات وبذل الجهد في تصحيح أية معلومات غير دقيقة سواء كانت منشور أو معدة للنشر، وفي نوفمبر 1971 عقد بمدينة ميونيخ الألمانية اجتماع ممثلي ستة دول أوروبية في خاتمة " إعلان ميونيخ" الذي أكد على احترام الحقيقة والدفاع عن حرية الاعلام والتعليق والنقد وتولى الأمانة في الحصول على الأخبار والصور والمستندات، وفي عقد التسعينات من القرن العشرين تم التوقيع على أكثر من إعلان حول أخلاقيات الممارسة الإعلامية من بينها " إعلان وندهوك " في 3 ماي 1991 وإعلان " ألما أتا " في 19 أكتوبر 1992 و " إعلان سنيتاجو " في 7 ماي 1994 و " إعلان صنعاء " في 11 جانفي 1996 ، وفي 23 مارس 1983 أقر مجلس الأعلى للصحافة ميثاق جيداً للنشر في الصحفي حول العديد من القواعد التي تنظم الممارسة الصحفية حيث خطر أحد الصحفيين على زميله تجريحاً شخصياً أو حجب حق من حقوقه أو عدم تمكنه من أداء واجباته والحفاظ على أسرار المهنة... إلخ هذا أهم ما تضمنه هذا الميثاق (النجف، 1983، صفحة 30).

في بداية القرن 20، ظهر ما يسمى ميثاق الأخلاق ، والتي تم تطويرها باستمرار للتعامل مع تطور المهنة والتغيرات الاجتماعية التي تؤثر عليها. تحدد هذه القوانين السلوك الأمثل للصحفي في علاقاته المهنية في 4 اتجاهات :علاقاته مع زملائه ومصادر الأخبار وأصحاب العمل والجمهور .يتم إنشاء هذه القوانين من قبل أفراد من المؤسسات والمنظمات، ولكن بالنظر إلى ميثاق قواعد أخلاقيات الصحافة الصادر عن الاتحاد العالمي للصحفيين، في واشنطن عام 1926 ، فإن بداية إنشاء هذه القواعد ، والتي كانت مدعومة بوثيقة أخرى من الاتحاد الوطني للصحفيين البريطانيين في عام 1931 ، كان يسمى. احتوت "مدونة السلوك "على أسس وقواعد وأخلاقيات مهنة الصحافة التي يجب احترامها بين ممارسة المهنة

والالتزامات المسندة إليها ، وقدم المؤتمر العالمي لاتحاد الصحافة في مدينة براغ التشيكوسلوفاكية ميثاقا كرس السلام والأمن الدوليين في عام 1936 إعلان مكسيكو 1980 أجمع حوالي 1000 من مختلف أرجاء العالم يمثلون منظمات عالمية وإقليمية وجهوية في اجتماعات استثمارات بإشراف من منظمة اليونسكو وفيه عبر المجتمعون عن تأييدهم المطلق للإعلان الصادر عن اليونسكو الذي يدور حول المبادئ والقيم الأساسية لمساهمة وسائل الإعلام في ترسيخ السلم الدولي وتعزيز حقوق الإنسان وعلاوة عن ذلك أقر الاجتماع ما أضحى عليه في ما بعد إعلان مكسيكو احتوى مجموعة من الأسس والمبادئ العالمية المشتركة بين الأمم والشعوب في مجال الأخلاقيات الصحفية وعدم تطبيق توصياتها ميدانيا أثناء تأدية المهام وهذا ما يفسر استمرار موجة المطالبة بتطبيقها.

