



د. رحيم مزيد

أخلاقيات

الإعلام الجديد



أخلاقيات الإعلام الجديد



حكومة إقليم كردستان
وزارة الثقافة والشباب
المديرية العامة للصحافة والطباعة والنشر
مديرية الطباعة والنشر في دهوك

- ❖ اسم الكتاب: أخلاقيات الإعلام الجديد
- ❖ المؤلف: د. رحيم مزيد
- ❖ الموضوع: إعلام
- ❖ تصميم المحتوى: محمد بريفكي
- ❖ تصميم الغلاف: گوهدار صلاح الدين
- ❖ الحجم: ١٤,٨ سم × ٢١ سم
- ❖ عدد الصفحات: ٢٠٨
- ❖ عدد النسخ: ٥٠٠
- ❖ التسلسل: ٦١
- ❖ رقم الأيداع: ٢١١٠ لسنة ٢٠١٣
- ❖ الطبعة الاولى: ٢٠١٣
- ❖ السعر: ٣٠٠٠ دينار
- ❖ المطبعة: مطبعة محافظة دهوك - دهوك - كردستان

© حقوق الطبع محفوظة لمديريتنا وصاحب الكتاب

د. رحيم مزيد

أخلاقيات الإعلام الجديد

الفهرست

٧ المقدمة
١١ مفهوم الإعلام الجديد ... منصات وتقنياته
١٤ الإعلام الجديد ... منصات وأشكال
٢١ تقنيات الإعلام الجديد
٢٧ الإعلام الجديد، صراع الوظيفة والدور والهوية
٢٨ الانترنت ومجتمع المعرفة
٣١ الانترنت... صراع المحافظة والمواكبة
٣٤ الدمج بين التقليدي والجديد
٣٧ مناهج الوصول الى الصحافة الأخلاقية
٣٩ الإنعان الطوعي ... خيار الضمير
٤٥ الانترنت يعقد المشهد الأخلاقي
٥١ اسس بناء اللوائح الأخلاقية وخواص الصحافة الجديدة
٥٢ الإعلام الجديد يغيّر دورة الانتاج الصحفي
٥٦ نحن والآخر ... الفجوة التقنية تضيق
٦٠ الانترنت ... وصايا الأخلاق
٦٥ تغيّر الصحفيون، فهل تغيّرت أخلاقياتهم؟
٦٦ أسباب التغيّر في أخلاقيات الإعلام
٨١ إعلام الكتروني، وأخلاق الكترونية
٨٣ كيف تغيّرت أخلاقيات الصحافة ؟
٩٥ الهواتف الذكية ... مرحلة ما بعد الإعلام الجديد
٩٦ احتدام المنافسة بين شركات الاتصال والمعلوماتية
١٠٠ Blackberry و iPhone صراع الخصوصية في الإعلام الجديد
١٠٧ عالم يتغير وقوانين إعلام لا تتغير، نماذج عربية

- ١١١ الامارات ... اول من يشرع قوانين الانترنت عربيا
- ١١٤ قواعد قانونية للانترنت في البحرين
- ١١٨ مصر ... انترنت الثورة
- ١٢٠ الاردن: تعديلات قانونية لملاحقة "المواقع الفاجرة"
- ١٢٣ اليمن: الانترنت رغما عن الفقر
- ١٢٥ نصف المغاربة يستخدمون الانترنت بلا قانون
- ١٢٨ تونس ... هزيمة ألد أعداء الإنترنت
- ١٣١ العراق ... " التعوزات التشريعية " مستمرة
- ١٣٧ نحو لائحة أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد اجترح أو تأصيل
- ١٣٨ "حصانة" الإعلام الجديد
- ١٣٩ اللوائح الأخلاقية، نماذج غربية وعربية
- ١٤٤ اجترح لائحة أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد
- ١٥٣ اخلاقيات الصحافة في المواقع الإلكترونية العراقية
- ١٥٧ من أين يحصل منتجو الاعلام الجديد في العراق على أخبارهم؟
- ١٦٢ القيم الإخبارية الالكترونية
- ١٦٩ كيف يكتب الصحفيون الالكترونيون العراقيون أخبارهم؟
- ١٧٣ الأمانة الصحفية في المواقع الالكترونية العراقية
- ١٧٥ ضوابط نشر الأخبار في المواقع الالكترونية العراقية
- ١٨٢ المواقع الالكترونية العراقية: نعم نحتاج لدليل أخلاقي
- ١٨٥ هل يملك الصحفيون الالكترونيون العراقيون شجاعة الإعتذار
- ١٨٧ هل تعتمد المواقع الالكترونية العراقية لوائح أخلاقية؟
- ١٨٩ من أين تستقي المواقع الالكترونية العراقية أخلاقياتها؟
- ١٩٢ "الأخلاقيات" "تُشعل" المنافسة بين الإعلام الجديد والتقليدي
- ١٩٧ توصيات للعاملين في المواقع الألكترونية
- ١٩٩ المصادر

المقدمة

لم يعد الحديث عن المزايا والسمات التي تزداد يوماً بعد آخر في الإعلام الجديد كافياً لإشباع الحاجات المتنامية لجمهور المستخدمين لهذا النوع من الإعلام الذي يزداد عددهم ساعة إثر ساعة .

إن التغييرات الجوهرية في السمات العامة للحياة الإنسانية التي كانت ورائها تطورات متسارعة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، مثلتْ انعطافة تاريخية غير مسبوقة في تاريخ البشرية على مستوى حجم التغييرات وأثارها فضلاً عن سرعتها وتراكميتها، الأمر الذي أحدث حالات من الذهول والارتباك في آليات الاستعداد والاندماج الانساني مع تكنولوجيا، كما سهلت الحياة الانسانية فقد أضفتْ من حولها عدداً كبيراً من الأسئلة التي تكمن في اجابتها حلولاً لمعضلات اجتماعية ونفسية وتربوية خلفها الاستخدام الهائل والمفرط للاتصالات الحديثة، والانتشار الواسع والمتزايد لأعداد مستخدميها حول العالم .

وكما هو الحال في الكثير من مفاصل الحياة الانسانية التي تمسها التكنولوجيا الحديثة، فقد اختلفتْ ردود الافعال ومستويات الاحتضان والتفاعل من مجتمع الى آخر ومن إقليم سكاني الى آخر، حكمتها مستويات الجاهزية التكنولوجية ومدى توفر البنى التحتية ودرجات التحضر لدى الشعوب .

لقد ظهر التباين في أوجه بين عالم متقدم وآخر اختلف على تسميته وتصنيفه لكنه ظل مكتفياً بواقعه على الرغم من حالات الإشراق ومحاولات اللحاق في اجزاء منه، ساعدت بعضه عوامل ازدهار اقتصادي ونمو في المداخل واستقرار سياسي وتجانس ديموغرافي، لكن التباين في التعامل مع تطورات تكنولوجيا الاتصالات ظل

واضحاً وملحوظاً بين كل من دول أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وغيرها من الدول المتقدمة، ودول منطقة الشرق الاوسط وأسيا وأفريقيا .

وبينما تميزت الأولى (ساعدها في ذلك ظروف استقرار اقتصادية وسياسية وحضارية، وكونها مبتكرة التطورات التكنولوجية وحاضنتها) بانسجام ملحوظ في التعامل مع التطورات الاتصالية والتفاعل معها والاستفادة المثلى منها، لا تزال دول منطقتنا على وجه الخصوص تتعاطى مع هذه التطورات الاتصالية التكنولوجية بشيء من الريبة وكثير من الارتباك .

ومع الظهور الأول لشبكة الانترنت العالمية في تسعينيات القرن العشرين، وتحولها المتسارع الى وسيلة اتصال جماهيرية تتخطى حدود الزمان والمكان، وتعكس ارهاصات الواقع الى عالم افتراضي لا آفاق له، بتكنولوجية تتطور يومياً إن لم نقل ساعة إثر ساعة، كانت الجاهزية التكنولوجية الالكترونية حاضرة لدى المجتمعات والدول المتقدمة ما أهلها منذ الوهلة الأولى لتتلقف تلك التطورات وتحضنها وتتفاعل ايجابياً معها، بينما كان الأمر مختلفاً الى حد واضح لدى دول اخرى لم تسعف بعضها القدرة المالية للحاق بالركب، فهي وإن تمكنت من تضيق الفجوة التكنولوجية الى حد ما، لم تتمكن من خلق انموذجها الخاص في التعامل مع هذه التكنولوجيا الاتصالية الجماهيرية، لأسباب مختلفة أبرزها مشاكل مستديمة تتعلق بشيوع الأمية والفقر وعدم الاستقرار السياسي والحروب والنزاعات وغير ذلك .

لم يكن احتضان المجتمعات المتقدمة للإنترنت مادياً بحثاً، بل رافقته أطر قيمية وأخلاقية حولته الى افق انساني واسع، حددت له ما يجب ان يمارس فيه أو لا يمارس وفقاً لاعتبارات قيمية تتناسب مع السائد في تلك المجتمعات، وهو أمر لم يجد صداه كثيراً في الجزء الآخر من العالم ومنه منطقتنا .

إن بعض مجتمعاتنا المنشغلة بمشاكلها والمنكفة على احتياجاتها، أصبح لديها الظهور المتزايد للإنترنت معضلة بحد ذاته، يضاف الى قائمة طويلة من

التحديات الحضارية والمجتمعية والاقتصادية والسياسية، فتباينت في اساليب التعامل معه بين الارتباك حيناً والتخبط حيناً آخر، وفاتها في كل هذا البحث عن مرجعية أخلاقية تُنظم وتُرشد التعامل به ومعه لتتصاعد أصوات هنا وهناك تتحدث عن " فوضوية " و " لا انضباط " و " عبثية " ما ينتجه الانترنت، وانعكاساته السلبية على مجتمعات ضعيفة في بناها المختلفة .

إن موضوعاً مثل " أخلاقيات الإعلام الجديد " ظل البحث فيه والتفكير به ومناقشته لا يحظى بالأولوية المطلوبة في مجتمعاتنا، قد أسهم بشكل أو بآخر في تفاقم التحديات الحضارية التي أَلقتْ بثقلها على المنظومة القيمية لشعوب هذه المنطقة، ما أوجد ردود أفعال رافضة وصلت حد مقاطعة الإنترنت، رافقته محاولات لتقييده، حالت " الحممية التكنولوجية " دون أن يُكتب لها النجاح .

