

**المعايير الأخلاقية للمواقع الإلكترونية وتأثيرها في تشكيل الوعي والذوق
العام في عصر العولمة الرقمية**
***Ethical standards for websites and their
impact on shaping public awareness and
taste in the era of digital globalization***

دكتور

أحمد حسني حامد الرحماوي
مدرس العلاقات العامة والإعلان
الجامعة العربية المفتوحة

مقدمة:

في دراسة أمريكية صدرت مؤخراً تعنى بالذوق العام المرتبط باستخدام المنصات الإعلامية الالكترونية خاصة الضالع فيها مراهقين، تقول هذه الدراسة أن ٣٨% من الأطفال في الولايات المتحدة الذين يبلغون من العمر ١٢ عاماً، يملكون حسابات وهمية خاصة بهم على فيسبوك وتويتر، وانستجرام، وعلى غرار تعدد تسميات هذه التكنولوجيا وتنوع خصائصها واختلاف أشكالها إلا أن قاسمها المشترك الخفي والظاهر هو أنها ذات أفعال عدوانية، لا تميّز بين أعمار المشتغلين بها وعليها، فالخطر الداهم الذي تعنيه وتلتسمه، هو انشغال أطفالنا بتلك التطبيقات الالكترونية، وتعاملهم معها وانصهار عقولهم وعواطفهم بها، وتلاحم هؤلاء جلاً أوقاتهم معها مشكلة الذوق العام لهم بكل ما قد تتواجد هذه السوءات غير المسئولة على هذه الصفحات التي يتبادلها هؤلاء في سهل ويسر ودون ما مسئولية، وتشير الإحصاءات أن واحد من كل خمسة من هؤلاء مع استخدامهم لمنصات الإعلام الالكتروني قد تلقوا طلبات جنسية من أشخاص غرب، كما أن واحد من كل سبعة عشر مستخدماً للإنترنت، قد تعرّض للتهديد أو نوع من المضايقات، ونسبة ١٨% من الفئة العمرية ٨ - ١٧ سنة قد تعرضوا للسب والقذف من خلال الشبكة ونسبة ٣٦% قد تعرضوا إلى محتويات صادمة، سواء تعلق الأمر بمحتويات ذات طابع غير مقبول وضد الذوق العام، ناهيك عن المنصات غير المسئولة والعشوائية، وأن نسبة ٣٦% من هؤلاء فقط الذين تحدثوا إلى أهلهم في هذا الشأن بخصوص المحتويات العشوائية، ولذلك وجب التحرك لمواكبة الأحداث وتحقيق السبق عليها أفضل من متابعتها، أو محاولة اللحاق بها والرد عليها وذلك من خلال خوارزميات إباحة الاتصال الالكتروني المفتوح بلا أي ضوابط، فمن الضروري أن تتطرق الخطط الإعلامية لحماية الطفل والمراهق من هذه المنصات غير المسئولة والمهددة للذوق العام، وذلك بما يتفق مع أعراف كل مجتمع وعاداته وتقاليده وثوابت أخلاقه.

وهذا يتطلب إجراء دراسات علمية متعمقة تسبر غور هذه المرحلة العمرية وتغوص في كيانها لاستكشاف البناء الفكري والوجداني لها حتى يمكن إعداد استراتيجية إعلامية تقوم على أسس علمية وتتبع أساليب متطورة لمخاطبة هذه المراحل العمرية حتى يمكن مواجهة المشكلات التي تحقّق بها وتهدد الذوق العام.

الإجراءات المنهجية

منهج البحث:

يتخذ الباحث من ثلاثية مناهج البحث ثلاثة بنود رئيسية :

الأول: التاريخي

حيث اتبع الباحث بصورة مختصرة بعض العوامل التاريخية التي تداخلت في المراحل الزمنية المستهدفة.

الثاني: الوصفي

حيث يصف الباحث عوامل البحث من أكثر من زاوية .

الثالث: التحليلي

هو البروتوكول الهام ومقود البحث الذي يحقق له الهدف والإنفرادية.

مشكلة البحث:

- عدم توفر الأبحاث الأكاديمية المصرية في هذا الشأن.
- الاعتماد على المنصات العربية والأجنبية التي بدورها تتحاز إلى بلدها، فكان على الباحث تحري الدقة العقلانية في تقييم ما تقدمه هذه المنصات من معلومات عن الموضوع.
- سيطرة النظام الرقمي على المنصات الإعلامية وتأثيرها علي الإعلام الإلكتروني العالمي وتأثيره على الجمهور.

هدف البحث:

- يقدم الباحث صورة فاعلة لأهمية الموضوع في عصر تقدّم فيه النظام الرقمي، وأصبح لا مناص من التعامل معه. ولكن بهدف وأخذ المعلومة الموثقة وترك ما دون ذلك حتى يمكن تقديم خلاصة مفيدة للقارئ بعيداً عن التحيز والمحاباة.
- يحاول البحث تقديم رؤية للإعلام الإلكتروني والبحث عن روافد هذه الرؤية من خلال المنصات المختلفة، وبيان مدى فعاليتها مع الجمهور سواء في مصر والبلاد العربية أو الجمهور الأجنبي.

أهمية البحث:

تظهر أهمية البحث من خلال استعراض روافد الإعلام الإلكتروني في مختلف أنحاء العالم، مع أخذ الصالح منها وترك الطالح، حتى يجد القارئ بين الصفحات، شيء من المصادقية والجهد الذي يفيد في هذا المجال الرقمي الوافد.

الدراسات السابقة:

- آلن هيوم _ Allan Hume حرية الصحافة، مجلة قضايا الديمقراطية. مجلة الكترونية تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية العدد ٢-١٢-٢٠٠٥. ويعرض

ألن هيوم في هذه الدراسة إلى زاوية هامة وهي أن شكل التأثير على البلاد والشعوب المختلفة، أصبح مختلفاً عن ذي قبل فبعد أن كان بالاتصال مع رؤساء الحكومات والسفراء والمسؤولين للدول الأجنبية أصبح التأثير أكثر جدوى وأسرع، وذلك من خلال الوسائل الالكترونية عبر الفضائيات.

● آية عبد الله أحمد - الإعلام العربي والغربي ودوره في تشكيل الوعي بالذوق العام وتشكيل المجتمع - ٢٠١٤ - المركز الديمقراطي العربي، وتناقش آية عبد الله في هذا البحث التأثير على الجمهور من خلال المنصات الإعلامية بما له وما عليه حيث يمكن أن تكون هناك توجهات مغرصة.

● تسهم وسائل التواصل الاجتماعي في ترسيخ المهارات المجتمعية بدرجات متباينة، حسب ما يتيح هذا النمط من مشاركة وتواصل مع الآخرين، فالمشاركة والتواصل الفعال من أهم العوامل التي تهيئ الفرصة لتنمية المهارات الاجتماعية من خلال زيادة درجات التنسيق والتعاون بين أفراد المجتمع. (عون والجمل، ٢٠٠٩م، ص ٢٠٧)

● تعتمد شبكات التواصل الاجتماعي على الاتصال بين مجموعة من الأفراد لهم نفس الميول والاهتمامات، الميول والاهتمامات، لذلك تعرف بأنها : منظمة من الشبكات مجلة كلية التربية، جامعة الأزهر، العدد: (١٦٩ الجزء الثالث) يوليو لسنة ٢٠١٦م - ٣٣٣ - الالكترونية التي تسمح بالمشارك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه خلال نظام اجتماعي إلكتروني « مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات والميول والهوايات، أو جمعه مع أصدقائه (الشهري، ٢٠٠٨م، ص ١٢).

● تشكل شبكات التواصل الإلكترونية موضوعاً تصطدم فيه أطروحتان مختلفتان، الأطروحة الأولى ترى في هذه المواقع فرصة للبشرية لتبادل الاتصال والمعرفة والقضاء على عوائق الزمان والمكان فتزيد في تقارب الناس

وترفع من درجة تفاعلهم وتنشئ علاقات اجتماعية جديدة، كما أنها تختزل قدرا هائلا من الإجراءات في التعاملات والمبادلات التجارية والاقتصادية، فيما تنظر الأطروحة الثانية لهذه نظرة كارثية إذ ترى أنها تشكل مصدر الخطر الحقيقي على العلاقات الاجتماعية، وتؤدي إلى ميلاد مجتمع يحمل عوامل القطيعة مع التقاليد الثقافية، كما تؤدي إلى العزلة وتفكك نسيج الحياة الاجتماعية ويرى هؤلاء أن وسائل التواصل الاجتماعي قد اقتحمت الحياة العائلية بحيث قللت من فرص التفاعل والتواصل داخل الأسرة. (بوشليبي، ٢٠٠٦م، ص ١٤)

● باتت وسائل التواصل الاجتماعي الإلكتروني في الآونة الأخيرة تسيطر على أوقات وأفكار الشباب، حيث أنها تعتبر سيف ذو حدين، فمن وجهة نظر البعض أنها أثرت على العلاقات الاجتماعية وصلة الرحم بشكل سلبي، والبعض الآخر يرى أن استخداماتها مفيدة كالتعرف على عادات وحضارات وثقافات الشعوب الأخرى. (الحويان، ٢٠١١م، ص ١٤٣)

محاوير البحث:

- ١- الإعلام الإلكتروني في ضوء المصادقية والذوق العام.
- ٢- المعايير الأخلاقية للصحافة المطبوعة والرقمية وموقفها من الذوق العام.
- ٣- المواقع الإعلامية الإلكترونية ما لها وما عليها.
- ٤- تصنيف جوجل للمواقع الإخبارية العربية.
- ٥- الإعلام العربي والغربي ودوره في تشكيل الوعي بالذوق العام.
- ٦- الإعلام جامعة مفتوحة.