وفي جويلية 1957 أصدر المؤتمر القومي العام للاتحاد الاشتراكي العربي "ميثاق شرف صحفي" أكد على ألا تنقل الصحافة إلى الجماهير إلا ما هو صادق وأمين وأن تمتنع عن نشر المعلومات غير الموثوق في صحتها (عباسة، 2017، صفحة 160). وأن تلتزم بعدم نشر أسماء أو صور المتهمين من " الصغار والقصر " وأن ميثاق الإعلامي العربي تم الإعلان عنه " ميثاق الشرق الاعلام العربي تنفيذا لميثاق التضامن العربي الذي صدر مؤتمر القمة بالدار البيضاء بالمغرب في 10 سبتمبر عام 1965 وهو يستهدف سياسة إعلامية بناء على الصعيدين القومي والإنساني وقد احتوى هذا الميثاق مادة تناولت مختلف الممارسات الإعلامية وأخلاقيات العمل الإعلامي العربي. (الشريف، 2014، صفحة 48)

انطلاقا من قرارات مؤتمرات القمة العربية والأجهزة المهنية في الجامعة العربية التي استهدفت إيجاد سياسة إعلامية عربية بناءة على المستويين القومي

والإنساني والتزاما بتوصيات اللجنة الدائمة للإعلام العربي بضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي عربي وقومي وقد رتب هذا الميثاق التزامات على الحكومات العربية حيال العمل الصحفي وممارسته لم يشهد الواقع العربي في أقطاره عديدة من قبل وضع الميثاق أو بعده.

3- خصائص أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

للحديث عن خصائص أخلاقيات الإعلامية ، يجب ان ندرك دور وسائل الاعلام في شكل الرأي العام وتوجيه التفكير الجماهيري. وبما إن الاعلام يمتلك هذه القدرة الكبيرة على تشكيل وجهات النظر وتوجيه السلوك، فإنه من الضروري ان تكون ممارساته أخلاقية ومسؤولة .

يقول جاك مونود (John Monod) : " لا يقدر أي مجتمع على ان يبقى دون قانون أخلاقي يستند الى قيم تفهمها أغلبية أعضائه وتقبلها وتحترمها " (روس، صفحة 19)، بالرغم من بعض التباين في القيم من المجتمع إلى آخر ألا أنها "تعتبر بعض القيم الإعلامية متماثلة بمعناها الواسع في جميع مناطق الكرة الأرضية التي يكون النظام فيها ديمقراطياً " (بيراترايد، 1429 هـ - 2008 م، صفحة 49) ففي حقيقة الأمر، تركز الضوابط المهنية على قيم عالمية كنبذ الكراهية، والعنف وازدهار الإنسانية، او بعض الفئات من البشر.

وترى الأستاذة ديني إليوت (Deni Elliott) أن ما يشكل مهنة معنية هي ، قيم يشترك بها معظم أعضائها حتى لو لم تبرز بشكل واضح ، ففي حال الصحفيين يكون نشر تحقيق كامل ودقيق ومتطابق مع الواقع، ومنسجم مع روح العصر الذي يحتاج إليه المواطنون وعندما يتم ذلك لا يكون قد لحق ضرر بأحد ، كما يتوجب على الصحفي ان يضع نفسه مكان الأشخاص المتضررين ، بما ينشر ويتصوره للآثار بعيدة وقصيرة المدى، لما يصرح به فالقيم الصحفية تكون مرتبطة بمهام وسائل الاعلام، مما يستلزم على الصحفي إدراك هذه المهام.

1- **الصدق**: هو الدفاع للمتعامل مع أدبيات التعامل مع (المادة) الإعلامية ،فالحقيقة هي المحور المحرك للإعلامي ،و الوصول إليها عن طريق الملتوية ولا القصيرة المشوبة بما يخدش دقتها ، وصدقها وواقعها ، بل يمكن الوصول إليها عن طرق صعبة ، و لكن سليمة تدعوا إلى التميز ،و مقاومة العمل من شخص إلى آخر في مجال المصدر صحيفة كانت أو إذاعة أو تلفازا ، ذلك لأن الوسائل الإعلامية تسعى إلى الوصول إلى الحقائق عند الناس أو في واقع الواقع في بيئتها وزمانها ، ولأن الحقائق ليست في متناول من يرتضيها فلا بد للوصول إلى مصدرها بشتى الطرق وفي ذلك جهد ومشقة (آخرون، 2015 م -1436 هـ، صفحة 31).