وفي الوقت الذي سارت فيه اللوائح الأخلاقية جنباً الى جنب مع معطيات الإنترنت في المجتمعات المتقدمة، فنظمتها ورشدته ما أسهم في مضاعفة مكاسبه الانسانية، ابتعدت مجتمعاتنا كثيراً عن اتخاذ خطوات جدية في هذا الصدد تحت دوافع مختلفة ظلّ في مقدمها خشية ناشطي الإنترنت وهواته والمشتغلين فيه من أن تسمح لوائح أخلاقية كهذه في أن تتسرب منه اجراءات قمع أو تضيق، كانت تلاحق الإعلام والإعلاميين لعقود طويلة، ولم يكن في وادهم التساهل تحت أي مبرر في وصول ذات الاجراءات التضيقية الى فضاء الإنترنت الذي وجد فيه هؤلاء الناشطين فسحة غير متوقعة للهرب بعيداً عن كل ما يحول بينهم وبين عالمهم الحر الجديد .

إن هذا الكتاب يحاول أن يبحث في كل هذه المعطيات والاسباب والتداعيات التي تقف وراء ندرة وجود لوائح أخلاقية لمنتجات الإعلام الجديد في منطقتنا، ويدرس الخلفية الفلسفية الأخلاقية للتطورات التكنولوجية، ويقدم تصورات منطقية للفوائد الجمة لإيجاد مثل هذه اللوائح على مستوى هذا النوع الجديد من الإعلام، وكذلك على مستوى المجتمع عموماً .

وفي سبيل ذلك فقد أستبين المؤلف - علمياً - آراء عينة من محرري عدد من المواقع الالكترونية العراقية، ووظف نتائج هذا الاستبيان في اطار ما يمكن أن يُستفاد منه في التوصل الى لوائح أخلاقية للإعلام الجديد تتناسب مع طبيعة

مجتمعاتنا وخصوصياتها، كما أجتزح بالفعل نموذجاً للائحة أخلاقية للمشتغلين في الإعلام الجديد، استناداً لتجارب عالمية وعربية، ووفقاً لاحتياجات مجتمعاتنا وإعلاماتها، وانسجاماً مع طبيعة التطورات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها الإعلام الجديد ومنصاته وتقنياته المختلفة .

إن الدافع وراء إثارة موضوع الأخلاقيات في الإعلام الجديد، هو أن يكون هذا الكتاب بمثابة محاولة أولى لسد نقص ملحوظ في أدبيات الإعلام في منطقتنا بشأن هذا الموضوع تحديداً، من أجل استثارة مزيد من النقاش المهني والأكاديمي بين أوساط المشتغلين بالإنترنت وهواته ونشطاءه، للوصول الى لائحة أو مجموعة لوائح أخلاقية، يلتزم بها منتجوا الإعلام الجديد في منطقتنا بشكل طوعي، تكون معادلاً عملياً لإجراءات الغلق والحجب والملاحقة التي يشهدها الإنترنت في هذا الجزء من العالم، وتسهم في تقديم إعلام جديد بشكل احترافي يحظى بالصدقية والمقبولية في مجتمعات طالما شككت فيه، وليؤدي دوره الإعلامي المعهود في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة للمساهمة في التنوير والتثقيف في مواجهة محاولات تجهيل مستمرة ما انفكت تواجهها شعوب هذه المنطقة تحت ذرائع شتى، ربما قد آن الأوان أكثر من أي وقت مضى ليتصدى لها الإعلام والإعلاميون بمختلف تصنيفاتهم، وفي المقدمة منهم أولئك الذين اختاروا الإعلام الجديد طريقاً .

المؤلف

تشرين الثاني / نوفمبر ٢٠١٢

مفهوم الإعلام الجديد، منصاته وتقنياته

إن وضع تعريف للإنترنت هو عملية
تشبه التفريق بين الدماغ والعقل
تيم بيرنرز-لي

ظهرت تعريفات عديدة للإعلام الجديد New Media، واكبت المراحل الأولى
لولادة هذا النوع من الإعلام، كما لاحقت تطوره وانتشاره المتسارع .
ويمكن الإشارة هنا الى بعض منها، مثل ذلك التعريف الذي أورده
(Lester Dictionary) الذي عرف الاعلام الجديد بأنه: "مجموعة تكنولوجيات
الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكمبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام،
الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو".
و يعرفه (High-Tech Dictionary) بأنه "الإندماج بين الكمبيوترات و
شبكات الكمبيوتر والوسائط المتعددة".
كما يشار الى الإعلام الجديد أيضا بأنه: "أشكال التواصل القائمة على العالم
الرقمي، والمشتمة على النشر من خلال الأقراص المضغوطة، والفيديو الرقمي
والانترنت، وبالاعتماد على استعمال الحواسيب والشبكات اللاسلكية".

أو: "الطرق الجديدة للتواصل في العالم الرقمي، التي تُمكن المجموعات الصغرى من الأفراد من الإجتماع على شبكة الانترنت، واقتسام السلع والخدمات، وبيعها وتبادلها . انها تسمح للأفراد بامتلاك صوت في مجتمعهم وفي العالم، ويستعمل مصطلح الإعلام الجيد في مواجهة وسائل الاعلام الجديدة كالصحف ومحطات الاذاعة والتلفزة. ﴿Definition of:New Media, PCMagazine نقلًا عن، محمد بن هلال (٢٠١٢): الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، ص ٧﴾.

ويرى المؤلف أن الإعلام الجديد هو: النوع الأحدث من الاعلام المعاصر، يعتمد على تكنولوجيا إنتاج ونشر المعلومات والأخبار والصور الفوتوغرافية والفيديوية حول العالم عبر شبكة الانترنت العالمية، المرتبطة بكمبيوترات ثابتة ومتنقلة وهواتف ذكية، سهلت للأشخاص إتقاط الصور وكتابة المعلومات ووضعها في قوالب فنية مختلفة، تتواءم مع أشكال مختلفة من المنصات الإعلامية الجديدة، ومن ثم نشرها في ازمان قياسية، بالمقارنة مع ما كانت تنتجه وسائل الإعلام التقليدية من صحف وإذاعات وفضائيات.

وعلى الرغم من شيوع مفهوم الإعلام الجديد في الأدبيات الاعلامية، برغم عمره القصير، إلا ان هذا التأصيل المبكر لم يحلُ دون تشابك هنا أو تداخل هناك سواء في جزئيات المفهوم أو تفصيلاته أو حتى في المصطلح و التسمية .

ومع شيوع مصطلح أو تسمية "الإعلام الجديد" New Media، فإن مصطلحات أخرى يتم تداولها خصوصا في الأدبيات الإعلامية الغربية، للإشارة الى هذا النوع الجديد من الاعلام .

إذ لا يزال كثيرون يطلقون عليه تسمية "الإعلام الالكتروني" أو " الصحافة الالكترونية" Electronic Media، أو حتى Electronic Mass Media، وقلة ممن يستخدمون مصطلح Electronic Press، في إشارة يراد بها التفريق بين ما يُنشر صحفياً عبر أجهزة الكمبيوتر وما يُنشر صحفياً على الورق .

وهناك أيضاً من يطلق عليه تسمية "الإعلام الرقمي" Digital Media، ويراد به تضمين الطبيعة التقنية الرقمية لهذا النوع من الإعلام في ذات المصطلح، وهي عموماً تسمية شائعة الى حد كبير أيضاً.

لكن آخرين يفضلون استخدام مصطلح " وسائل الاتصال الحديثة " Modern Means Of Communication، ربما للتفريق بين هذا النوع من الإعلام وما سبقه من إعلام تقليدي كالصحافة والاذاعة والتلفزيون.

وعندما نتحدث عن الإعلام الجديد كمصطلح، فلا بد من ذكر نظرية "الموجات الثلاث" للصحافة الإلكترونية التي جاء بها الباحث الأميركي الفين توفلر، وتذهب هذه النظرية إلى افتراض مرور العالم بثلاث موجات من الثورات التقنية، الموجة الأولى (١٩٨٢-١٩٩٢)، حيث سادت تجارب أولية للنشر الإلكتروني الشبكي من نوع الفيديو تكس، ثم شبكات ضخمة مثل كمبيو سيرف، أما الموجة الثانية (١٩٩٣-٢٠٠١)، فهي التي نتحدث عن ظهور شبكة الويب بإمكانياتها المختلفة و توسع استخدام الوسائط المتعددة فيها و البريد الإلكتروني، فيما جعلت الموجة الثالثة (٢٠٠١- إلى الآن) تقنية المعلومات بؤرة حيوية تركز فيها أغلب التغيرات الحاسمة، حيث أحدثت تقنية المعلومات وأدواتها الرقمية تغييراً جوهرياً في طبيعة الآليات المعرفية والإعلامية التي يمارسها الإنسان المعاصر، بعد أن منحته فرصة جمع كم هائل من البيانات في بيئة رقمية توفر له فرصة تحليلها إلى عناصرها الأولية، وإعادة تشكيل مادتها بالطريقة التي يريد، مع فرصة زج الوسائط المتعددة المفعمة بالمؤثرات السمعية والبصرية ﴿ حسن مظفر الرزق وآخرون (٢٠٠٨): ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع، ص ١٢٧.﴾

الإعلام الجديد ... منصات وأشكال

لا يستقيم الحديث عن الإعلام الجديد من دون إيراد أبرز منصات أو أدواته New Media Tools، التي أصبحت جزءاً منه، تمنحه سماته وخصائصه على المستويين التكنولوجي والإعلامي، وتقف خلف ما يتصف به من ديناميكية مستمرة، مَيزته عن ما سبقه من وسائل اتصال جماهيرية

إن هذه " الأذرع " الإعلامية الجديدة، تتزايد وتنشطر من بعضها البعض يوماً بعد آخر، لتنتج المزيد من الرافعات الإعلامية الالكترونية التي توفر للمجتمعات المعاصرة امكانيات متزايدة في القدرة على إنتاج ونشر وتلقي ملايين المعلومات والأخبار والصور في كل دقيقة، عبر شبكة الانترنت وما يتصل بها من وسائل اتصال جماهيرية أخرى.