التساؤلات

- المواقع الإلكترونية هي عالم مفتوح لكل من لديه المعرفة التكنولوجية ، ومن ثم لارقيب عليها . فكيف تكون السيطرة على هذه المواقع التي قد تدس السموم الإعلامية التي تشوه صورة الوطن والقيم أيضاً .. لابد من وجود طريقة للمواجهة،
- يوجد نص في القانون إسمه " خدش الحياء في الطريق العام" ، ولكن خدش الحياء لم يكن فقط في الطريق العام وإنما من خلال المواقع الإلكترونية التي تبت الصور والأفلام الإباحية دون رقيب ولا حسيب ، فكيف نواجه ذلك ؟
- السوشيال ميديا عالم مفتوح بلا رقيب وتستغله الجماعات المتطرفة للتأثير على الذوق العام ، وبث أذاليل أحيانا باسم الدين وأحيانا أخرى من قبيل العبث ، وبعض البلاد أغلقت ذلك نهائياً ، ولكننا في مصر لا نستطيع ذلك لوجود أهمية ما .

الإعلام الإلكتروني في ضوء المصادقية والذوق العام:ميثاق الشرف للإعلام الرقمي:

نشر موقع - مصرأوي - تقريراً عن مسودة ميثاق شرف الإعلام الرقمي، وجاء في هذا التقرير العام الذي يعبر عن مدى ارتباط ميثاق الشرف بالذوق العام وذلك من خلال المؤتمر الإعلامي الذي أعدته كلية الإعلام بجامعة القاهرة، وتم مناقشتها لمدة يومين وذلك بالمؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين بحضور نخبة من أساتذة الإعلام ورؤساء تحرير الصحف المختلفة.

المبادئ والمرجعيات التي استند عليها الميثاق:١- المبادئ:

أ- الحرية المسئولة التي تقوم على أساس التوازن بين حق وسائل الإعلام تقليدية كانت أو رقمية في ممارسة عملها بحرية، وفي الوقت نفسه تلتزم المسؤولية الاجتماعية

والذوق العام وصالح المجتمع وحقوق الأفراد.

ب- الحق في المعرفة والاتصال والإعلام.

ج- احترام حرية التعبير والإعلام والصحافة كحق إنساني.

د- احترام الحق في الاختلاف.

هـ- الحق في الخصوصية.

أولاً: مرجعيات الميثاق:

أ- الإعلان العالمي لحقوق الإنسان الصادر عام ١٩٤٨ وخاصة المادة ١٩ منه.

ب- مبادئ الدستور المصري الصادر عام ٢٠١٤، ونصوصه الخاصة بالحريات العامة، وحرية الصحافة والإعلام، والحق في الحصول على المعلومات، وحرية تداولها.

ثانياً: المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام الرقمي:

١- الحرص على تصدير قيم الموضوعية والإنصاف والعدالة والتوازن والوضوح والدقة، في مراحل جمع ومعالجة ونشر وتوزيع وتسويق المحتوى الإعلامي على المنصات الرقمية.

٢- الحرص على عدم انتهاك الخصوصية في الأخبار التي تمزج بين الترفيه والمعلومة infotainment والتي قد تتطرق للحياة الخاصة للمشاهير والشخصيات العامة والمؤثرين على الشبكات الاجتماعية بإرادتهم دون أن يؤثر ذلك على حياة الأشخاص الطبيعيين.

٣- عدم نشر الأخبار إلا بعد التأكد من صدقها ودقتها ووضوحها ووجود مصادر معلومات موثقة ومباشرة، يمكن أن يستدل بها القارئ لصحة المعلومات المنشورة.

٤- الالتزام بالتمييز بين المحتوى التحريري والخدمي والترفيهي من ناحية، والمحتوى الإعلاني أو الترويجي من ناحية أخرى.

٥- الحرص على تصويب الأخطاء التي تقع نتيجة السرعة، والحرص على تغطية الحدث لحظة وقوعه وما يفرضه ذلك من تنافسية شديدة، على أن يكون التصويب واضح ومباشر وفي مكان معلوم، على أن يتعامل كتاب الأسلوب، ودوره العمل مع هذه الأخطاء في حال تكرارها.

٦- عدم السعي وراء تحقيق أعلى معدلات الوصول للجمهور traffic عن طريق الإخلال بالقواعد المهنية، أو التقنية، أو بالقوانين والإجراءات الحكومية، مثل نشر معلومات من الشبكات الاجتماعية دون التأكد من سياستها وخلفيتها ومصدرها الأصلي.

ويتعاضم هذا الحرص في أوقات الأوبئة والكوارث، مثل ما يعيشه العالم مع فيروس كورونا.

٧- عدم استغلال المعلومات أو الصور الشخصية الخاصة التي تنتشر عبر وسائل التواصل الاجتماعي، دون موافقة وتوثيق ذلك من أصحابها البالغين.

٨- وضع ضوابط واضحة ومعلنة في غرف الأخبار، لإعادة نشر أو تسويق، أو إظهار أي محتوى سبق نشره على المنصات الرقمية، مع توضيح السياق والخلفية المرتبطة بهذا المحتوى عند نشره لأول مرة.

٩- وضع قواعد مراجعة وتدقيق وتوثيق مضاعفة ومشددة على المحتويات المتعلقة بالكوارث والأزمات والحروب، والصراعات، والنزاعات الطائفية، وكل ما من شأنه أن يحدث اضطراباً لدى قطاع واسع من الجمهور.

١٠- عدم نشر أي محتوى أنتجه الأطفال على المنصات الرقمية إلا بعد استئذان ذويهم بصورة واضحة وموثقة.

١١- لا يجوز للصحفي الاشتراك مع مستخدمي شبكة الإنترنت، من المحادثات على الشبكة دون التعرف بهويته الصحفية، سواء من الفعاليات الصحفية التقليدية، أو عند ممارسة مهنته ميدانياً، أو على شبكة الانترنت، فهذا يعدّ من الممارسات المضللة لجمع المعلومات وتسيء إلى الذوق العام.

١٢- على الصحفي تحمل مسؤولية كل ما يكتبه على شبكة الإنترنت، لأنه يصبح عاماً وعلنياً وينطبق ذلك أيضاً على صفحة الصحفي الشخصية غير المرتبطة بمؤسسته الإعلامية.

١٣- يجب أن يكون للتفاعل الصحفي بغرض النشر مع الجمهور عبر الانترنت حدوداً واضحة معلنة، ويتم ذلك بطريقة مهنية يعرفها منها الجمهور أن هذا التفاعل لأغراض صحفية.

١٤- على الصحفي المحافظة على أسرار العمل بمؤسسته، حتى لا يؤثر على سلامة العملية التحريرية بها، ويجب أن ينظم ذلك بوضوح وبصورة علانية.

١٥- لا يجوز أن ينشر الصحفي، أي محتوى، أو علامة تجارية تخص مؤسسته على أي من المنصات الرقمية المفتوحة أو المغلقة، دون إذن مسبق، سواء كان هذا المحتوى أو العلامة التجارية من صنعه لصالح مؤسسته، أو عن طريق أحد زملائه.

١٦- على الصحفي عدم الانخراط في أي أنشطة عبر الإنترنت من شأنها إقحام مؤسسته في أي نزاع أو خلاف، وعلى الصحفي أن يناقش رئيسه المباشر قبل نشر موضوعاته الصحفية على مواقع التواصل الاجتماعي مع التأكيد على محددات الحقوق الرقمية لمؤسسته.

١٧- على الصحفي تجنب صراع المصالح في نشر أي محتوى - أو التعليق على أي قضايا مثار اهتمام الذوق العام، بما يجعله أقرب إلى الناشط السياسي أو الحقوقي، فيظهر كأنه نصير لمجموعة معينة، أو مدافعاً عن وجهة نظر بعينها، بينما يجب أن يبقى دائماً في موضع الناقل الأمين للوقائع والحقائق المجردة.