2- **احترام الكرامة الإنسانية**: الذي يقتضي عرض الأخبار دون المساس بالكرامة سواء جماعية كانت فئة أو ثقافية أودين أو فردية ، ويتم ذلك عبر وسائل قانونية وسليمة للحصول على المعلومات دون اللجوء إلى أساليب الخداع أو الابتزاز أو التلاعب.

3- **النزاهة**: التي تعني تقديم الخبر والصورة بنوع من الحياد ،وتجنب الخلط بين الأمور مثل الخلط بين الخبر و التعليق ،بين الصالح العام و الخاص، و التجرد من الاعتبارات الذاتية والاستقلالية ،و عدم الخضوع لأي تأثير.

4- **العدالة**: والتي تقتضي توخي المحكمة و المهنية في عرض الأخبار و الحقائق الإبعاد ما أمكن عن أساليب المبالغة و التهويل والإثارة الرخيصة.

5- **المسؤولية**: أي انه يجب على الإعلامي أن يتحمل مسؤولية الصحة من أخباره بمعنى انه لا يجوز نقل أي خبر دون التحقق منه والتحري بشأنه والتزام الدقة في معالجته والجذر في نشره

6 - **أهمية وأهداف أخلاقيات الممارسة الإعلامية**:

تعتبر أخلاقيات ممارسة وسائل الإعلام أساسية لتوفير معلومات دقيقة وموضوعية للجمهور والمساهمة في بناء ثقة الجمهور في وسائل الإعلام. تهدف هذه القيم إلى حماية الحقوق الفردية، واحترام الخصوصية، وتعزيز الحوار العام، وتعزيز قيم التعددية والديمقراطية في المجتمع.

✓ أولاً: أهمية أخلاقيات الممارسة الإعلامية:

أخلاقيات الممارسة الإعلامية لها أهمية بالغة في توجيه السلوك وتحديد الأطر الأخلاقية لعمل الصحفيين ووسائل الاعلام. تلعب دوراً هاماً وحيوياً في بناء الثقة بين الجمهور والوسائل الإعلامية ، وتعزز دور الاعلام في تعزيز الديمقراطية وحماية حقوق الأفراد. وتضيف أبو جامع: "هنا تكمن أهمية ممارسة والتزام الصحفي بأخلاقيات المهنة على هذه الشبكات، لأن إخبار الناس بمعلومات خاطئة من شأنها نشر الشائعات، وزعزعة أمن المجتمع، فالصحفي يجب أن يتحرى الدقة والمصداقية في نقل أخباره أو التعليق عليها، وغياهما يعرضه للمساءلة والتهديد لحريته في الرأي والتعبير." (الحدادي، 2024)

كما يقول ديفيد راندال أن المبادئ الأخلاقية تمثل "أكثر الطرق أدبا ولياقة لأداء العمل الصحفي حيث تزودنا بالمواقف تجاه القراء المصادر التي تعتمد على شيء من الحساسية ومراعاة مشاعر الآخرين الإنسانية بدلا من مجرد الحسابات التجارية الماكرة.

يعد الامتثال للمبادئ والسلوك الأخلاقي ذا أهمية كبيرة لمختلف شرائح المجتمع، سواء على المستوى الفردي للعمل أو مهنة معينة أو مجموعة أو منظمة تجارية. هذا لأنه يعزز الالتزام بمبادئ الحق والعمل الصادق ويمنع المنظمة من رؤية فوائدها من منظور ضيق لا يتوافق فقط مع معايير محددة مجسدة في الاعتبارات المالية التي ستستفيد على المدى القصير، ولكن سيكون لها بالتأكيد تأثير سلبي على المدى الطويل.