وليس هنالك إجماع على أعداد وتصنيفات هذه المنصات أو الأدوات الإعلامية الجديدة، لكن الرئيسة منها والأكثر تداولاً وانتشاراً بين الجمهور لاسيما في منطقتنا، هي التي قد يمكن حصرها في ما يلي:

١ . المواقع الالكترونية **Websites**: وهي من أقدم أدوات الإعلام الجديد، عبارة عن مساحات الكترونية مصممة وفق تصاميم فنية معينة ومبوبة على أساس اختصاص ونوع الموقع الالكتروني، تستخدم الوسائط المتعددة Multi Media من نص وصوت وصورة فوتوغرافية وفيديوية، وهناك مواقع إخبارية وأخرى ترفيهية وعلمية ورياضية... الخ، وما يميزها عن غيرها مثل الصحف الالكترونية إنها قد لا تلتزم بمواعيد للنشر الالكتروني أو تحديث موضوعاتها، وتعتمد على ما يستجد لدى إدارة الموقع من أخبار أو صور أو موضوعات.

وأخذت المواقع الالكترونية في الوقت الحاضر، منحىً آخر أكثر تطوراً، بعد أن أصبحت أداة إعلامية من الصعب الاستغناء عنها، ويمكن تصنيفها الى ما يلي:

- أ. مواقع المعلومات والمعرفة: وهي التي تختص بتقديم صنوف مختلفة من المعارف والمعلومات، مثل موقع محرك البحث العملاق Google أو Yahoo أو Wikipedia، وغيرها، ممن تقدم خدمات إعلامية ومعرفية ومعلوماتية كبيرة. وقد تجاوزت بعضها ما كان مرسومًا لها لتدخل اليوم في منافسة إخبارية مع كبريات وسائل الإعلام العالمية في بث الأخبار العاجلة والصور أولاً بأول مثل ما هو حاصل مع خدمة Google News.
- ب. مواقع المؤسسات الإعلامية: وهي التي تكون في الغالب رديفًا إلكترونيًا لما تقدمه وسائل الإعلام المختلفة من خدمات إعلامية صحفية أو إذاعية أو تلفزيونية، وتحرص غالبية وسائل الإعلام المعاصرة على أن تؤسس موقعًا إلكترونيًا أو أكثر يحمل اسمها وشعارها، ويرجع لتوجهاتها وسياساتها الإعلامية، كما يقدم دليلًا عن برامجها وآخر إنتاجاتها الإعلامية فضلًا عن مواكبة الأحداث وإجراء تغطيات إلكترونية فورية لها. ولا يكاد توجد حاليًا صحيفة أو محطة إذاعية أو محطة فضائية تلفزيونية إلا ولديها موقع إلكتروني.
- ج. مواقع الإلكترونية كتلك التي تحرص المؤسسات الحكومية والشركات والأحزاب والأندية والروابط والمؤسسات الدينية والثقافية والاجتماعية، على أن تطلقها لتكون وسيلة اتصال فورية ودائمة بينها وبين جمهورها أو المتعاملين معها.
- د. مواقع إلكترونية شخصية: يحرص بعض الأشخاص على أن تعبر عن آرائهم وأفكارهم ومواقفهم المختلفة، كما تحمل اسمائهم وصورهم.

٢. الصحف الإلكترونية Electronic Press: وتنقسم إلى نوعين:

- أ. النسخ الإلكترونية لصحف ورقية: وهي الطبعة الإلكترونية الرديفة للطبعة الورقية، حيث تتضمن نشرًا إلكترونيًا لمضامين الصحيفة أو المجلة الورقية بطريقتين، هما النصوص Texts والصفحات المصورة PDF، أحدهما أو كليهما معًا، وعادة ما تصدر النسخ الإلكترونية للصحيفة الورقية عبر الموقع الإلكتروني للصحيفة بعيد توزيع النسخ الورقية أو في نفس الوقت

بحسب سياسة كل صحيفة، والاسلوب الذي تقرره للاطلاع على النسخة الالكترونية، حيث تكون بعض الصحف الالكترونية مفتوحة أمام القراء، وبعضها الآخر يفرض دفع اشتراكات مالية للاطلاع على عدد اليوم فيما يكون الاطلاع على الارشيف أو أعداد الأيام السابقة مجانياً، أو بأسعار أقل.

ب. صحف الكترونية قائمة بنفسها: إذ أن هنالك صحف الكترونية مستقلة أو قائمة بنفسها، أي أنها غير مرتبطة بنسخ مطبوعة، وهي اما تأسست أول مرة على الانترنت واستمرت على حالها الالكتروني، أو انها صحيفة ورقية وقررت لسبب أو لآخر التحول الى النسخة الالكترونية.

٣. صحافة المواطن Citizen Journalis : وهي واحدة من أكثر منصات الإعلام الجديد ذيوماً في عالم اليوم، لأسباب تتعلق بسهولة التقنية وجماهيريتها، حتى أصبحت سمة من سمات العصر الراهن، وهي تسمى أيضاً "بالصحافة التشاركية" Participatory Journalism، أو "الإعلام مفتوح المصادر" Media open-source، "الإعلام الديمقراطي" Democratic Media، "صحافة الشارع" Street Journalism، "الإعلام البديل" Alternative Media، أو "الصحافة الشعبية" Grassroots Journalism وتشير الى قيام الأفراد العاديين بالمشاركة في العمل الاعلامي من خلال إنتاج الموضوعات والأخبار والمعلومات والصور الفوتوغرافية والفيديوية التي يقومون بالتقاطها لمختلف الأحداث التي تصادفهم ومن ثم نشرها عبر الشبكة العالمية، أو ما استخدم لاحقاً عبر توظيفها في الفضائيات والصحف والمجلات المطبوعة أو حتى الاذاعات .

أو أنها بشكل مبسط، وكما عرفها جي روزن أستاذ الصحافة بجامعة نيويورك، " عندما يوظف عامة الناس، المعروفون شكليا بالجمهور، الأدوات

الصحفية التي في حوزتهم لإخبار أناس آخرين عن حدث مهم، هذه هي صحافة المواطن".

وأخذت صحافة المواطن انتشاراً وذبوعاً في المنطقة العربية بعد أن اقترنت بثورات الربيع العربي، التي اتسمت بمشاركة شعبية واسعة في التقاط الصور والفيديوهات ونشرها عبر شبكة الانترنت العالمية .

٤ . مواقع التواصل الاجتماعي، أو الشبكات الاجتماعية، أو مواقع الشبكة

الاجتماعية Social Network Sites: وهي المواقع التي تستهدف إيجاد علاقات تعارف وتواصل بين الأصدقاء والأقارب أو زملاء الدراسة أو المهنة، أو هي مجتمعات الانترنت التي تعطيك فرص للتواصل مع العملاء والزملاء وأفراد العائلة والأصدقاء الذين مصالح مشتركة.

وأشهر هذه المواقع Facebook، Twitter، وغيرهما. وبرغم الطبيعة الاجتماعية لمثل هذه المنصات الاعلامية الجديدة، فإن استخدامها على نطاق واسع في منطقتنا على مستوى التعبئة والتنظيم والرصد في ثورات الربيع العربي ٢٠١١ و ٢٠١٢، وقبلها في حركة الاحتجاجات التي شهدتها ايران بعيد الإنتخابات الرئاسية في العام ٢٠٠٩، قد منح هذه المواقع سمات ووظائف أخرى تجاوزت حدود التعارف والصدقة .

وتصنف مواقع التواصل الاجتماعي بحسب Alain Lefebvre في كتابه "الشبكات الاجتماعية" الى صنفين رئيسين، صريحة وضمنية، فأما الصريحة فهي مواقع أنشئت من أجل المستخدمين ولتقديم خدمات لهم مثل المواقع المهنية، كالبحث عن الوظائف أو تطوير الأعمال أو تبادل المعلومات عن السيارات، وأما الضمنية فهي التي تهتم بمضمون ما تقدم لمستخدميها كمواقع تبادل الفيديوات. ﴿ مرسى بشري (٢٠١٢): شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف . مجلة المستقبل العربي، ص ١٥٨ ﴾.

كما يمكن أن تصنف على أساس أهدافها الى مواقع التواصل الاجتماعي التي تستخدم للترفيه وعرض قوائم الأعضاء ومعلومات عنهم، والتواصل اجتماعياً بين الأصدقاء والمعارف مثل Facebook و My Space، أما النوع الثاني فهو يستخدم للتواصل للحصول على علاقات جديدة، وفيها قوائم تضم أسماء عديدة لمستخدمين غير معروفين لبعضهم البعض مثل Linked In، فضلاً عن نوع ثالث من مواقع تواصل اجتماعي تُستخدم للإبحار والحصول على معلومات ومعارف، أو نشر قوائم أو روابط معلومات مثل موقع Digg، ويصنفها البعض على أساس الوسائل التي تستخدمها الى أدوات نشر مثل Skyblog، و Wikipedia، وأدوات التشارك الفيديوية مثل Youtube، أو التشارك الصوتية مثل Flick R، أو للموسيقى مثل Deezer، وأدوات الدردشة: مثل منتديات PHPbb، نظم المراسلة الفورية مثل Windows Live Messenger، Yahoo Messenger بالإضافة الى الشبكات الاجتماعية العامة مثل Facebook، My Space، Twitter أو منصات إنشاء الشبكات الاجتماعية مثل Ning ﴿مرسي بشري: المصدر السابق، ص ١٥٩﴾

٥ . **المنتديات Online Forums**: وهي مواقع الكترونية للنقاش العام بين أعضائها، بشأن مختلف القضايا والموضوعات السياسية والرياضية والثقافية والاجتماعية والعلمية ... الخ وغالبا ما تقسم الى مجموعة أبواب أو أقسام، يتناول كل منها موضوعاً أو أكثر بحسب اهتمامات كل منتدى الكتروني . ويؤسس مثل هذه المنتديات أشخاص أو مجموعات مهتمون بموضوع أو قضية ما، يحاولون عبر طرحها بشكل مستمر وبأشكال وصيغ مختلفة، إثارة الاهتمام الجماهيري والرسمي بها ولفت الانتباه اليها.