١٨- إذا اختار الصحفي أن يقتصر تواجده على الشبكات الاجتماعية لاعتبارات شخصية، عليه أن يراعي الذوق العام بمعنى ألا يشير إلى انتمائه لمؤسسة إعلامية أو صحفية، وأن تقتصر تفاعلاته مع أصدقائه فقط ، أما إذا كان يستخدم هذه المنصات في إطار مهني، فعليه أن يكشف عن هويته المهنية وانتمائه لمؤسسته.

١٩- على الصحفي أن يتصرف على شبكة الإنترنت بصورة لائقة، لأنه يمثل مؤسسته الصحفية، مقدراً أن لديه العديد من المتابعين والمتفاعلين من الجمهور الذين سينقلون عنه ما يقوم ببثه عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

٢٠- على الصحفي أن يبذل جهداً كبيراً ومتجدداً لضمان تنوع وغزارة روافد شبكة المعلومات التي يستقي منها مادته من على الإنترنت حتى لا يقع في فقاعات اللوغاريتمات المغلقة، وبما يضمن أصالة، وتجديد، وصحة، ما يقرأه على شبكة الإنترنت، والذي يشكل بدوره جزءاً كبيراً من أفكاره ومصادر معلوماته.

٢١- يجب أن يلتزم الصحفي بحماية مصادره على شبكة الإنترنت وعدم تعريضها للخطر، تصريحاً أو تلميحاً، وهذا يستوجب اتباع قواعد أمن وحماية رقمية لمعلومات مصادره أو معلوماته الخاصة.

٢٢- التحقق ثم التوثيق للمنشورات والفيديوهات والصور، والجرافكس Graphic وغيرها من المحتويات على وسائل التواصل الاجتماعي قبل الاعتماد عليها كمصادر لمواده الصحفية.

٢٣- احترام حقوق الملكية الفكرية، وحقوق النشر الرقمي وعدم انتحال النصوص والصور والصوتيات والفيديوهات أو النسخ غير القانوني أو غير المشروع للبرامج والتطبيقات والإشارة في كل الأحوال إلى مصادر المحتوى المستخدم.

٢٤- حذف العبارات البذيئة التي تسيء إلى الذوق العام بأن تسيء للآخرين، أو تحتوي على ألفاظ غير مسموح بها اجتماعياً، أو حتى العبارات التي تحمل نعرات تركي الطائفية أو تمثل أقوال مرسلة، أو اتهامات يعاقب عليها القانون، ولا تستند إلى دليل مثل تلك العبارات التي تطالها أحياناً على المنصات الرقمية.

٢٥- الحذر من الاعتماد على شبكة الإنترنت كمصدر أحادي لمعلومات الصحفي باستخدام نتائج محركات البحث العامة مثل جوجل والموسوعات الإلكترونية المفتوحة مثل ويكيبيديا، لأنها قابلة للتغيير أو الحذف أو الإضافة في أي وقت مما لا يوفر له أية ضمانات بأن ما ينشره معتمداً على مصادر صحيحة وموثقة تماماً.

٢٦- عدم استغلال إمكانيات التجهيل والتخفي التي تتيحها البيئة الرقمية لإلحاق الضرر بالآخرين.

٢٧- عدم استجداء تفاعل الجمهور على الشبكات الاجتماعية، أو تصميم محتوى وهمي لخداع لوغاريتمات المنصات الرقمية مثل جذب زيادات على المنصات الاجتماعية ومحركات البحث دون أن تقدم قيمة إعلامية حقيقية.

الإعلام الإلكتروني والإساءة للذوق العام:عناصر انتهاك الخصوصية:

- ١- التطفل على الشؤون الخاصة للآخرين.
 - ٢- الكشف عن أسرار خاصة على الملأ ويشكل علني.
 - ٣- تسليط ضوء زائف على أحد الأشخاص العاديين، وعرض صور خاصة به مما يمكن أن يسبب له المشاكل.
 - ٤- السطو من خلال استغلال اسم شخص آخر أو صورته في تحقيق مزايا لشخص آخر بدون تصريح منه لأغراض تجارية مثل الإعلانات.
- طبيعة الموضوعات الإعلامية التي تشكل إساءة للذوق العام:

- ١- أخبار الحياة الخاصة للشخصيات العامة والمشاهير بما يتعارض مع حقهم في الخصوصية.
- ٢- انتهاك الخصوصية من خلال نشر الصور عند الإشارة إليها داخل المتن الإعلامي ما يلي:
 - أ- ينبغي ذكر المبررات التي دفعت المصدر لطلب عدم ذكر اسمه داخل المتن.
 - ب- عند الإشارة لتصريحات منسوبة لمصدر مجهول يستحسن أن يقدم الصحفي كافة الإشارات الممكنة، التي تدل على أن المصدر وثيق الصلة بالموضوع الذي يتحدث عنه.
 - ج- مراعاة عدم التوسع في ذكر الصفات والأوصاف التي قد تكشف عن هوية المصدر الذي طلب عدم ذكر اسمه.
 - د- تجنب العبارات المبهمة مثل - ذكرت مصادر - قال مصدر مطلع.... الخ.

طبيعة الموضوعات التي يمكن فيها تجهيل المصادر:

أ- غير مقبول نشر معلومات تتعلق بالجيش أو الأسرار العسكرية، أو الأمن القومي بناء على تصريحات مجهولة.

ب- ينبغي الاعتماد على البيانات والتصريحات الرسمية فيما يتعلق بالأمور العسكرية والأمن القومي.

ج- لا يجوز نشر الأخبار التي تستهدف إعلام المواطنين بخدمات أو مواعيد أحداث مهمة على لسان مصادر مجهولة.

د- يمكن تجهيل المصادر في الموضوعات التي تسعى إلى كشف فساد ما بشرط أن تكون هذه المعلومات التي يقدمها مصدر ما طلب عدم ذكر اسمه لأنها قد تعرضه لخطورة على حياته، أو وظيفته، أو سمعته، أو مكانته الاجتماعية.

هـ- تجنب نشر التصريحات المجهولة التي لا تضيف جديداً للموضوع، ولا تقدم معلومة أو خبراً يهم الجمهور.

و- يمكن أن يتم تجهيل بعض الآراء أو الانطباعات الشخصية لمواطنين عاديين، ويمكن أن يشار لهم بالحروف الأولى من أسمائهم.

المصادر التي يمكن للصحفي أن يقبل تجهيل الأسماء فيها:

أ- مصادر تعاني أمراضاً على درجة من الحساسية، مثل مرض الإيدز مثلاً.

ب- شهود الوقائع التي تمثل حساسية مجتمعية كأحداث الفتنة الطائفية.

ج- ضحايا جرائم الاغتصاب والتحرش.

د- شهود العمليات الإرهابية.

هـ- رجال القضاء.

و- الأشخاص التي يقتنع الصحفي بأن هناك ضرراً يسببهم في حال نشر أسمائهم.

الحالات التي يمكن الكشف فيها عن مصادر سبق أن قدم لها الصحفي وعداً بالسرية:

أ- لا يحق للصحفي الامتناع عن الكشف عن هوية مصادر له لرؤسائه لأنهم يتحملون المسؤولية عن النشر معه.

ب- يحق للصحفي الكشف عن هوية مصدر سبق أن وعده بالسرية حال تأكده من قيام المصدر بالكذب المتعمد أو تضليله بالمعلومات التي قدمها له.

ج- ليس من المقبول أن يقوم الصحفي بالكشف عن هوية مصدر بسبب إنكار هذا المصدر للتصريحات المنشورة لأن هذا يتعارض مع الهدف الخاص بالحفاظ على سرية المصدر وحمايته.

د- يحق للصحفي الكشف عن هوية مصدره وتقديم ما يثبت صحة موقفه في حال لجوء هذا المصدر للقضاء لإثبات كذب المعلومات التي نشرها الصحفي.

هـ- إذا لجأ المصدر لجهات أخرى لإثبات كذب المعلومات التي نشرها الصحفي نقلاً عن مصدر سرّي، على الصحفي التزام الصمت وحماية مصدره، ويعد هذا بروتوكول للعلاقة بين الصحفي ومصادر الأخبار.

المعايير الأخلاقية للصحافة المطبوعة والرقمية وموقفها من الذوق العام:

١- الدقة والصدق فيما ينشر من حقائق أو معلومات بما في ذلك المعلومات الخفية ويدخل في ذلك:

أ- تحري الحقيقة، ونقل الوقائع بصدق وأمانة بدون تجاهل أو اجتزاء.

ب- الأمانة وعدم تشويه المعلومات أو تزيف الحقائق.

- ج- عدم حذف أو إخفاء أية معلومات ذات أهمية من القصة الصحفية.
- د- عدم إضافة أية معلومات لا تتعلق مباشرة بالقصة الصحفية.
- و- التأكد من المعلومات، وبالذات المتعلقة بأسماء الضحايا أو المصابين حرصاً على مشاعر ذويهم.