- 1- إيجاد ارتباط إيجابي بين الالتزام الأخلاقي والمردود المالي الذي تحققه المنظمة، وإن كان ذلك على المدى الطويل
 - 2- تفادي الدعاوي القضائية والشكاوي
 - 3- تعزيز سمعة المؤسسة وبالتالي ضمان مكانتها في أوساط المنافسة
 - 4- التميز الأخلاقي بالحصول على جوائز المصادقية والامتنياز
 - 5- ضبط السلوك المهني الشخصي الذي يجب أن يتحلى به المؤمنون على المصالح العامة.
 - 6- تعزيز القدرة على تجاوز المشكلات الطارئة.
 - 7- ارتباط نسق القيم الأخلاقية بالقدرات الإبداعية.
 - 8- خلق سمعة إنتاجية حسنة لدى المؤسسات.
 - 9- إزالة الطابع التسلطي الذي يمكن أن تتصف به إدارة ما.
- راح موضوع الأخلاق الإعلامية ينال الاهتمام الكبير بين الحريين العالميتين مع التفكير بتنظيم المهنة وتخصيص تدريس عال لها من أجل إعداد جيد لصحافي المستقبل حيث في هذه المرحلة مابين الحريين كانت الأنظمة السياسية في أوروبا تخوض حربا إعلامية في ما بينها ,وكانت وسائل الاعلام أداة موجهة بامتنياز تستعملها السلطات لترويج فك رها والتصدي للطروحات المعادية وهي المرحلة التي شهدت ظهور كتاب" تشاكوتين "عن اغتصاب الجماهير بواسطة الدعاية السياسية وهو يعبر عن الدور الذي لعبته

✓ ثانيا: أهداف أخلاقيات الممارسة الإعلامية

أخلاقيات الممارسة الإعلامية هي مجموعة من المبادئ والقيم التي توجه عمل الصحفيين ووسائل الإعلام في توفير المعلومات والأخبار. يهدف هذا الإطار الأخلاقي إلى تعزيز معايير النزاهة والموثوقية ، وحماية حقوق الأفراد ولفت الانتباه إلى القضايا المهمة في المجتمع.

واستعمل دراسة أخلاقيات وسائل الإعلام على تحسين جودة الرسائل الإعلامية، مما سيؤدي إلى زيادة قدرة هذه الرسائل على تلبية احتياجات وسائل الإعلام للجمهور، وسيساهم في تحسين أخلاقيات وسائل الإعلام. بالرغم من اختلاف الطريقة التي يتم وضع موثيق الأخلاقيات بها، إلا أنها جميعا تسعى لأهدافهم محددة تتمثل في:

- 1- حماية الجمهور من أي استخدام غير مسؤول للاتصال أو ضد الأغراض الاجتماعية لها أو استخدامه للدعاية.
- 2- حماية القائمين بالاتصال من أن يتحولوا بأي شكل من الأشكال لقوة لا تقدر مسؤوليتها أو احتمالية تعرضهم لإذلال أو لأي ضغط.
- 3- المحافظة على قنوات الاتصال المفتوحة بحيث يصبح الاتصال ذا اتجاهين وذلك بالتأكيد على حق القائمين بالاتصال في الحصول في كل وقت على كل المعلومات عدا الظروف المتصلة بأمن الدولة دون التوسع في تفسير ذلك بما يجعل في استطاعة الشعوب أن تعرف الطريقة التي تحك بها من جهة وبحيث يكون في إمكانهم التعبير عن آرائهم المؤيدة أو المعارضة باستمرار من خلال وسائل الاتصال الجماهيري من جهة أخرى.

هذه النقاط الثلاث تشكل بصفة عامة فلسفة أهداف موثيق أخلاقيات المهنة، وإن كانت هناك بعض الموثيق تصاغ لتصبح أداة من أدوات الحكومة للرقابة على الصحف. (المجيد، 2005، صفحة 249)

كما يوجد تصنيف آخر لأهداف أخلاقيات المهنة الإعلامية المتمثلة في النقاط التالية: (2024)

الفهم: تعميق فهم الإعلاميين للوظائف الأخلاقية وأهداف الصحافة-.

المنطق الأخلاقي: تحسين المنطق الأخلاقي للصحفيين-.

النقاش: تشجيع إجراء حوار عام بشأن أخلاقيات المهنة الإعلامية-.