وتستعين المنتديات بإعادة نشر ما تنشره الصحف أو المجلات أو الكتب من موضوعات وأخبار وصور، وكذلك ما تبثه محطات الاذاعة والفضائيات من ملفات صوتية وفيديوية، ومن ثم تبدأ بإثارة النقاش بشأن ما تضمنته من مضامين.

٦. المدونات Blogs : صفحات الكترونية ينشئها أشخاص، تتضمن تحديثات مستمرة عن أفكارهم ومواقفهم بشأن مختلف الأحداث والقضايا، وعادة ما تجمع في مضامينها بين الوسائط المتعددة من نص وصوت وصورة وفيديو، فضلا عن روابط لصفحات ويب أخرى، وفي الغالب تتصف هذه المدونات بصفات شخصية وغير رسمية .

٧ . مواقع مشاركة الصور Photo Sharing Sites : وهي مواقع الكترونية توفر خدمات تسمح من خلالها بتبادل الصور الفوتوغرافية أولاً بأول بين أعضاء هذه المواقع والأصدقاء والمهتمين، بعد التسجيل في هذه المواقع، ومن أمثالها موقعي Flickr و Picasa .

٨ . مواقع مشاركة مقاطع الفيديو Video Sharing Sites : وهي مواقع الكترونية تسمح بتفعيل وبث وتحميل مختلف مقاطع الفيديو، ومن أشهرها موقع Youtube، الذي يبث يومياً آلاف الأفلام الفيديوية حول العالم، وتزداد أهمية هذا الموقع التشاركي بتزايد أعداد مستخدميه، فضلاً عن استخدامه من قبل السياسيين والمشهورين لبث خطاباتهم وكلماتهم المتلفزة الى ملايين المشتركين حول العالم .

٩ . مواقع الويكي Wikis، وهي مواقع الكترونية تمتاز بصفات خاصة من حيث طبيعة الموضوعات التي تتضمنها، كونها توفر محتويات قابلة للتعديل والإضافة والنشر بشكل مستمر، بحيث يمكن للجمهور بعد تسجيل الإشتراك في

مثل هذه المواقع القيام بالإضافة او التعديل او التأليف، ولعل اشهرها موقع
. Wikipedia

١٠ . النشر عبر مجموعات الهواتف المحمولة الذكية المرتبطة
بالإنترنت: كمجموعات BlackBerry أو Whats App أو غيرهما من
المجموعات التي تتبادل في ما بينها الرسائل النصية والفيديوية والصورية
المتضمنة أخباراً ومعلومات على مدار الساعة .

١١ . تقنية الـ RSS: التي تتيح للمواقع الالكترونية المختلفة عرض
ملخصات محتوياتها للمستخدمين، عبر إرسالها الى العناوين البريدية الالكترونية
للمستخدمين، فيستطيع المستخدم الاطلاع على آخر مستجدات الموقع دون
الحاجة لزيارته، وغالبا ما تستخدم هذه التقنية من قبل المواقع الالكترونية
الإخبارية .

١٢ . مواقع البث الإذاعي و التلفزيوني عبر الإنترنت: وهي منصات
جديدة للإعلام، إذ أصبح بمقدور مستخدمي الانترنت الاطلاع على البرامج
التلفزيونية والإذاعية المختلفة عبر الانترنت ومن دون الحاجة الى استخدام جهاز
التلفزيون أو المذياع، فضلاً عن أن معظم الفضائيات ومحطات الاذاعة تقدم
بثها المباشر عبر الانترنت كترديد للبث الإعتيادي عبر الأقمار الاصطناعية أو
المرسلات الأرضية أو الموجات الاذاعية، فإن هنالك قنوات تلفزيونية أو إذاعية
تقدم بثها عبر الانترنت فقط من دون ان يكون لديها بث من نوع آخر .

تقنيات الإعلام الجديد

يعتمد الإعلام الجديد على مجموعة تقنيات أساسية، كانت وراء ظهوره وتطوره، وهي تقنيات تشهد تطورات متسارعة يوماً بعد آخر :

• شبكة الانترنت العالمية: أبرز حواضن الإعلام الجديد ومنطلقه الرئيس، يقول تيم بيرنرز - لي مؤسس شبكة الإنترنت، "إن وضع تعريف للإنترنت يعد عملية تشبه التفريق بين الدماغ والعقل، فباكتشاف الإنترنت تجد أسلاكاً وكومبيوترات، أما باستعراض الشبكة نفسها فستجد شتى المعلومات .

﴿ سعود صالح كاتب (٢٠٠٣): الإعلام القديم والإعلام الجديد، ص ٥٣ ﴾

ويمكن تعريف شبكة الإنترنت على أنها "شبكة من الشبكات المتداخلة التي تضم عدداً كبيراً من الحواسيب التي يمكن أن تتصل بعضها مع البعض الآخر في كافة أنحاء العالم بوسائل اتصال موجه أو غير موجه أو كليهما وباستخدام بروتوكول الإنترنت TCP/IP". ﴿ يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي (٢٠٠٩): التسويق الإلكتروني، ص ٥٦ ﴾ .

وهو أيضاً "عبارة عن طريقة للتخاطب والتفاهم بين مجموعة الأجهزة المتصلة بالشبكة وهو أشبه باللغة التي يتكلم بها الناس وهو مختصر لـ (Transmission Control Protocol/Internet Protocol) وتوجد هناك العديد من البروتوكولات والعناوين الأخرى الموجودة على الإنترنت ". ﴿ سعود صالح كاتب: المصدر السابق، ص ٥٣ ﴾

ولم يمض عقداً على ظهور شبكة الانترنت العالمية، عندما استخدمت للمرة الأولى في الولايات المتحدة الأمريكية في العام ١٩٩٥، في إطار برنامج مشترك بين جامعات أمريكية ووزارة الدفاع (البنتاغون)، حتى أخذت تحقق طفرات واسعة سواء على المستوى التكنولوجي أو على مستوى جماهيريتها ونسب استخدامها لدى الجمهور حول العالم.

ومع دخول الألفية الجديدة، شهدت سوق المعلوماتية عبر الانترنت حالة غير مسبوقة من النمو المضطرد، حتى أن روبرت مردوخ صاحب واحدة من أكبر امبراطوريات الإعلام في العالم، دفع في اب / اغسطس من العام ٢٠٠٥ مبلغ ٥٨٥ مليون دولار لشراء شبكة المواقع الاجتماعية على الانترنت (My Space)، حتى تخيل كثيرون أن مردوخ فقدَ رشده وبدأ يبدد أمواله، ولكن مع بداية العام ٢٠٠٦، تضاعفت القيمة السوقية لهذا الموقع . ﴿ عبد الحليم حمود (٢٠٠٨): الانترنت إعلام ضد الإعلام، ص٤١﴾.

ومنذ العام ٢٠٠٥، حينما شهد الانترنت تطوراً تكنولوجياً تاريخياً لافتاً تمثل في تحوله من صيغة Htm1 الى ما يُسمى بالويب Web 2.0، عوضاً عن نسخة Web 1.0، حيث بدأ يستخدم كل خدمات الويب الجديدة فضلاً عن خدمات الهاتف، والصوت والفيديو والصورة، وهي مجموعة من المبادئ والممارسات التي تجتمع مع بعضها البعض لتكوّن أشبه ما يكون بنظام شمسي من المواقع التي توضح بعضاً من تلك المبادئ أو كلها، بحسب قربها من النقطة المركزية الجاذبة، وكان دال دوغارتي من مؤسسة Media O'Reilly، أول من اطلق هذه الكلمة في جلسة "عصف ذهني" مع غريغ كلاين من مؤسسة Media Live في اكتوبر / تشرين الأول من العام ٢٠٠٤. ﴿ مرسى بشري، مصدر سابق، ص ١٥٣)، فمنذ ذلك التاريخ بدأ الإعلام الجديد يأخذ منحىً تطورياً آخر سواء على مستوى سهولة الاستخدام أو سرعة الانتشار الجماهيرية غير المسبوقة .

• **الكمبيوتر الثابت والمحمول:** الكمبيوتر Computer هو جهاز إلكتروني يقوم بمعالجة كميات كبيرة من البيانات والعمليات الحسابية والمعلومات الداخلة إليه في زمن قياسي (ملايين العمليات في كل جزء من الثانية)، عبر وحدة المعالجة المركزية للحصول على معلومات مفيدة، باستخدام برامج معينة.

وهناك كمبيوتر شخصي، كما أن هناك مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المرتبطة مع بعضها البعض، ويستطيع أكثر من مستخدم العمل عليها في اطار شبكة واحدة Network، وهي التي تعتمد عليها شبكة المعلومات العالمية (الانترنت) .

وتتعدد أنواع الكمبيوترات من حيث طريقة عملها وحجمها، بالإضافة إلى سرعتها، فأوائل الكمبيوترات كانت بحجم غرفة كبيرة وتستهلك طاقة مماثلة لما يستهلكه بضعة مئات من الكمبيوترات الشخصية في الوقت الحاضر، كما أن السنوات الأخيرة شهدت تطوراً في هذا المجال إلى الحد الذي أصبحت معه الكمبيوترات الشخصية سلعة منتشرة بشكل كبير، وتوسع تطبيقها في مختلف المجالات . ﴿يوكيبديا - الموسوعة الحرة﴾.

ومع ظهور الكمبيوترات المحمولة سهلة الحَمَل والاستخدام، زاد التنافس بين شركات تكنولوجيا المعلومات، حتى وصلت إلى باكورة إنتاجها من هذا النوع من الكمبيوترات، وهو الكمبيوتر اللوحي، كنموذج كمبيوتر iPad الشهير الذي أنتجته شركة Apple، وما تلاه من نماذج مشابهة أنتجتها شركات منافسة مثل Samsung، والكمبيوتر اللوحي Tablet PC، هو تطور للكمبيوتر المحمول Laptop، يمتاز بسهولة استخدامه باللمس أو بواسطة قلم، ويعمل في مختلف الاماكن، وهو متعدد الاستعمالات .