٢- الموضوعية وذلك من خلال:

- أ- التجرد من الذاتية أو تأثر الصحفي بمشاعره الخاصة أو تحيزاته الشخصية.
- ب- عدم استخدام الأساليب التي قد تؤدي إلى خداع الجمهور وتضليله حرصاً على الذوق العام:

مثال: عنوان غير ذي صلة.

ج- صورة لا تعبر عن الواقع.

د- عدم التبسيط الزائد، أو المخل للقضايا أو الأحداث.

هـ- اتفاق عناوين الأخبار والموضوعات الصحفية مع مضمون هذه المواد.

و- تجنب التهويل أو التضخيم.

٣- النزاهة المهنية من خلال:

أ- تغليب مصلحة الجمهور والمصلحة العامة على مصلحة مؤسسته الصحفية أو الإعلامية أو مصلحته الشخصية.

ب- تجنب الابتزاز والتهديد والتشهير من أجل الكسب أو الترويج.

ج- بذل الجهد لمقاومة أي ضغط من الزملاء قد يؤثر على مهنية الصحفي وخدمة الذوق العام.

د- عدم مشاركة الصحفي في أنشطة قد تؤثر على صدقه واستقلاليتيه.

٤- التوازن والإنصاف وذلك من خلال:

أ- التوازن في تغطية الجوانب المختلفة للموضوع والإنصاف في تناول أطراف الحديث وشخصياته.

ب- الإنصاف في عرض الأخبار.

٥- التمييز بين الخبر والرأي.

٦- عدم خلط المواد الصحفية بالإعلان، مع تمييز المواد الإعلامية عن

التحريرية.

٧- التعامل المهني والأخلاقي مع الصور، لمراعاة الذوق العام وذلك من خلال:

أ- الامتناع عن نشر الصور ومقاطع الفيديو التي تسيء إلى حُرمة الضحايا وكرامتهم.

ب- عدم تشويه الصور الصحفية أو التلاعب في تفاصيلها.

ج- احترام قيم المجتمع المتوافق عليها وتقدير الذوق العام من خلال:

١- الامتناع - من خلال ما ينشر من مواد صحفية - عن الترويج للإباحية، أو نشر ما يخل بالآداب، أو يخدش الذوق والحياء العام.

٢- الامتناع عن نشر أية مواد صحفية قد تشجع على الجريمة أو العنف، وخطاب الكراهية أو تمثل تحريضاً طائفيًا - أو تفكك الأسرة - أو العنف ضد المرأة أو الاتجار بالبشر.

٣- احترام الكرامة الإنسانية ويدخل تحت ذلك:

أ- صون حقوق الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة دون موافقة أصحابها.

٣- أسرار الحياة الزوجية والجنسية.

- ٤- نشر تفاصيل المحاكمات الخاصة بالجرائم الجنسية مثل الاغتصاب وجرائم هتك العرض أو أي جريمة مخلة بالآداب أو الأحوال الشخصية.
 - ٥- نشر الشائعات التي تتضمن فضائح، أو سقطات غير أخلاقية تمس خصوصيات الأفراد.
 - ٦- التطفل على الحياة الخاصة بنشر صور أو فيديوهات أو تسجيلات صوتية ومرئية بدون موافقة أصحابها.
 - ٧- انتهاك خصوصية الأفراد في المناسبات الخاصة سواء في الحزن أو الفرح أو التطفل عليهم دون مراعاة لحالتهم النفسية، خاصة في حالة الوفاة، أو العزاء سواء للشخص العام أو الخاص.
 - ٨- استغلال الحياة الخاصة لجذب الجمهور والتشهير وتشويه سمعة الآخرين.
 - ٩- نشر المهنة والمواد الصحفية المجهولة فيراعى فاقدى الأهلية لأسباب قانونية أو صحية.
- ب- تجنب التشهير والسب والقذف.
 - ج- تجنب التحقير والقذح والذم للأفراد، أو الجماعات أو المؤسسات والهيئات.
 - د- الامتناع عن نشر اتهامات غير رسمية تؤثر في سمعة أو كرامة الشخص دون إعطائه فرصة الردّ وعدم التورط في اتهام الأفراد بغير دليل.
 - ٤- عدم المساس بحريات الآخرين، وحياتهم الخاصة، والإساءة إليهم.
 - ٥- تجنب التعميم والتنميط لفئة أو جماعة أو شعب أو فكر سياسي معين.
 - ٦- احترام حق التصحيح والرد بسرعة وإعطائها نفس الأهمية للمادة الصحفية السابقة نفسها واستوجبت التصحيح.
 - ٧- نشر ثقافة الحوار والتسامح.
 - ٨- تجنب نشر الشائعات بقصد أو بحسن نية.
 - ٩- احترام حقوق الملكية الفكرية لمصادر الأصلية.

المواقع الإعلامية الالكترونية ما لها وما عليها:

في ١٦-٥-٢٠٠٧ وعلى موقع "عمان نت" الالكتروني، كان هذا التقرير الذي يتحدث عن الإعلام الالكتروني في الأردن^١. ويقول التقرير أن الأردن شهد خلال الأعوام الأخيرة، زيادة في عدد المواقع الإعلامية الالكترونية على شبكة الإنترنت، تضاف إلى ما هو موجود أصلاً من مواقع للصحف اليومية والأسبوعية التي تصدر ورقية ثم الكترونية.

وقد بدأت هذه المواقع الالكترونية الإعلامية في الأردن تحتل حيزاً متنامياً في المشهد الإعلامي، إلا أن هذه المواقع لا تزال تعاني من عيوب كثيرة، تجعلها بعيدة عن مفهوم الصحافة الالكترونية.

وقد ظهرت معطيات موقع العالم للإنترنت الصادرة في مطلع عام كتابة التقرير أن الأردن يحتل المرتبة السادسة بين دول الشرق الأوسط في استخدامه للإنترنت، حيث ازداد عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن لعام ٢٠٠٦ بحوالي خمسة أضعاف ما كان عليه لعام ٢٠٠٠، وتشير الإحصاءات المتضمنة بيانات ومعلومات حول استخدام شبكة الإنترنت في دول الشرق الأوسط، مقارنة بعدد سكان تلك الدول، إلى أن وصلت نسبة استخدام شبكة الإنترنت في الأردن إلى ما يقارب ١٢% من مجموع السكان، وأن عدد مستخدمي الإنترنت في الأردن مع نهاية عام ٢٠٠٦ وصل ما يقارب ٦٣٠ ألف مستخدم، بما يعني ٣,٣% من مجموع مستخدمي الإنترنت في دول الشرق الأوسط.

مواقع إعلامية جديدة:

ويبدو أن هذه الزيادة المضطربة في عدد مستخدمي الشبكة الالكترونية من الأردنيين في الداخل، زيادة عليهم المغتربين في دول عربية وأجنبية شجعت بعض

(^١) موقع عمان نت - المواقع الإعلامية الالكترونية - 16-5-2007

الإعلاميين والمستثمرين في الإعلام، على تدشين مواقع على الشبكة الدولية، وكان أن ظهر في الأردن عدة مواقع، من أهمها موقع "راديو عمان نت" أول إذاعة عربية على الشبكة، وموقع "وكالة عمون"، ووكالة "أبناء أرام". وموقع "الملف نت". زيادة على مواقع الصحف اليومية مثل الرأي - الدستور - العرب اليوم - الغد - والأنباء. وكذلك بعض الصحف الأسبوعية مثل السبيل - الحدث - المحور - شيحان - الاتجاه.

تصنيفات عالمية:

بحسب تصنيفات موقع أليكسا دوت كوم Alexa.com وهو الموقع الأكثر شهرة عالمياً في تصنيف ترتيب المواقع على الشبكة، فإن موقع - "راديو عمان نت"، احتل الرقم واحد بين المواقع العالمية، إذ بلغ تصنيفه ٢٩,٦٧٢

غير أن الموقع شهد في الأيام الأخيرة زيادة في عدد المستخدمين مستنداً إلى زيادة عدد التعليقات على الموقع واهتمام المواطنين بالتطورات الأخيرة، مثل الانتخابات، ورفع الأسعار، والخلاف بين الحكومة والحركة الإسلامية مما كان له تأثيره على الذوق العام.

الصحف اليومية:

تحتل صحيفة "الرأي" اليومية الموقع الأول من بين كل المواقع، معبرة عن الذوق العام في الأردن، وقد بلغ تصنيفها ٢,٥٠١ على الشبكة العالمية، والموقع الثاني عشر من حيث عدد الزوار في الأردن، وذلك بعد المواقع الإلكترونية العالمية مثل جوجول - وموقع كورة - ويوتيوب - وقد بلغت نسبة مستخدمي موقع - الرأي - على الشبكة كالتالي:

أ- من الأردن ٤٩,١ %

ب- من الإمارات العربية ٧,٦ %

ج- من الولايات المتحدة ٣,٥ %

د- من السعودية ٣,٢ %

هـ- من فلسطين ٣ %

و- من مصر ٣,٧٥ %

وكان التصنيف بالنسبة لموقع صحيفة الدستور الأردنية ٧,٨٤٦ وهو الموقع الأقدم لصحيفة محلية على الشبكة.