مما سبق، يمكننا أن نعتبر أن أخلاقيات ممارسة وسائل الإعلام تمثل الأسس والقيم التي يجب على الإعلاميين الالتزام بها عند أداء عملهم. وتشمل هذه المفاهيم الحياد والنزاهة واحترام الخصوصية الشخصية وتجنب الإساءة والتشهير. بالإضافة إلى ذلك، يتضمن المفهوم الجديد أخلاقيات استخدام التقنيات المتقدمة مثل الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي في وسائل الإعلام، ويجب على الصحفيين والمراسلين مواجهة التحديات الأخلاقية المرتبطة بهذه التقنيات والحفاظ على معايير النزاهة والمهنية.

دور الأخلاقيات الإعلامية في تعزيز التفاعل البناء واحترام التنوع والاختلاف.

تؤدي الأخلاقيات الإعلامية دوراً أساسياً في تعزيز التفاعل البناء واحترام التنوع والاختلاف على وسائل التواصل الاجتماعي. تتجلى هذه الأهمية في عدة نقاط رئيسية :

1-تشجيع الحوار البناء :

الاحترام والتفاهم : الالتزام بالأخلاقيات الإعلامية يشجع على التواصل الذي يقوم على الاحترام المتبادل والفهم العميق لوجهات النظر المختلفة . هذا يعزز من جودة النقاشات ويحولها إلى حوارات بناءة بدلاً من مواجهات عدائية .
-الترويج للنقاشات المثمرة : نشر المحتوى الذي يحث على التفكير النقدي والمناقشات المستتيرة يساعد في تعزيز حوار متوازن ومثمر بين المستخدمين .

2-احترام التنوع والاختلاف :

التقدير والإدماج :الاعتراف بأهمية التنوع واحترام الفروقات الثقافية والاجتماعية والدينية يعزز من شمولية وسائل التواصل الاجتماعي .
الأخلاقيات الإعلامية تتطلب تقديم محتوى يحترم ويقدر هذا التنوع .

- مكافحة التمييز: الالتزام بأخلاقيات الاعلام يساعد في حد من انتشار المحتوى التمييزي أو العنصري، مما يخلق بيئة أكثر تقبلاً واحتراماً لجميع الأفراد بغض النظر عن خلفياتهم.

3-المسؤولية الاجتماعية :

- الوعي بالتأثير :الإدراك الكامل لتأثير المحتوى المنشور على المجتمع يشجع على نشر معلومات دقيقة ومسؤولة ، مما يساهم في بناء مجتمع واعي ومتقف.
- التصحيح والمساءلة : الاستعداد لتحمل المسؤولية عن المعلومات الخاطئة وتصحيحها يعزز من مصداقية الإعلاميين والمستخدمين على حد سواء .

4-بناء الثقة :

- الشفافية والمصداقية : نشر معلومات دقيقة وموثوقة يعزز الثقة بين وسائل الاعلام والجمهور ، مما يساهم في بناء علاقة قوية ومستدامة .
- تجنب التضليل : الالتزام بأخلاقيات الاعلام يمنع نشر المعلومات المضللة أو المزيفة ، مما يساعد في الحفاظ على مصداقية المحتوى المقدم . (كامل، 2016، صفحة 54)

الأخلاقيات الإعلامية ليست مجرد مجموعة من القواعد ، بل هي أساس لخلق بيئة إعلامية صحية ومثمرة . من خلال تشجيع الحوار البناء واحترام التنوع والاختلاف ،تعزز هذه الأخلاقيات من جودة التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي ، مما يساهم في بناء مجتمع رقمي متماسك ومتفاهم .

6 - تأثير الممارسات الإعلامية الأخلاقية على مشاركة الشباب والمجتمع:

تؤثر الممارسة الإعلامية الأخلاقية بشكل كبير على مشاركة الشباب والمجتمع بطريقة متعددة .إليك بعض الجوانب الرئيسية لهذا التأثير :

1-تعزيز الثقة والمصداقية :

- ثقة الجمهور : الممارسة الإعلامية الأخلاقية تعزز الثقة بين الجمهور ووسائل الاعلام عندما يثق الناس في وسائل الاعلام ، يكونون أكثر استعداداً للتفاعل والمشاركة .