وبحسب وكالة الانباء الألمانية في خبر بثته بتاريخ ٨ تشرين الأول / أكتوبر من العام ٢٠١٢، فقد أظهرت بيانات ان شحنات أجهزة الكمبيوتر اللوحي في جميع أنحاء العالم قفزت بنسبة بلغت ٤٩٥٪ في الربع الثالث من العام ٢٠١٢ مقارنة بنفس الفترة من العام الذي سبقه .

وشهد الربع الاخير من العام ٢٠١٢، طرح شركة Apple لكمبيوتر Mini I Pad، الذي يمثل أحدث التطورات في هذا المجال حتى العام ٢٠١٢ .

وتمنح هذه الأنواع من الكمبيوترات المرتبطة بالإنترنت وسهلة الحمل والاستخدام، امكانيات متزايدة لمنتجي الإعلام الجديد حول العالم، بعد أن أصبح

يمكنهم حمل أجهزة كمبيوترات مزودة بمختلف البرامج التي تساعدهم على الكتابة والتصوير الفوتوغرافي والفيديوي ومن ثم تحميلها على مواقع الانترنت المختلفة عبر منصات الإعلام الجديد.

• **الهواتف النقالة الذكية**، وهي الهواتف المحمولة هو الهاتف التي توفر مزايا تصفح الإنترنت و البريد الإلكتروني وفتح مختلف البرامج التي عادة ما تستخدم في اجهزة الكمبيوتر، ويعد الهاتف الذكي I Phon 5، الذي طرح في الأسواق من قبل شركة Apple، في نهاية العام ٢٠١٢، أحدث المنتجات على هذا الصعيد، حيث يحتوي على معالج بسرعة ٢ غيغا ومدعم بتطبيقات الجيل الرابع، وتقنية الاتصالات المجال القريب NFC وشاشة سُمك ٧.٦ وشاشة ٤- inch . وقبل طرحه للأسواق، سارعت شركة Nokia الى طرح هاتفها الجديد لوميا ٩٢٠ بشاشة قياسها ٥.٤ إنش وتعمل بتقنية Nokia PureMotion HD+ من نوع IPS وبدقة ١٢٨٠×٧٦٨ بيكسل مع حساسية للمس وتقنية Nokia ClearBlack مع دعم لمعيار Qi للشحن اللاسلكي، فضلاً عن هواتف BlackBerry الذكية التي أخذت حصة واسعة من الشهرة والاستخدام، وأنواع اخرى طرحها العديد من الشركات العالمية .

ولعل الميزة الرئيسية لهذه الهواتف النقالة، هي ارتباطها بالانترنت، وتقوم بذات الدور الذي يقوم به جهاز الكمبيوتر المرتبط بشبكة الانترنت، يضاف اليه وظيفة الاتصال الهاتفي والرسائل النصية والصورية والفيديوية الاعتيادية التي تقدمها شركات الاتصال المحلية.

إن دخول الهواتف المحمولة الذكية على خط المنافسة الإعلامية، من خلال تقديم منتجات اعلامية الكترونية باستخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول المزود بالانترنت، قد أسهم في زيادة فاعلية الإعلام الجديد وسرعته وقدرته الفائقة على إنتاج المزيد من القصص والموضوعات الصحفية المختلفة، كما زاد من انتشار

وجماهيرية الإعلام الجديد، وجعله في متناول الكثيرين في الزمان والمكان المناسبين لكل شخص .

إن تواصل هذه التطورات التكنولوجية الرقمية في مجال الاتصال الجماهيري، أضفى أبعاداً أخرى على مجمل العملية الاتصالية، وليس آخرها ما أصبح يعرف بالتلفزيون الذكي، حيث أعلنت شركة Samsung في ايلول / سبتمبر من العام

٢٠١٢ عن إطلاق مجموعة تلفزيوناتها الذكية Smart TV لعام ٢٠١٢،

ومع ان هذه التلفزيونات الذكية تأتي في اطار " الترفيه المنزلي"، لكنها تنبؤ أيضاً بالمزيد من التطورات الإعلامية، فهي تلفزيونات مزودة بكاميرا عالية الوضوح وميكروفون، يتيحان للمستخدم توجيه أوامر الاستخدام والضبط والتشغيل بالحركة والصوت لأول مرة في العالم، وصُممت اعتماداً على خاصية التفاعل الذكي، حيث يُمكن للمستخدم التحكم في وظائف الجهاز وتشغيله عن طريق أوامر التشغيل التي تعتمد على الحركة والصوت، بالإضافة لقدرة التلفزيون الجديد على التعرف على وجه المستخدم، بينما تتضمن خاصية المحتوى الذكي على نسخة مطورة من المحتوى الخاص بموديل ٢٠١١، بعد إضافة محتوى جديد أكثر تكاملاً يتضمن إمكانية إضفاء الصفات الشخصية للمستخدم .

الإعلام الجديد

صراع الوظيفة والدور والهوية

((اليابان لم تكن على استعداد بعد، إن هذا
مكان يصعب فيه خلق مصدر بديل للأخبار))
كين تاكوتشي

مثلما ظلت العوامل الثقافية والدينية حاضرة في ثقافات الشعوب وحضاراتهم، فإنها قد تحول دون إندماج كامل مع ما يشهده العالم من مستجدات، بعض هذه العوامل الثقافية والدينية كانت ولا تزال مقومات كبرى في بناء شخصية أفراد هذه الشعوب، وهي التي أنتجت بها حضارة وفكراً وعلماً، وإن كان بعضها الآخر أُستخدم - عن قصد أو من دون قصد - بشكل تسبب في تخلف الشعوب وتأخر الأمم .

فمثلما انطلق المسلمون نحو العالمية باستخدام الكتابة والتأليف والترجمة، مقدمين واحدة من أغنى الحضارات التي شهدتها الانسانية وأكثرها عطاء بالاستناد الى منظومة خلاقة من القيم والمبادئ الأخلاقية والانسانية طيلة عصور الازدهار الاسلامي، فقد تراجعت الدولة العثمانية ومعها أجزاء واسعة من العالم الإسلامي نحو قرنين ونصف بسبب فتوى تحريم إنشاء المطابع، حيث لم تظهر أول مطبعة في اسطنبول إلا في العام ١٧١٢ أي بعد أن كان قد مضى على اختراع المطبعة ما يزيد على قرنين ونصف، وبعد أن أنشأت فرنسا المطبعة الوطنية بنحو قرنين.

ومع ظهور الانترنت وبدايات دخوله الأولى للمجتمعات العربية، بدأت تتعالى الاصوات المطالبة هنا او هنالك بمنعه أو حجبه، بحجة المحافظة على التقاليد والاعراف والقيم الروحية، لكن ومع المزايا الايجابية الكثيرة التي اصبح معها استخدام وسائل الاتصال الحديثة المعاصرة أمراً لا بد منه، أخذت هذه الأصوات تخف تدريجياً لكنها لم تختف نهائياً، ولا تزال تظل برأسها بين فترة وأخرى، مستغلة الهفوات المهنية وضعف الأطر الأخلاقية التي يعمل فيها الإعلام الجديد، لتحاول التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في ما يواجهه هذا النوع من الإعلام من تحديات وصعوبات.

الانترنت ... ومجتمع المعرفة

ظهرت طيلة العقدين الماضيين من القرن الحادي والعشرين، عشرات الدراسات والبحوث باللغة العربية التي تناقش تأثيرات الانترنت على المستوى الفكري والثقافي والاجتماعي والقيمي، والتي خرجت بمئات التوصيات والمقترحات العلمية للاستفادة المثلى من الانترنت والتطورات المتسارعة التي يشهدها قطاع الاتصالات والمعلومات في العالم، لكنها معظمها - للأسف - لم تجد أذناً صاغية سواء من المؤسسات الحكومية او حتى من المشتغلين في الإنتاج الإعلامي الالكتروني.

وفاقم من حجم الأزمة الأخلاقية لاستخدامات الإعلام الجديد، ارتباطه المفصلي بالتنمية الانسانية التي أصبحت معها الحاجة الى مجتمع المعرفة متزايدة، بل ولا غنى عنها للدول النامية أو المتقدمة على حد سواء لحاجتها المستمرة الى التطور والنمو.

وتشير تقديرات البنك الدولي الى أن ما بين ٧٠٪ - ٨٠٪ من النمو الاقتصادي يرجع للإنتاج المعرفي الجيد، وهو ما يرهن تقدم المجتمعات في المستقبل القريب بقدرتها على الاستثمار في المعرفة ﴿ د. فؤادة البكري (٢٠٠٩): الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والاعلام الجديد، ص ٢٢ ﴾ .

"وإذا كان على الفرد التفاعل مع محيطه السياسي والاجتماعي والاقتصادي من خلال تواصل فعال مع إدارات حديثة تعني معنى التحول الاستراتيجي في الحكومات الالكترونية، وهو اتجاه حتمي لا مفر منه قد ينتج بعض السلبيات بجانب نتائجها الإيجابية العديدة، بيد أن أبرز النتائج السلبية هي تحول المعلومات الى سلع بشكل يهدد الهوية الثقافية واللغوية، ما دفع منظمة اليونسكو الى وضع اربعة مبادئ لتحقيق التوازن بين الدول النامية والمتقدمة، هي احترام الخصوصية الثقافية، حرية التعبير، حق الوصول الى المعلومات، وبناء القدرات من خلال ضمان جودة التعليم." ﴿ د. فؤاده البكري، المصدر السابق ﴾ .

وهكذا ارتبط مستقبل الإعلام الجديد بمجتمع المعرفة، الذي لا بد ان تصب مخرجاته في ما اصبح يعرف بالاقتصاد المعرفي، الذي لا تستغني عنه المجتمعات المعاصرة لتحقيق التنمية بكل أشكالها، الأمر الذي يضاعف الحاجة الى وجود مرجعية قيمة لهذا النوع المتجدد من الإعلام، لا بد وان تسبقها إن لم تواكبها معايير مهنية واضحة وتقاليد عمل صحفي محددة.