غير أن تصميم الموقع وبطء التجديد وعدم تحميل كافة مواد الصحيفة خاصة بالنسبة النصية، مع عدم توفر ميزة التعليقات التي تشكل الذوق العام، وضعف عملية البحث، أدت إلى إبقاء الموقع في ترتيب متأخر عن الرأي والغد، وكانت نسب مستخدمي موقع الدستور على النحو التالي:

أ- من الأردن ٥٧,٨ %

ب- من مصر ١٠,١ %

ج- من الإمارات ٤ %

د- من السعودية ٣,١ %

ومعنى هذه الأرقام أن المستخدم الأردني مهتم جداً بأخبار الأردن على الموقع الإلكتروني، وكلما زاد مضمون الموقع التحريري من الأخبار المحلية ارتفعت نسبة المستخدمين من الأخبار المحلية.

الرقابة على المواقع وبطء الرد على الصحف اليومية:

وكان لا بد من الإشارة إلى ملحوظة تخص الذوق العام في وسائل الإعلام الإلكتروني الأردني حيث موقع مثل - عمون - كثيراً ما اشتكى المعلقين فيه من تجاهل لردودهم وتعليقاتهم، وكذلك بطء الصحف اليومية، بينما يسجل موقع - عمان

المعايير الأخلاقية للمواقع الإلكترونية وتأثيرها في تشكيل الوعي والذوق العام في عصر العولمة الرقمية

نت - سرعة التحميل وتخفيف الرقابة وتقبل النقد السلبي بما يعبر عن الذوق العام، ولا زال مشوار المواقع الإلكترونية في بداية الطريق أمام الصحافة الإلكترونية، فجميع المواقع التي تم استعراضها لا زالت بعيدة عن مفاهيم هذا النوع الجديد والرائد في العمل الإعلامي.

تصنيف جوجل للمواقع الإخبارية العربية:

صنف موقع جوجل² google أفضل - ١٠ - مواقع إخبارية إلكترونية من الناحية المصدقية في العالم كالتالي:

١ - Google News

٢ - Huffington Post

٣ - موقع CNN

٤ - The guardian

٥ - New York Times

٦ - BBC

٧ - موقع France

٨ - موقع الجزيرة Aljazeera

٩ - موقع الشرق الأوسط الإخباري.

١٠ - موقع الإخبارية السعودية.

والمدهش في هذا التصنيف المتحامل وغير الدقيق والذي يتنافى مع الذوق العام هو أن مصر غير موجودة، وكذلك تصنيف موقع الجزيرة الأخبار كرقم من حيث المصدقية.

(²) موقع جوجل google، أفضل 10 مواقع إخبارية مصداقية في العالم.

مع إن العالم كله يعرف أن قناة الجزيرة هي قناة ممولة وبكثافة من أجل الهجوم والإساءة على دول بعينها، وإظهار ما ليس فيها، وقلب الأمور، والبعد عن كل مصداقية.

ومن ثم فهذا التقرير هو نفسه بعيد عن المصداقية التي تصنف جوجل نفسها فيه بأنها الأولى في العالم!!

موقع بي بي سي والذوق العام:

تحت عنوان بي بي سي - كيف تختار المواضيع التي تريد الارتباط بها بث BBC تقريراً جاء فيه³ أن برنامج - نيوز تراكر news tracker هو برنامج تلقائي، وبي بي سي لا تفرض رقابة ولا تغير النتائج، ولكن بسبب وجود عدد كبير من المواقع التي يحتمل أن تغطي كل موضوع، تعتمد ال بي بي سي ضوابط معينة، أو نظام حسابي محدد من شأنه المساعدة في تحديد المواقع التي ترتبط بها في وقت معين، كما يساعد في الترتيب الذي تظهر فيه تلك المواقع.

الإعلام العربي والغربي ودوره في تشكيل الوعي بالذوق العام :

من خلال المركز الديمقراطي العربي، وفي قسم الدراسات البحثية، قدمت الباحثة - آية عبد الله أحمد هذه الدراسة الأكاديمية⁴ وفي تقرير عنها يقول: إن وسائل الاتصال قد تطورت في السنوات الأخيرة تطوراً كبيراً بفضل التقدم العلمي والثورة التكنولوجية، فأصبحت وسائل الإعلام تمارس دوراً جوهرياً في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدراً رئيسياً يلجأ إليه الجمهور في الحصول على معلوماته عن كافة القضايا السياسية والثقافية والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع، وقدرته على الوصول ومخاطبة القسم

⁽³⁾ توفر روابط لمواقع إخبارية BBC - www.bbc.com

⁽⁴⁾ آية عبد الله أحمد - الإعلام العربي والغربي ودوره في تشكيل الوعي بالذوق العام وتشكيل ثقافة المجتمع 5-7-

2014، المركز الديمقراطي العربي.

الأعظم من التكوين المجتمعي، الذي يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورته مباشرة، وإنما يقوم بتشكيل الوعي والتأثير في الذوق العام بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

كما يمثل الإعلام عنصراً مؤثراً في حياة المجتمعات باعتباره الناشر، والمروج الأساسي للفكر والثقافة، ويسهم بفاعلية في عملية تشكيل الوعي للأفراد، والأسرة والمؤسسات المختلفة، بل إنه في كثير من دول العالم هو واحد من أهم منتجي الثقافة، عن طريق التفاعل والتأثير المتبادل.

وفي السنوات الأخيرة اكتسبت وسائل الإعلام باختلافها أبعاداً جديدة، زادت من قوة تأثيرها على الأفراد والجماعات، بالإضافة إلى ذلك أن الإعلام باعتباره مؤسسة اجتماعية هامة في المجتمعات البشرية يحمل معاني اقتصادية وسياسية وتربوية ونفسية.

وقد حظي موضوع وسائل الإعلام باهتمام العديد من المفكرين والأكاديميين والباحثين، لما له من دور في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، وأثره على الذوق العام، وقد حاولت هذه الدراسة المتاحة التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي وتأثيرها على الذوق العام خاصة لدى الشباب، وتتبع الدراسة في أهميتها في أنها قد تسهم في فهم طبيعة دور وسائل الإعلام على الوعي الاجتماعي.

ولا بد لنا أن نعترف أن فهم طبيعة دور وسائل الإعلام بالنسبة للشباب الذين هم أكثر فئات المجتمع تأثراً بعمليات الغزو الثقافي نتيجة التقدم الهائل في وسائل المعرفة وتطورها خاصة الفضائيات الإلكترونية، إذ تمثل متغيراً اجتماعياً حديثاً يجب دراسته فقد أصبحت إلى حد كبير المصدر الرئيس للمعلومات وأحد مصادر عمليات تشكيل الوعي الاجتماعي والذوق العام في عصر العولمة الإعلامي، فعالمنا اليوم أصبح

يتطور سريعاً حتى أن الدراسات الأكاديمية لم تستطع مواكبة كل هذه التغييرات الناتجة من هذا التطور الهائل في جميع مناحي الحياة والتي تحتاج إلى فترة أخرى لإعادة الدراسة والتقييم في ضوء المتغيرات المنظورة وغير المنظورة، وما يهمننا هنا هو التطور التكنولوجي في مجال الاتصال، والمعلومات، والبنث الفضائي المباشر، والاستخدام الكبير للفضائيات العربية وما تقدمه.

فهي تلبي الحاجة وترضي الهدف والغاية منها أم أن المشاهد كان طموحه للمعرفة أكبر فلجأ إلى الالكترونيات.

ورغم الاستخدام الواسع للفضائيات فلا زالت القنوات الفضائية العربية تواجه تحديات كبيرة، سواء من حيث الإنتاج أو طبيعة هذا الإنتاج ومضمونه ووسائله الفنية، والأهم علاقة هذا المنتج من برامج ثقافية مع الجمهور، وهناك من يتحدث وبصوت عال عن الاختراق الثقافي للهوية العربية وما شابه ذلك من الأطروحات التي أصبحت اليوم موضوعاً ثانوياً نتيجة هذا التطور السريع الذي يصيب جميع الأمم كبيرها وصغيرها والذي لا مفرّ منه، ومن ثم التدبير في كيفية التفاعل والتعامل معه.