- تحفيز المشاركة : الشباب والمجتمع يكونون أكثر استعداداً للمشاركة في النقاشات والتفاعل مع المحتوى عندما يشعرون بأن وسائل الاعلام موثوقة وتنتشر معلومات دقيقة .

2-تشجيع المشاركة الفعالة :

- المشاركة البناءة : الأخلاقيات الإعلامية تشجع على نشر محتوى يحث على التفكير النقدي والنقاش المستنير ، مما يدفع الشباب والمجتمع إلى المشاركة بآراء وأفكار بناءة .

- تعزيز الوعي : الاعلام الاخلاقي يساهم في رفع مستوى الوعي حول القضايا المجتمعية المهمة. مما يدفع الناس إلى المشاركة بفاعلية في حل المشكلات ومناقشة القضايا المهمة .

3-احترام التنوع وتشجيع التعددية :

- قبول الآخر : عندما تلتزم وسائل الاعلام بأخلاقيات احترام التنوع ، فإنها تخلق بيئة شاملة تدفع الناس من مختلف الخلفيات إلى المشاركة والمساهمة .

- تشجيع التعددية: احترام الآراء المختلفة يعزز من التفاعل المتنوع والبناء ، حيث يشعر الجميع بأن آرائهم محل تقدير واحترام .

4-حماية الخصوصية والحقوق :

- شعور بالأمان: التزام وسائل الاعلام بحماية الخصوصية واحترام الحقوق يعزز شعور الأمان بين الشباب والمجتمع، مما يشجعهم على التفاعل والمشاركة بحرية دون خوف من انتهاك حقوقهم .

- المسؤولية الاجتماعية: التزام وسائل الاعلام بالمسؤولية الاجتماعية يعزز من وعي الشباب والمجتمع حول حقوقهم وواجباتهم ، مما يؤدي إلى مشاركة أكثر وعياً وفاعلية.

5- الحد من انتشار الأخبار المزيفة :

- معلومات موثوقة : نشر معلومات دقيقة وموثقة يساعد في الحد من انتشار الأخبار المزيفة ، مما يحفز الناس على المشاركة والتفاعل مع المحتوى موثوق .

- توعية الشباب : الاعلام الأخلاقي يساهم في توعية الشباب حول كيفية التحقق من المعلومات وتجنب الأخبار المزيفة ، مما يعزز من مشاركتهم بوعي ومسؤولية .

تؤثر الممارسة الإعلامية الأخلاقية بشكل إيجابي على مشاركة الشباب والمجتمع من خلال تعزيز الثقة والمصداقية، تشجيع المشاركة الفعالة ، احترام التنوع ، حماية الخصوصية ، الحد من انتشار الأخبار المزيفة ، هذا التأثير يؤدي إلى مجتمع أكثر تفاعلاً ووعياً ، حيث تكون المشاركة مبنية على الثقة والاحترام المتبادل . (الرباعي، 2015، صفحة 28)

خاتمة:

مما سبق ، نستنتج أن ممارسة أخلاقيات الإعلام تلعب دوراً مهماً في تعزيز مشاركة الشباب والمجتمع بطرق متعددة ، وتعزيز الثقة والثقة في وسائل الإعلام، وتحفيز الناس على التفاعل وتبادل الآراء البناءة .من خلال احترام التنوع وحماية الخصوصية والحقوق، تشجع أخلاقيات وسائل الإعلام بيئة شاملة يشعر فيها الجميع بالأمان والاحترام، كما أنها تساعد في الحد من انتشار الأخبار المزيفة

وتعزيز الوعي والمسؤولية بين الشباب .تؤدي هذه العوامل معا إلى مجتمع أكثر تفاعلية ووعيا حيث تقوم المشاركة على أساس من الثقة والاحترام المتبادل.