وهو ما دفع أحد الباحثين لإن يذهب الى أبعد من هذا، فيطالب بأخلاقيات بعينها للإعلام الجديد تتناسب مع المزايا التقنية والاتصالية التي يتمتع بها، فيقول: "إن أية وسيلة جديدة تخلق وتوجد لها معاييرها الخاصة بها، وليس من الصحيح القول أن أخلاقيات ومعايير العمل الصحفي هي واحدة ولا تتغير بتغير الوسيلة التي يستخدمها الصحفي، وإذا كان الحذر والتشكيك من قبل الصحافة التقليدية تجاه هذا النوع الجديد في بدايات ظهوره كان مبرراً، فان السنوات

اللاحقة تخبرنا ان هذه النظرة قد تغيرت، والدليل أن الكثير من وسائل الإعلام التقليدية قد بدأت بالعمل وفق قواعد وتقاليد ومعايير الصحافة الالكترونية وان عددا منها قد تحولت بالكامل الى هذا النوع الجديد"

ويضيف: "إن الخصائص التي يتميز بها الإعلام الجديد مثل "التربطية النصية Hypertextuality، و"التفاعلية" Interactivity، و"الوسائط المتعددة" Multimedia، قد منحت الصحافة الالكترونية قيمة مضافة".

وينتهي الى أن الإعلام الجديد بحاجة الى " تأصيل اربعة خصائص رئيسية فيه هي الخصائص التي ورد ذكرها، والحاجة الى معايير مهنية لأبأس من ان تكون مشتقة من المعايير التي تعمل بها الصحافة التقليدية مثل الدقة والتوثيق والموضوعية وعدم الانحياز... الخ، وكذلك الحاجة الى معايير اخلاقية مثل ضمان حقوق الملكية الفكرية وعدم خرق الخصوصية أو التجاوز على حقوق الآخرين، بالإضافة الى الإيمان بضرورة وجود اطار مؤسساتي بوجود مادي ومعنوي يضمن للصحافة الجديدة القيام بالدور والوظيفة المناطين بها. ﴿ د. جاسم محمد الشيخ جابر(٢٠٠٩): الصحافة الالكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعدد من الصحف الالكترونية العربية، ص ١٤﴾.

الانترنت ... صراع المحافظة و المراقبة

لم يفت بعض الباحثين العرب دراسة الآثار المترتبة على استخدام منصات الإعلام الجديد، فيتوصل باحث آخر الى " أن الشباب البحريني يعرف المواقع التي تسمح لمستخدميها بمشاهدة وإرفاق مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها عبر الانترنت حيث جاء موقع يوتيوب في مقدمة هذه المواقع التي يقبل عليها الشباب البحريني، وإنهم يستخدمون هذا الموقع بنسبة تصل الى ٨٨٪، وإن دوافع هذا الأقبال الكبير على هذا الموقع هو الرغبة في الحصول على الأخبار المهمة واللقطات النادرة ومشاهدة مقاطع من برامج تلفزيونية لم يتمكنوا من مشاهدتها، فضلاً عن الفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد، وان يوتيوب حول هؤلاء الشباب الى منتجين للرسائل الاعلامية وحقق لهم مفهوم الجمهور النشط."

ولعل الملفت هنا، هو ما توصل اليه الباحث في دراسته من أن " ٣٨ ٪ من الشباب البحريني الذي شملته الدراسة يعتقد بضرورة وجود رقابة (من نوع ما) على المحتوى المقدم من خلال يوتيوب وأيدوا وجود فلترة لما يقدمه هذا الموقع للحفاظ على القيم والاخلاقيات والمعتقدات السائدة." ❖ د. رضا عبد الواحد امين (٢٠٠٩): استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب، ص ٢٢ ❖ .

ومع التسليم بجدية بعض المخاوف المتعلقة بسوء استخدام تقنيات الإعلام الجديد، لاسيما فيما يخص الأطفال والمراهقين وشيوع المواقع الاباحية، فإن الاستخدام الامثل المستند لمقومات اخلاقية وقيمة للإعلام الجديد، يساعد في اسكات الاصوات التي تستغل كل مناسبة للتذكير ب"شيطنة الانترنت"، كما تساعد في الوصول الى المزيد من القراء والمستخدمين الذين ستعزز قناعاتهم بصدقية وجدية ما يتلقون من معلومات الكترونية يوما بعد آخر في مجتمعاتنا التي تميل بطبيعتها الى المحافظة ومعاندة التجديد.

كما أن الإستحضار الأمثل للأخلاقيات التي لا يمكن لأية مهنة او فن او تخصص التخلي عنها، سيساعد في تعزيز الحضور العربي على شبكة الانترنت العالمية، لا سيما مع التوسع الذي يشهده حضور اللغة العربية في الشبكة العالمية حيث بدأت تحتل مواقع متقدمة على حساب لغات عالمية أخرى كالفرنسية والروسية والكورية، كما حصل نمو ملحوظ في حجم الخطاب اللغوي العربي على الانترنت، تجاوز نسبة ٢٥،١٪ خلال الاعوام بين ٢٠٠٠ و ٢٠١٠ . ﴿ حسن مظفر الرزو (٢٠١٢): الجاهزية الالكترونية للبلدان العربية وأنعكاساتها المحتملة على فرص تفعيل بيئة اقتصاد المعرفة، ص ٥ ﴾

وحتى تكون الصورة أكثر اتضاحاً، فإن مجتمعات محافظة أخرى من خارج العالم العربي، يواجه فيها الإعلام الجديد صعوبات من هذا النوع، كاليابان التي وعلى الرغم من التطور التكنولوجي والإزدهار الاقتصادي الذي تحظى بها، فإن جمهورها المحافظ والتمسك بالتقاليد لا يتفاعل بالمستوى الذي هو عليه في الولايات المتحدة الاميركية أو أوروبا مع الانترنت ومنتجاته .

ولعل في الصحيفة الالكترونية اليابانية JANJAN NEWS ويعني الاسم اختصاراً " الأنباء اليابانية البديلة للعدالة والثقافة الجديدة "، مثلاً على ما يواجه الانترنت من تحديات في مجتمع عرف بمحافظته مثل اليابان، حيث ظلت هذه الصحيفة الالكترونية وعلى امتداد سنوات تشكل منافسة من حين لآخر للصحافة اليابانية التقليدية التي يغلب عليها طابع الهدوء والإذعان، إذ عرضت مقالات كتبها قراء أقدموا على إثارة موضوعات تعد من المحظورات مثل صيد الحيتان وتواطؤ الصحافة مع الحكومة .

ومع ذلك، لم يجتذب هذا الموقع أعداداً كافية من القراء، وكذلك لم يجتذب إعلانات، الأمر الذي اضطره في نهاية الأمر إلى إغلاق معظم عملياته، ليكون الأخير من بين اربع صحف الكترونية كانت تطرح مقالات جريئة، لكنها جميعاً أنهت نشاطها أو اضطرت إلى تقليص عملياتها في عامي ٢٠٠٩ و ٢٠١٠ .

يقول كين تاكوتشي، رئيس ومؤسس JANJAN NEWS: "أن أحد أكبر التحديات التي واجهتني تمثلت في الحفاظ على مستوى جودة المحتوى الإخباري للموقع، حيث أن معظم المقالات التي أسهم فيها قراء كانت في حقيقتها نسخاً منقحة من أخبار وردت في وسائل إعلام كبرى أضيفت إليها وجهات نظر القراء" ﴿مارتن فاكلر (٢٠١٠): الإعلام الجديد يعجز عن إبعاد اليابانيين عن وسائل الإعلام التقليدية، صحيفة "الشرق الاوسط"﴾

إضافة إلى ذلك، واجه تاكوتشي صعوبة في الاستعانة بصحفيين متمرسين لتردد معظمهم حيال الرحيل عن مؤسسة كبرى للعمل في أخرى لا تزال ناشئة وغير معروفة، ويضيف تاكوتشي أن "اليابان لم تكن على استعداد بعد، إن هذا مكان يصعب فيه خلق مصدر بديل للأخبار" ﴿مارتن فاكلر، المصدر السابق﴾

لم تحقق الثورة الرقمية وما شهدته وسائل الاتصال الجماهيري من طفرات، تغييرات كبرى في وسائل الإعلام التقليدية في اليابان على غرار ما حدث في الولايات المتحدة الاميركية ومعظم الدول المتقدمة الأخرى، ولا يزال يهيمن على الساحة الإعلامية نفس الكيانات العملاقة المحدودة القائمة منذ عقود مثل The Daily Yomiuri, The Yomiuri Shimbun أكبر صحف العالم والتي يفوق معدل توزيعها اليومي ١٠ ملايين نسخة، ويعزو تاكوتشي وآخرون معنيون بالعمل الإعلامي في اليابان "إخفاق" هذه المواقع إلى عدد من الأسباب، في مقدمها "صالة عائذات الإعلانات بدرجة بالغة بما لا يكفي لدعم عمل صالة التحرير، بيد أنه بالنظر إلى الثقافة اليابانية التي تبدي الازدراء تجاه من ينشق عن الصفوف، ربما لا تعد البلاد تربة مناسبة لنموذج الصحافة القائم على تحول القارئ إلى مراسل" ﴿مارتن فاكلر، نفس المصدر السابق﴾ .

الدمج بين "التقليدي" و "الجديد"

إن الأخذ بعين الإهتمام والإعتبار المتطلبات الأخلاقية التي تعبر عنها التقاليد والقيم والأديان السائدة في هذا البلد أو ذاك، لا يعني - دائماً وبالضرورة - الارتواء في هوة سحيقة من الممنوعات التي تفقد الإعلام الجديد خصائصه التقنية والاتصالية، أو تحوله الى نسخة مكرورة للإعلام التقليدي الذي أفقدته الرقابة والفترة الكثير من مقوماته، كما نزعَتْ عنه في بعض الاحيان إمكانية المباغته والإدهاش و المتعة التي تتناسب مع متطلبات العصر .