والجدير بالذكر أن دول العالم الخارجي تسعى لتحقيق أهداف سياستها الخارجية من خلال التعامل مع شعوب الدول الأخرى بدلاً من التعامل مع حكوماتها من خلال استخدام وتقنيات الاتصال الحديثة حيث يمكن اليوم أن تصل إلى قطاعات كبيرة ومؤثرة من السكان في هذه البلاد، وأن تقوم بإعلامهم والتأثير في اتجاهاتهم ووعيهم، بل ويمكن أحياناً أن تحرضهم على سلوك طريق معين⁵.

ويفعل هذا تجاوز الإنتاج السمعي والبصري، والتمويل الثقافي، ومسالك التوزيع حدود الفضاء الجغرافي التقليدي لتصبح أوسع اتصالاً واستهدافاً لأوسع الفئات، في ظل عولمة امتدت إلى تركيبة الأنماط الثقافية والممارسات السلوكية فأحدثت تغييرات

⁵ آلين هيوم Allan Hume حرية الصحافة - مجلة قضايا الديمقراطية، مجلة الكترونية تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية، العدد 2، ديسمبر 2005.

جوهرية شملت الوظائف الاجتماعية للثقافة من ناحية، والاستراتيجيات التربوية ومواقع النفوذ والتأثير على الوعي والذوق العام من ناحية أخرى.

إن البرامج الثقافية التي تستهدف فئات مختلفة من المشاهدين بمختلف أصنافها وفي جميع مراحل إنتاجها وعبر أشكال إبلاغها، ليست بمعزل عن هذه التحولات وأبعادها، وأنها وثيقة الصلة بالمقومات الأساسية لهوية المشاهد العربي، وبناء شخصيته ووعيه وأفق مستقبله، كما أنها إحدى مصادر التنشئة الاجتماعية لنظر الوقت الطويل الذي بات يقضيه المشاهد أمام المنصات الإعلامية، حيث يمكننا القول أننا نعيش عصر الثقافة البصرية، والتي من خلالها يكتسب الإنسان ٨٠% من معلوماته منها، كما تؤكد البحوث والدراسات العلمية.

ثقافة الصورة:

يعرف الباحث محمد الجابري ثقافة الصورة بأنها ثقافة إشهارية إعلامية سمعية وبصرية تصنع الذوق الاستهلاكي - الإشهار التجاري - الرأي السياسي - الدعاية الانتخابية - ورؤية خاصة للإنسان والمجتمع والتاريخ.

وهي بهذا المفهوم فهي ثقافة الاختراق التي تقدمها العولمة بدلاً من الصراع الأيديولوجي فهي تسعى إلى تسطيح الوعي كما يقول البعض بهدف تكريس نوع معين من الاستهلاك لنوع معين من المعارف وحتى من السلع والبضائع فتشكل الذوق العام، وثقافة الصورة الآن من خلال القنوات الفضائية والتي تبثها بمضامين وأشكال متنوعة ذات تأثير عميق في كافة الاتجاهات على الجمهور المتلقي، فهي تستفيد من التطور الهائل الذي حدث بسبب استمرار استخدام وسائل التقنية وإن لم يكن هذا إيجابياً دائماً.

فعصرنا الحالي جعل الإنسان متعباً من قسوة الحياة، وشدة الصراع والركض لتأمين لقمة العيش، فنحن مرهقون عصبياً متوترون من نمط الحياة الجديدة وهذا ما

يجعلنا نلجأ إلى الإعلام لساعات طويلة ونقل من المطالعة وسيلة المعرفة التقليدية، كأساس لثقافتنا.

مفهوم وسائل الإعلام والوعي والذوق الاجتماعي:

هي جميع الوسائل والأدوات التي تنقل إلى الجماهير mass media يقصد بوسائل الإعلام المتلقية، وما يجري من حولها عن طريق السمع والبصر، وذلك من خلال الوسائط المختلفة المتعددة وهي من أهم المؤسسات المرجعية التي تؤثر في شخصية وقيم وأفكار وممارسات الشباب وعلى الأمد البعيد.

أما الوعي الاجتماعي الذي ترتبط به هذه المفاهيم فهو مجموعة من المفاهيم والتصرفات والآراء والمعتقدات الشائعة لدى الأفراد في بيئة اجتماعية معينة والتي تظهر في البداية بصورة واضحة لدى مجموعة منهم ثم يتبناها الآخرون لإقناعهم بأنها تعبر عن موقفهم.

الإعلام الثقافي:

هو مصطلح جديد يقوم على أساس فهم طبيعة كل من الإعلام والثقافة، وهو فهم كما يقول الباحث ينبع من جوهر مشترك لهما وهو - الاتصال - فالإعلام الثقافي هو عملية يتم من خلالها إرسال مادة أو رسالة ثقافية معينة إلى المتلقي مع النتائج المترتبة على ذلك. وهذا بالضرورة يتضمن التفاعل. وإذا كانت مهمة الاتصال، بأنه يقوم بنقل المعاني عن طريق الرموز من المرسل، إلى المرسل إليه، فإن الإعلام الثقافي هو نقل المضمون الثقافي عن طريق الرموز في وسائل الإعلام. فالفكرة الرئيسية في الإعلام الثقافي هو الاشتراك كما تقول الدكتورة سهير سيد أحمد⁶.

وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة بين طبيعة الموضوعات التي تدور حولها البرامج الثقافية، وبين نوعية القائمين بالاتصال.

⁶ د. سهير سيد أحمد - دكتوراه - جامعة القاهرة - كلية الإعلام، سبتمبر 1984 - الإعلام والثقافة.

الإعلام المصري:

الإعلام بصوره المختلفة يلعب دوراً كبيراً في حياتنا، بل وفي تشكيل الرأي العام. وخاصة عندما تكون الصورة غير واضحة بالقدر الذي يتيح لنا أخذ قرار ما، وتحديد رؤيته. ولهذا لم تكن الثقافة وليدة عصر من العصور، بل استخدمت تقريباً منذ كان الإنسان، وإذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع وما يستطيع أن يسهم به في تطوره. فإن الإجابة أكبر وأوسع من أن تحتويها عبارة محددة، ذلك لأن المجتمع - أي مجتمع - يقوم أساساً على الاتصال بين أفراد وجماعته وكل اتصال بين البشر يحمل في ثناياه ضرباً، أو ضروباً من الإعلام التي يشهدها العالم ومن ثم أصبح الإعلام ركيزة أساسية في بناء الدولة، ومن مقومات السيادة الوطنية، ولأن الإعلام أداة فاعلة ومنظومة متكاملة، فلا بد من تفعيل أدواته لترسيخ بناء الدولة والثوابت الوطنية لديها، ولدى مواطنيها.

وتعد وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة مصدراً مهماً من مصادر التوجيه، والتنقيف في أي مجتمع، وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين في اهتماماتهم وتوجهاتهم، ومستوياتهم الفكرية، وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، ويمكن القول بأنها أحد العناصر الأساسية في المساهمة في تشكيل ملامح أي مجتمع. وإذا كان دور وسائل الإعلام في أي بيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي تستطيع أن تحدثه فيها.

فمن الممكن أن نقسم وسائل الإعلام باعتبار تأثيرها في المجتمعات إلى قسمين، قسم مؤثر وفاعل وقسم غير مؤثر وكذلك غير فاعل بل قد يكون سلبياً.

الإعلام المنحاز:

وهو الإعلام الذي لا يعتمد على الحقائق المجردة، ويجنح إلى الدعاية لمذهب سياسي بعينه، أو خط اجتماعي معين، وذلك عن طريق التلفيق والتزوير. ولكن مثل

هذا الإعلام سرعان ما يفقد ثقة الجماهير، حتى وإن تضمن بعض ما يبثه، شيء من الحقيقة، فإن الجماهير تنتظر إلى كل ما يبثه بعين الشك.

الإعلام القاصر:

وهو إعلام يعتمد على الحقائق المجردة، ولكنه يفشل في تحقيق التأثير المطلوب بتلك الحقائق عند الجمهور، وغالباً ما يرجع إلى خطأ الأسلوب الإعلامي المستخدم، ولا شك أن الخطورة الكبرى للإعلام لا تكون بقدر ما يكون الأثر السيء والبالغ السوء، حين يتخذ الإعلام وجهة غير بناءة للمجتمع، أو متجردة من المثل والقيم العليا وهو ما نشهده في بعض المجتمعات الغربية من تقويض البنيان الاجتماعي، ونفسي الميل العدوانى إلى الجريمة، وقد كان ذلك نتيجة مباشرة للإعلام المتحرر من القيم الخفية، واندفاع المجتمع إلى تحقيق المكسب المادي فقط.

الإعلام وإدارة التفاوض:

يعد الإعلام أداة من أدوات خلق رأي مساند أو معارض للقضية محل التفاوض أو لطرف من أطراف التفاوض، حيث يلعب دوراً مهماً في مجال خلق رأي عام مساند، أو معارض، لقضية يدور حولها التفاوض وخلق اتجاهات مؤيدة أو معارضة.