ويمكن تلخيص ذلك كله في النقاط التالية:

- 1-تبيين أن الشفافية والمصداقية هما من الأسس الجوهرية التي يجب أن تلتزم بها المؤسسات الإعلامية لضمان ثقة الجمهور .
- 2-تتضح أهمية المسؤولية الاجتماعية في تعزيز محتوى إعلامي يراعي القيم الأخلاقية ويحترم حقوق الأفراد والمجتمع .
- 3-أن التفاعل المستمر مع الجمهور وتلقي الملاحظات والانتقادات يسهم في تحسين المحتوى الإعلامي وتوجيهه نحو تلبية احتياجات الجمهور بشكل أفضل.
- 4-ضرورة التطوير المستمر للسياسات الإعلامية تتبنى سياسات مرنة تتكيف مع المستجدات التكنولوجية والتغيرات الاجتماعية .
- 5-يتطلب التصدي للتحديات الأخلاقية التي تواجه الممارسين الإعلاميين ، مثل التعامل مع الأخبار الكاذبة والمعلومات المضللة سياسات واضحة وتدريباً مستمراً للعاملين في المجال الإعلامي .
- 6-أن الالتزام بأخلاقيات الممارسة الإعلامية ليس فقط ضرورياً لبناء ثقة الجمهور، بل أيضاً لتحسين جودة المحتوى الإعلامي والمساهمة في بناء مجتمع أكثر وعياً وإدراكاً.

المراجع

- 1- (16, 4, 2024). تم الاسترداد من www.journalisimeEthics.info
- 2- البار الطيب. (2010). المعالجة الإعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة. رسالة ماجستير، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال.
- 3- بلال بن جامع. (2006). المشكلات الأخلاقية والقانونية المثارة حول شبكة الأنترنت. رسالة ماجستير، جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. قسنطينة، الجزائر.
- 4- جاكين روس. (بلا تاريخ). الفكر الأخلاقي المعاصر. (عادل العواء المترجمون) بيروت: عوידات للنشر والطباعة.
- 5- جان كلود بيراترا. (1429 هـ - 2008 م). أدبيات الاعلام ديونتولوجيا الاعلام (المجلد 1). بيروت: المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 6- جيلالي عباس. (2017). الاحتراف الصحفي الأسس والمتطلبات. الجزائر: دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع.
- 7- حسن مكاي. (1994). أخلاقيات العمل الإعلامي. القاهرة: دار المصرية.
- 8- رشيد الحدادي. (12, 3, 2024). مواقع التواصل الاجتماعي. تم الاسترداد من أخلاقيات: <https://www.facebook.com/phofile.php?id=100064818201714&mibextid=ZbWKw>
- 9- عبد العالي رزاق. (2014). المهنة صفي محترف (المجلد 2). الجزائر: دار هومة.
- 10- عبد العزيز خالد الشريف. (2014). أخلاقيات الاعلام. عمان: دار يافا العلمية للنشر.
- 11- عبد الله علي الزلب. (2003). مدخل إلى الاعلام الجديد.
- 12- عصام نور الدين. (2005). مع نور الدين الوسيط عربي _ عربي (المجلد 1). لبنان: دار الكتب العلمية.
- 13- علاء الدين أبو النجف. (1983). النقابات المهنية في عالم. عمان: دار الأنوار للنشر.
- 14- علي بن أحمد الرباعي. (2015). الاعلام الجديد وأخلاقيات الممارسة .
- 15- ليلي عبد المجيد. (2005). تشريعات الاعلام، دراسة حالة " مصر " . مصر: دار العربي للنشر .
- 16- ماهر عودة الشميلة، وآخرون. (2015 م، 1436 هـ). أخلاقيات المهنة الاعلامية (المجلد 1). عمان: دار الاصدار العلمي للنشر والتوزيع.
- 17- محمد غياث مكتبي. (بلا تاريخ). الاعلام الإسلامي.
- 18- محمود كامل. (2016). أخلاقيات الاعلام في عصر الاعلام الرقمي .