بل وعلى العكس فقد دأبت وسائل الإعلام التقليدي تحت وطأة المنافسة من قبل الإعلام الجديد، وبالإستفادة من التطورات التكنولوجية في عالم المعلوماتية والاتصالات على تغيير أنماط تعاطيها مع المعلومة والخبر، فأصبحت تزوج بمهارة متزايدة بين آلياتها وآليات الاعلام الجديد سواء في الصحف الورقية التي غيرت من "ماكياتها" وطرق إخراجها أو من خلال إنشاء مواقع الكترونية تبث الأخبار والتقارير والصور أولاً بأول، تسد بها الوقت الفاصل بين طبعة ورقية وأخرى، أو الفضائيات التي تستخدم بكثرة صيغ الخبر العاجل Breaking news من خلال استخدام النص الإخباري السريع أو Sub Title أو قطع البرامج لبث الاخبار المصورة السريعة أو الربط بين نشراتها الاخبارية وغير ذلك مما تقدمه في المواقع الالكترونية التي أنشأتها وتحمل اسمها، وكذا الحال فيما يخص الاذاعات التي أسست هي الأخرى مواقع الكترونية، ودأبت على استخدام الإيقاع السريع في تقديم أخبارها أو الاستخدام المتواصل للمقاطع الصوتية.

إن الدمج المتواصل بين تقنيات الاعلام الجديد، ومقومات الاعلام التقليدي، قد أسهم بشكل ملحوظ في تطور آليات عمل كلا الإعلامين، بل وفي الارتقاء بجودة ما ينتجان من مواد مختلفة نصوصاً أو صوراً أو أفلام، ما ينبأً بمنتجات أكثر

توظيفاً لكل ما يستجد من تطورات تقنية في عالم الاتصالات في المستقبل المنظور.

كما أن مراعاة الإعلام الجديد للقيم المجتمعية السائدة سيجعل منه إعلاماً متأسلاً في مناطقيته، ووطنيته، وليس إعلاماً وافداً يتلقاه مستخدموه بروية مُسبقة مشككة في دوافعه وغاياته، ينطق بلسان بيئته ويعبر عن هواجس الناس المُنتج بينهم، والموجه اليهم، مدافعاً عن منظومة القيم المتجدرة لديهم .

إن الإعلام الجديد مُطالب أكثر من أي وقت مضى أن يُثبت أنه ليس في تحرٍ من أي نوع كان مع قيم الناس وتقاليدهم ومعتقداتهم، حتى لا يأتي اليوم الذي يضطر فيه الجمهور الى أن يشعر أنه أمام مقايضة غير عادلة بين احتياجاته المتنامية الى إعلام متجدد، وبين المحافظة على هويته الوطنية.

إن الانترنت، (المتهم) دوماً بكونه عالم افتراضي تضع فيه الهويات الحقيقية، حيث يغدو العالم عبر الانترنت تشبيهاً لا واقعياً، ذلك أن التفاعل عن بُعد، يَمُنحُ المستخدم حرية التمتع بامتلاك هويات متعددة ومتغيرة ﴿ جوناثان بيغل (٢٠١١): مدخل الى سيمياء الاعلام، ص ٢٨٢ ﴾ مطالب اليوم وبعد كل ما تحقق تقنياً أن يُنَبِّت الهويات ويعززها .

إنه صراع الهوية، كما هو صراع الوظيفة والدور، وعلى الإعلام الجديد مهمة تاريخية في تأصيل هويته وتحديد أدواره ووظائفه، والسمو بها عبر اجتراح منظومة أخلاقية متكاملة تُؤطر آلياته وتوضح مُنتجه، وعدم السماح باستمرار واتساع الفراغ الأخلاقي الذي ينتج موضوعات إعلامية حديثة في مظهرها الخارجي، خاوية في مضمونها القيمي .

مناهج الوصول الى

الصحافة الأخلاقية

((نحن في عصر نحتاج فيه الى الصحافة الأخلاقية الجيدة أكثر من أي وقت مضى، الأخبار السيئة في الفترة الحالية لها نصيب الأسد وتحيط بنا من كل جانب (...). بإمكان الصحافة بناء جسور لتغيير العالم ولكنها لن تنجح إلا في حال وجود مساحة كافية لنشاط إعلامي مهني مستقل))
ايدين وايت

ظلّ الحديث عن موثيق أو لوائح لأخلاقيات المهنة الصحفية، مسيطراً على المناخات العامة للعمل الصحفي منذ اختراع غوتنبرغ للمطبعة في العام ١٤٥٠ ميلادية، وبدء انتشار المطبوعات والصحف دورية الصدور، حيث كانت أول صحيفة بالمعنى المتداول هي صحيفة "رولاسيون" الإسبوعية قد صدرت في مدينة ستراسبورج الألمانية في العام ١٦٠٥، ومن بعدها توالى انتشار الصحف في بازل في العام ١٦١٠، وبرلين في العام ١٦١٧ ولندن في العام ١٦٢١، ومن ثم باريس في العام ١٦٣١ وتبعتها مدن أوروبية عدة.

وكان مؤسس صحيفة La Gazette الصادرة في العام ١٦٣١ الطبيب ثيوفراس رينودو، يقول: "ان هنالك أمراً واحداً سوف لن يتنازل عنه لأحد هو: تقصي الحقيقة". ﴿جمال الدين ناجي (٢٠٠٤): وسائل الاعلام والصحفيون - موجز آداب المهنة، ص ٣٣﴾

والصحافة مثلها مثل بقية المهن الاخرى ينظر الناس إليها من زوايا مختلفة ابداعية وفنية واجتماعية، وأيضاً من زاوية التزام العاملين فيها بحد مقبول من الأخلاقيات التي تمنح المهنة وممتهنيها الاحترام المطلوب الذي لا يساعد فقط في منح الصحفيين صلاحيات غير مكتوبة، ليست متوفرة لغيرهم في استصراح الاشخاص ودخول بعض المواقع والحصول على معلومات لا يعرفها الآخرون... الخ، ولكنه أيضاً احترام يشعر من خلاله الصحفيون أنفسهم بالرضا أمام أنفسهم وأمام ذويهم واصدقائهم ومعارفهم.

بل أن الرأي العام في معظم دول العالم غير مستعد للنظر باحترام الى صحفيين لا يتوانون عن قذف الناس أو التشهير بهم، أو استخدام اللغة الرخيصة، أو نشر التصريحات المفبركة، وفي الغالب يُعد أولئك أناساً غير جديرين بالثقة بل وربما يُقاطعون من قبل مصادر الأخبار .

الإذعان الطوعي ... خيار الضمير

منذ المحاولات الأولى لكتابة أول "لائحة سلوك" في أوروبا وأميركا الشمالية في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، وتنظيم أولى المؤتمرات الدولية للصحفيين في نهاية القرن التاسع عشر، لمناقشة أدبيات من قبيل "دقة الخبر" و"رسالة الصحفي" و"حماية المهنة الصحفية من الضغوطات"، قفزت مسائل جدلية ظلت مُلزمة لمعظم "لوائح الضمير الصحفي"، مثل التفريق بين القانون والأخلاق، وبين القوانين والقواعد، وبين الإذعان الطوعي والإضطراري، والإلزام بالقوة، وغيرها .

كما أثرت وما تزال قضايا متوارثة، من قبيل حصر ممارسة الصحافة باولئك المحترفين، حاملي الشهادات الجامعية في الصحافة والإعلام، أو المرخص لهم من قبل مؤسسات صحفية رسمية، الأمر الذي يعده الكثير من الصحفيين حول العالم محاولة لتهديد حرية الصحافة تحت غطاء التنظيم أو المؤسسة الخ .

وترى أولئك الصحفيين يرددون باستمرار البديهية التي روج لها اللورد مولتون في القرن التاسع عشر: "الأخلاقيات هي الاختيار الطوعي لما لا يكون فرضه بالقوة"، لذلك فالأمر متروك للصحفيين أنفسهم لا للحكومات أو السلطات، لإن يضعوا المعايير الاخلاقية لمهنة الصحافة. ﴿ باتريك بتلر(٢٠٠٣) : أخلاقيات الصحافة، الجدل العالمي، ص ٧﴾

ولربما يمكن النظر الى فلسفة ظهور مفاهيم أخلاقيات المهنة الصحفية من زاوية أن أي ممارسة أخلاقية عموماً - لأية مهنة - ومنها بطبيعة الحال الصحافة، تُمارس اعتماداً على قيم إنسانية عامة، وليس مجرد مبادئ أخلاقية شخصية تتبني الآراء الفردية للصحفيين، بالاستناد الى تعريف الأخلاق على أنها " البحث العام فيما هو خير، وليس تناول السلوك الانساني بوصفه خيراً أو شراً

" بحسب رؤية "ادوارد مور" لفلسفة الاخلاق . ❁ د. أحمد عبد خضير (٢٠١١):
فلسفة الاخلاق عند جورج ادوارد مور، ص ١٥٦ ❁،

لقد طرح د. شوورث كيدر في كتابه (قيم مشتركة لعالم متأزم)، هذه المسألة على النحو التالي: " ليس هناك شيء منفصل يدعى أخلاقيات الصحافة بأكثر من قولنا بأن هناك أخلاقيات طبية أو قانونية، على أية حال، فإن على الصحفيين أن يكتبوا تحقيقاتهم الصحفية عما يحدث في المجتمع عبر عدسة الأخلاقيات، يجب على الصحفيين أن يستخدموا اللغة المألوفة جنباً إلى جنب اللغة المألوفة للسياسة والاقتصاد، ليس على الصحفيين أن يسألوا فقط: هل هذا مفيد، أو هل هذا يمكن أن يحدث على المستوى الاقتصادي ؟ وإنما هل هذا صواب".

لقد كشفت لقاءات صحفية اجراها د.شوورث كيدر مع زعماء ١٦ بلداً عن مجموعة من القيم التي تعد نواة - قد تختلف قليلاً من بلد إلى آخر، أو من ثقافته إلى أخرى - يمكن ان تؤسس لمدونة اخلاقيات الصحافة في هذا المجتمع أو ذاك . وتضمنت القائمة ما يلي:

- الحب
- الحقيقة
- الحرية
- العدالة
- التماسك
- التسامح
- المسؤولية
- الحياة

وهي قيم متجذرة في الوجدان الانساني العام منذ بدء الخليقة، إذ تحدثت الألواح التي نقلتها الآلهة عشتار بحسب الاسطورة السومرية من مدينة أريدو الى

مدينة اوروك - اور عن قائمة أخلاق تضم الصدق والاستقامة والعدالة والصلاح والخير والحكمة وغيرها . ﴿ د . ولاء مهدي الجبوري (٢٠٠٩): مفهوم الخير في فكر وادي الرافدين، ص ١٤٨ ﴾ .