دور الإعلام في تدعيم الأمن وإدارة الحكم:

يتضح الدور الكبير والخطير الذي يستطيع الإعلام أن يسهم به في تطوير المجتمع بثتى فئاته وقطاعاته وحل مشكلاته ومن ذلك ما يلي:

- ١- وصل المواطن بكل ما يعنيه في المجالات التي تتصل باهتماماته المختلفة.
- ٢- نقل الخبرات وتنمية المهارات في مختلف مجالات النشاط الإنساني ومعاونة قطاعات الخدمات المختلفة في تأدية رسالتها مثل قطاع الصحة والتعليم والإنتاج.
- ٣- الإسهام في حل مشكلات المجتمع، بإلقاء الضوء عليها، والتوعية بها، واقتراح أفضل الحلول لمعالجتها.

٤- رفع مستوى الثقافة وتطوير الفكر العام للمجتمع.

٥- تكوين الرأي العام المستنير إزاء قضايا المجتمع الداخلية والخارجية من خلال زيادة الوعي وتوفير المعلومات الصحيحة والكافية لعرض مختلف الآراء الواعية الصادقة.

وهكذا نرى أنه لا يمكن فصل الإعلام عن أي من جوانب الحياة اليومية في المجتمع ذلك أن الإعلام يحمل على عاتقه مهمة نقل وتطوير الإرث الحضاري، والاجتماعي من جيل إلى جيل وهي مهمة دائمة يومية. ويعمل الإعلام في نفس الوعي على دفع الذوق العام إلى الرقي والحضارية.

الإعلام جامعة مفتوحة:

في كل لحظة تتسابق وكالات الأنباء إلى الحصول على كل خبر جديد من أقصى الأرض إلى أقصاها وينكب الخبراء المختصون بالدرس والتحليل، وتطيره وسائل الإعلام إلى جماهير الناس بالدرس والتحليل مرة أخرى وتطيره إلى وسائل الإعلام المختلفة كتابة، وإذاعة، وصورة. وبهذا يكون الإعلام أشبه ما يكون بجامعة مفتوحة كبرى ولها مناهجها اليومية المتجددة والمتغيرة مع الظروف والأحداث والمتطورة بتطور الحاجات والاهتمامات، والمتسعة باتساع الوعي والنشاط العام للمجتمع فأصبح دوره في كل مجالات الحياة.

والإعلام سلاح ذو حدين فإذا أحسن استخدامه وتوجيهه كان ركيزة تطور يجد فيه أفراد المجتمع ينبوع من المعارف ومصدر للتوجيه والإرشاد وتنمية الذوق العام، كما يجد الناس فيه التوعية فيما يعنى لهم من مشكلات، فيقدم لهم العون على تربية الأبناء، وتحقيق الإنتاج للمجتمع. أما إذا اتخذ الإعلام تلك الوجهة التي تعتمد على الإثارة المجردة التي نشهدها أحياناً، فإنه يمثل تخريب وانحلال، بالرغم من تطوره التقني وتقدمه وفاعليته التي زادت بالتقدم التكنولوجي.

مناقشة نتائج الدراسة:

يستعرض البحث ميثاق الشرف للإعلام الرقمي، ويعدّ المبادئ التي جاءت في هذا الشأن، مثل الحرية المسئولة، والحق في المعرفة، واحترام حرية التعبير والإعلام. وكذلك حق الغير في الاختلاف والخصوصية، ويفسح البحث المجال للمرجعيات الخاصة بميثاق القيم، ومنها الإعلام العالمي لحقوق الإنسان، ومبادئ الدستور. ويناقش البحث المعايير المهنية والأخلاقية للإعلام الرقمي من خلال، الحرص على تصدير قيم الموضوعية، والإنصاف، والعدالة، والتوازن، والوضوح، والدقة، وذلك أثناء نشر المعلومة، أو الخبر، أو التقرير الرقمي. ويؤكد البحث على أهمية عدم انتهاك الخصوصية، وعدم نشر الأخبار إلا بعد التأكد من صدقها، والالتزام بالتمييز بين المحتوى التحريري، والخدمي، والترفيهي، وبين المحتوى الإعلامي أو الترويجي من ناحية أخرى. كما يتعرض البحث للحرص على تصويب الأخطاء التي تقع أثناء سرعة نقل الحدث للتنافس على السبق الإعلامي. ويشدّد البحث على أهمية عدم الانسياق وراء الحصول لأعلى مشاهدة وتتبع للمنصة الإعلامية، من خلال طرق ملتوية وإخلال بالقواعد المهنية، وقد طالعنا مؤخراً حادثة غريبة عن منصة استضافت صوتياً اتصال من جراح القلب الشهير د. مجدي يعقوب. وقد اتضح أنه شخص بديل جعلوه يقلد صوت الدكتور مجدي وليس هو في الحقيقة. كما يستعرض البحث الأسس الأخلاقية التي يجب توافرها في المنصة الإعلامية، مثل عدم استغلال المعلومات، أو الصور، دون موافقة أصحابها. وكذلك وضع قواعد المراجعة والتدقيق في نشر أخبار الكوارث والأزمات التي تحدث، حتى لا يصاب المجتمع بالفرع في سبيل الانتشار الذي تستهدفه هذه المنصة الإعلامية غير المسؤولة. وعلى الإعلام تحمل مسؤولية ما ينشره لأنه قد يهدد المجتمع بأكمله إن لم يتصف ما يقدمه بالمصداقية وموثيق الشرف الإعلامي. كما لا يجوز للإعلامي نشر علامات تجارية سواء لمؤسسته أو غيرها دون إذن مسبق وأن يتعفف الإعلامي ويتجنب صراع المصالح سواء لحسابه

الخاص أو مؤسسته أو لحساب شخص بعينه، ومراعاة المصلحة العامة والذوق العام في كل ما ينشره، كما يجب أن يلتزم الإعلامي حماية مصادر الذين يمدونه بالمعلومات ولا يعرضهم للخطر جراء نشر الأسماء كمصدر للمعلومة خاصة عندما يهدف هذا المصدر لإخفاء شخصيته حرصاً على أمنه أو تواجدته في عمله. ما دام يقول معلومات صحيحة.

كما يعرض البحث لضرورة حذف العبارات البذيئة التي تسيء إلى الذوق العام حتى لو كان من مصادر أخباره فهذا غير مسموح اجتماعياً ويشكل ميثاق شرف للمهنة، وينبه البحث إلى ضرورة عدم استخدام كل ما تقدمه الشبكات من معلومات لأنها تتغير بصفة مستمرة، وأن يتم الفحص والاستدلال على المعلومة من خلال مصادر متعددة. كما يتعرض البحث لطبيعة الموضوعات الإعلامية التي تشكل الإساءة للذوق العام. مثل أخبار الحياة الخاصة للشخصيات العامة والمشاهير وانتهاك الخصوصية، من خلال نشر صور لم يصرح بها أصحابها للاستدلال على أقوال الإعلامي. وعند الإشارة إلى تصريحات منسوبة لمصدر مجهول، فعلى الإعلامي أن يقدم كافة الإشارات الممكنة التي تدل على أن المصدر، وثيق الصلة بالموضوع المطروح على الجماهير.

كما يطرح البحث طبيعة الموضوعات التي يمكن فيها تجهيل المصادر. فمن غير المقبول نشر معلومات تتعلق بالحيش والأسرار العسكرية أو الأمن القومي وينبغي للإعلامي الإعتماد على المصادر الرسمية التي تكون هي المسئولة بدورها عن مصداقية ما تصرح به.

ويشير البحث إلى المصادر التي يمكن للإعلامي أن يقبل تجهيل الأسماء فيها كمصادر للمعلومات، وعدم ذكر الأسماء مثل المصادر التي تعاني أمراضاً على درجة من الحساسية مثل مرض الإيدز، أو شهود الوقائع التي تمثل حساسية مجتمعية

كأحداث الفتنة الطائفية، خوفاً من تعريضهم لخطر الانتقام من هذه الجماعات وكذلك ضحايا جرائم الاغتصاب والتحرش، لأن ذلك يخرج من دائرة المعلومات إلى دائرة التشهير بهم. كما أن هناك فئات لا يجب التعرض لها لحساسية أعمالهم، مثل القضاة، وأي أسماء أخرى يجد الإعلامي أن في الإشارة إليهم بالأسماء يشكل خطورة على حياتهم.

ويقدم البحث المعايير الأخلاقية للمواد الرقمية المقدمة والتي تخص الذوق العام حيث يجب أن تتوخى الدقة والصدق في نشر الحقائق والمعلومات ويدخل في ذلك تحري الحقيقة، ونقل الواقع بصدق وأمانة، بدون تجاهل أو اجتزاء، فأحياناً قول نصف الحقيقة قد يهدد الحقيقة نفسها. كما يجب عدم تزيف الحقائق، لأن عواقب ذلك وخيمة على جميع الأطراف بما فيهم الإعلامي نفسه الذي انتهج هذا النهج. وفي نفس الوقت يحض البحث على عدم حذف أو إخفاء أية معلومات ذات أهمية تتعلق بتقديم الموضوع المعروض. مع ضرورة التأكد من المعلومات خاصة بأسماء الضحايا أو المصابين حرصاً على ذويهم من التعرض إلى السخرية أو الشتامة. ويتحقق هذه الموضوعية كما يقدمها البحث من خلال، التجرد من الذاتية أو تأثر الإعلامي بمشاعره الخاصة. وعدم استخدام الأساليب التي قد تؤدي إلى خداع الجمهور وتضليله مثل الاستعانة بالجرافيك لتقديم صور مضللة وغير حقيقية. أو وضع عناوين لا تعبر عن الواقع وإنما تستهدف فقط الجذب والإثارة. بالإضافة إلى ضرورة عدم التهويل أو التضخيم للمطروح من المواد الإعلامية خاصة ما يتعلق بالذوق العام. ويتحقق ذلك من خلال النزاهة المهنية التي يؤكد عليها البحث في هذا الشأن الإعلامي الهام، حيث يجب تغليب مصلحة الجمهور، والمصلحة العامة على أي مصلحة أخرى، أو مكاسب ما، وتجنب الابتزاز والتهديد من خلال امتلاك وسيلة خطيرة هي الإعلام المنتشر الواسع من خلال المنصات، من أجل الكسب أو التريح.

ويتحقق هذا التوازن والإنصاف من خلال توازن الإعلامي في تغطية الجوانب المختلفة للموضوع المطروح والإنصاف في عرض هذه الأخبار، وكذلك التمييز بين الخبر والرأي. وعدم خلط المواد الإعلامية بالإعلانات. ومن ميثاق شرف الإعلامي الالتزام بالامتناع عن نشر مواد إعلامية تروج للإباحية أو نشر ما يخل بالآداب، أو يخدش الذوق والحياء العام. وكذلك الامتناع عن نشر أية مواد إعلامية قد تشجع على الجريمة أو العنف وخطاب الكراهية أو التحريض مما يفكك المجتمع بأسره ويعود بأوخم العواقب. كذلك الالتزام بحقوق ذوي الاحتياجات الخاصة وعدم السخرية منهم، حتى أن الدولة أطلقت عليهم مؤخراً اسم "ذوي القدرات الخاصة" تقديراً واحتراماً من الدولة لهؤلاء.

ومن ميثاق الشرف الإعلامي. عدم نشر تفاصيل المحاكمات الخاصة بالجرائم الجنسية مثل الاغتصاب. كذلك الالتزام بعدم نشر الشائعات خاصة التي تتضمن سقطات غير أخلاقية. أو التطفل على الحياة الخاصة بنشر صور أو تسجيلات صوتية بدون موافقة أصحابها، أو انتهاك خصوصية الأفراد في الحزن أو الفرح، وتجنب التحقير والقدح والذم للأفراد، أو الجماعات، أو المؤسسات، والامتناع عن نشر اتهامات غير رسمية تؤثر في سمعة الشخص دون إعطائه فرصة الرد، كذلك تجنب التعميم أو التعميط لفئة أو جماعة أو فكر سياسي معين، واحترام حقوق الملكية الفكرية.

ويشير البحث إلى أهمية المواقع الإعلامية وفي نفس الوقت يعدد مسالبتها مشيراً إلى تصنيف جوجل للمواقع الإخبارية ويضع مكانها "قناة الجزيرة" تلك القناة الإعلامية الداعمة للإرهاب في العالم. ويختتم الباحث البحث ببروتوكول للإعلام المصري يناقش فيه الإعلام المنحاز والقاصر وأهمية الإعلام في إدارة التفاوض ودوره في تدعيم الأمن وإدارة الحكم.

على مبدأ ومشهد مشاهد من أهلها، تضمن البحث نتائج دراسة أمريكية، باستخدام المنصات الإعلامية الالكترونية الضالع فيها المراهقين وبيّنت الدراسة أن أغلب هؤلاء تأثروا بالسلب من حيث الوعي والقيم. وإذا كان هذا شأن بلد التكنولوجيا الحديثة فكيف يكون الأمر عندنا؟ مع رصد نتائج غزو التكنولوجيا الرقمية لبلادنا وجدنا أننا أيضاً لدينا هذه المسالب على نحو ما، وإن لم يكن بقدر المجتمع الأمريكي.

من أجل ذلك وضع الباحث ميثاق شرف للإعلام الرقمي وميثاق للسلوك والوعي والذوق العام بعد الانغماس في عصر الإعلام الرقمي.

عدّ البحث المعايير الأخلاقية للإعلام الرقمي وبين الموقف الملتزم حيال البث الإعلامي الالكتروني.

أشار البحث إلى عدم مصداقية تصنيف جوجل لأفضل ١٠ مواقع إخبارية الكترونية، بعد استبعاد مصر والإشادة بقناة الجزيرة داعمة للإرهاب.

التوصيات:

يوصي الباحث بعدم الانسياق إلى الإعلام الالكتروني بكل ما فيه واختيار ما ينعنا منه ويكون إيجابياً وترك السلبيات التي اتضح أن لها أضرار بالغة صحية، ونفسية، وعقلية، وأخلاقية، والعمل بمبدأ، ما لم يترك كله يؤخذ بعضه. فلا شك أن للإعلام الرقمي مميزات، فهو جامعة مفتوحة سهلت الحصول على المعلومات وفتحت آفاق عديدة من التنوير، ولكن العبرة بالاختيار.

Discussing the results of the study

The research review the honorary charter for digital media, and the number of principles that came in this regard, such as responsible freedom, the right to knowledge, respect for freedom of expression and information. As well as the right to vary and privacy, the field research is cleared for the Charter of values, including the global human rights information and the principles of the Constitution. The research discusses professional and ethical standards for digital media through, enshrining the export of substantive values, equity, justice, balance, clarity, and accuracy, during dissemination of information, news, or digital report. The research emphasizes the importance of not violating privacy and not publishing news only after confirming its ratification, and commitment to distinguish between editing, services, entertainment, and on the media or promotional content on the other. Research is also exposed to correspond to the errors that occur during the speed of transmission of the event to compete for the media. The research emphasizes the importance of non-compressor to getting up and tracking the media platform, through crooked and vocational rules, and we recently asked a strange incident from a platform hosted by a .call from heart surgeon

المراجع:

- ١- حسين عبد الغني - كيف يمكن إعادة هيكلة الإعلام المملوك للدولة؟ - مؤتمر التعاون بين مركز القاهرة لدراسات حقوق الإنسان وصندوق الأمم المتحدة للديمقراطية ٢٧-٢٠١١
- ٢- سليمان صالح - الإعلام والتطور الديمقراطي في مصر ١٩٨٢-١٩٩٢ - المؤتمر السنوي الأول للباحثين.
- ٣- صفي الدين خربوش - التطور السياسي في مصر ١٩٨٢ - ١٩٩٢ - مركز البحوث والدراسات السياسية - كلية الاقتصاد والعلوم السياسية - جامعة القاهرة ١٩٩٤.
- ٤- شاكِر عبد الحميد - عصر الصورة - السلبيات - الإيجابيات - عالم المعرفة العدد ٣١١ - ٢٠١٥ - المجلس الوطني للثقافة والفنون - الكويت.
- ٥- صفوت العالم - دور وسائل الإعلام في الإصلاح السياسي ٢٠٠٥ - الأهرام - مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية.
- ٦- عبد الفتاح عبد النبي - تكنولوجيا الثقافة والاتصال بين النظرية والتطبيق - القاهرة - العربي للنشر والتوزيع ١٩٩٠.
- ٧- آلن هيوم Allan Hume ، حرية الصحافة - مجلة قضايا الديمقراطية - مجلة الكترونية - تصدرها وزارة الخارجية الأمريكية العدد ٢-١٢-٢٠٠٥.
- ٨- الإعلام العربي والغربي ودوره في تشكيل الوعي بالذوق العام وتشكيل المجتمع - ٢٠١٤ - المركز الديمقراطي العربي - آية عبد الله.
- ٩- مصراوي - مسودة ميثاق شرف الإعلام الرقمي - مينا غالي ١٣-٧-٢٠٢٠ - كلية الإعلام - القاهرة.
- ١٠- موع عمان نت - المواقع الإعلامية الالكترونية - ١٦-٥-٢٠٠٧
- ١١- موقع جوجل - google - أفضل ١٠ مواقع إخبارية مصداقية في العالم.
- ١٢- BBC توفر روابط لمواقع إخبارية www.bbc.com
- ١٣- د. سهير سيد أحمد - دكتوراه - جامعة القاهرة - كلية الإعلام - ١٩٨٤ - الإعلام والمنصات الالكترونية.