ان اتخاذ القرار الأخلاقي، لا يعني مجرد تطبيق لهذه القيم العالمية على قضايا من قبيل التساؤل حول الصواب والخطأ، إنما تتعلق أيضاً بمواجهة الخيارات الصعبة حينما تصل قيمتان أخلاقيتان أو أكثر إلى درجة الصراع وتتطلب منا أن نقرر أيهما سنفضل، ومن بين أكثر هذه الصراعات شيوعاً من وجهة نظر د. كيدر:

- الحقيقة في مقابل الولاء.
- الفرد في مقابل الجماعة.
- المدى القصير في مقابل المدى الطويل.
- العدالة في مقابل الرحمة.

وتمثل هذه الصراعات نمطاً من أنماط القضايا الأخلاقية التي تواجه الصحفيين في حياتهم المهنية، إنها ما يسميه كيدر "معضلات الصواب في مقابل الصواب" ﴿باتريك بتلر، المصدر السابق، ص ٨ - ٩﴾

ويمكن تحديد ملامح بناء منهجية أي لائحة اخلاقية بالاعتماد على ثلاثة مناهج لصناعة القرار الأخلاقي، تركز على تقاليد فلسفة الأخلاق وهي:

المذهب النفعي، الذي يتطلب أن نستكشف عواقب أفعالنا وقراراتنا، فمثلاً إذا فعلت هذا فما الذي سوف يحصل؟ وهل سيحدث كذا إن فعلت ذلك؟ إن القرار الأخلاقي الذي يستخدم المذهب النفعي هو نتيجة لنوع من أنواع حساب التفاضل والتكامل الأخلاقي، أي قرار من القرارين سوف تؤدي نتائجه إلى منفعة أعظم؟ ﴿باتريك بتلر، نفس المصدر السابق﴾ .

ومنهج حساب المنفعة هذا، هو وسيلة فعالة من أجل الوصول إلى قرار في معظم المواقف الصحفية، غير أنه له أيضاً مخاطره، انه براغماتية يلجأ إليها بعض الصحفيين لتبرير عدم قدرتهم على مواجهة اغراءات من قبيل السبق الصحفي، أو الضربة الصحفية، برغم علمهم انه سبق غير أخلاقي أو ضربة صحفية ليست أخلاقية.

تبرز لنا هنا المشكلات الأخلاقية، ففي غرف الاخبار، يظل "الصراع سائداً" بين المحرر الذي يقول "كن واقعياً، لدينا موعد نهائي، وقارئ نقوم بخدمته"، والمحرر الآخر الذي يقول "علينا التدقيق في هذه المعلومة و التأكد من تلك الصورة ... لدينا مبدأ أخلاقي في خطر".

من هنا يبدأ الجدل الأخلاقي الحقيقي، والذي اخذ جوانب أكثر تعقيداً مع ظهور الإعلام الجديد، بمنصاته المتعددة وتقنياته التي تفرض على المحررين ايقاعها السريع "وغير المنضبط" أحياناً، بسبب حداثة التجربة الصحفية في الإعلام الجديد وعدم وجود سياقات عمل "رصينة" في معظم الأحيان .

اما المنهج الثاني فهو الذي يستند الى مقولة كانط Kant، (الأخلاقيات المنطقية أو المسلم بها) Deontological، اي الاخلاق التي لا تركز على العواقب، وانما على ما يجب القيام به، أو ميل " كل شخص بالضرورة على وفق قوانين طبيعته، الى ما يراه خيراً أو شراً،أو ينفر منه " ❁ د. أحمد عبد خضير، المصدر السابق، ص ١٤٩ ❁

إن قاعدة كانط الذي كتب في علم الاخلاق عن أن أداء الفرد لواجبه، أكثر أهمية من إسعاد نفسه أو الآخرين، وأيضاً انه إذا افترضنا أن بوسع العلماء التنبؤ بما سنفعله، فإن التنبؤات لا تتعارض مع ميلنا نحو حرية الإرادة. ❁ باتريك بتلر: المصدر السابق ❁

ان وجوب التحلي بالأخلاق بشكل طبيعي، هي المنطلق الذي يمكن أن يكون قاعدة لبناء منهجية معينة للأخلاق، تتمحور حول وجود مسلمات

وبديهيات أخلاقية عامة وكونية على الفرد استحضرها قبل الشروع بأي عمل، وهو ما قد يكون من الصعب في معظم الأحيان على الصحفيين - لاسيما الجدد منهم- امتلاك القدرة والكيفية والدربة لاستحضار القواعد الأخلاقية، قبل الشروع بتغطية صحفية، فقد تسيطر مجدداً الرغبة في تحقيق السبق الصحفي (وهو ربما - من سوء الحظ - واحداً من أكبر التحديات الحرجة التي تواجه الالتزام بعمل صحفي أخلاقي) على التفكير المسبق في القواعد الأخلاقية.

وهنا يضع د. كيدر المثال التالي الذي سيساعدنا على التفريق بين المذهب النفعي ومذهب كانط: " أنت صحفي لديك موعد نهائي، ولقد حصلت على قصة في متناول يدك سوف تحدث فارقاً مذهلاً للمجتمع كله، أنت تركض بأقصى سرعة للوصول الى محطاتك، لتكون هناك في الموعد، وهناك مكان لوقوف السيارات في الشارع أمام المحطة بالضبط، غير أن سيدة تقدم بها السن قليلاً قد أوقفت سيارتها أمام مكان وقوف السيارات وأضاءت أنوار سيارتها الخلفية، إشارة إلى أنها على وشك أن تأخذ مكان الوقوف، وفي نفس الوقت فإنه لديك سيارة صغيرة، وأنت متعجل للغاية، وبإمكانك أن توقف سيارتك هناك أولاً وقبل السيدة المسنة، ما الذي سيقوله صاحب المذهب النفعي؟، "الأكثر صواباً هو الذي في صالح ومنفعة أكبر عدد من الناس، هذه قصة في غاية الأهمية وأعتذر يا سيدتي، يجب أن أصل إلى هدي في بسرعة لأن هذه القصة سوف تخدم المدينة بأكملها".

وفي المقابل، ماذا سيقول صاحب المذهب الكانطي؟ " من الأساس: لا... إذا فعلت ذلك فما تقوله هو أنك تتوقع من كل فرد في العالم أن يفعل تماماً ما أنت على وشك أن تقوم به، وهو إلغاء وتجاهل الحس الكامل بالتحضر والتعامل الحضاري والذوق، وضرورة الاهتمام بالآخرين، وهي الفكرة التي بناءً عليها يتوجب عليك أن تقف في الصف وتكون خاضعاً للنظام أسوة بالآخرين في

المجتمع، وهكذا يتحول المجتمع كله إلى نوع من المشاغبات التي تصاحب تشجيع مباريات كرة القدم، إذا اتجهنا وحذونا ذلك الاتجاه، يقول أصحاب منهج كانط: "مال"، بينما يقول أصحاب المنهج النفعي: "نعم بالطبع".

وأخيراً لدينا المنهج الثالث الذي قد يساعد أيضاً في بلورة منهجية مقبولة لإعداد مدونة في أخلاقيات المهنة الصحفية، وهو ما يطلق عليه بعض المهتمين بمثل هذه الموضوعات "القاعدة الذهبية أو المعكوسة"، مبدأ أنك يجب أن تفعل للآخرين ما تريد أن يفعلوا لك.

ويقول أصحاب هذا المنهج أنه يجب ان يبلغ الأمر حد أن تضع نفسك مكان الآخرين، وبهذا ترى ما يمكن أن يراه الآخرون، وغالباً ما تتم الإشارة إلى هذا المبدأ الذهبي على أنه المنهج القائم على مراعاة مشاعر وعواطف ومشكلات و تطلعات ومصير "الآخر".

لكن التحدي الحقيقي هنا هو تعريف من هو "الآخر" الذي يجب أن تضع نفسك مكانه؟.

ولعل المثال الأكثر وضوحاً حول هذا المنهج هو تصور الكتابة عن قضية من قضايا الشرف وما يتطلب هذا من الصحفي من تبادل للأدوار مع أطراف قضية الشرف هذه، مرة مكان المجني عليه، واخرى محل الجاني، فضلاً عن أن يضع الصحفي في اعتباره كلاً من مشاعر العائلة وسمعتها وكيف سينظر لها المجتمع .

هذا المنهج - وبكل بساطة - سوف يزن القيمة الإنسانية للقصة، حتى إذا كان المجتمع بأكمله سوف يحصد منافع المتعة من نشر القصة، فإن أتباع القاعدة الذهبية سيقولون أن مراعاة الصدمة العاطفية لعائلة الضحية له أولوية على النشر .

الانترنت يُعقد "المشهد الأخلاقي"

ومع ما تقدم من مفاتيح منهجية نحتاجها للوصول الى قواعد أخلاقية للصحافة تكون مقبولة وقابلة للتطبيق والاحترام، فان عملية الازعان لمثل هذه القواعد تحتاج الى مزيد من الاتفاق على زاوية الرؤية التي ننظر من خلالها الى مجمل العملية الاعلامية أو نقطة الشروع التي علينا ان ننطلق منها .

الأمر نظرياً قد يبدو سهلاً ومتاحاً، لكنه بالفعل مُعقد ومتداخل خصوصاً مع دخول الإعلام الجديد كعنصر رئيسي في كامل عملية الاتصال الجماهيري المعاصرة، ما سنحتاجه أولاً، الايمان والاعتقاد الراسخ بكل ما تم انجازه على مستوى أخلاقيات المهنة الصحفية، والنظر بتقدير للتضحيات التي قدمها الصحفيون حول العالم في اطار التزامهم الحقيقي بهذه الأخلاقيات، ومن ثم البناء على ما تم تأسيسه خلال جميع المراحل التاريخية التي مرت بها الصحافة قديمها وحديثها، وما رافقها من بناء للوائح أخلاقية لمهنة الصحافة.

من هنا نقطة الشروع لتأسيس صحافة أخلاقية معاصرة وحديثة، تستند لما أنتجه ومنتجاته المجتمع من تقنيات متطورة، وذلك عبر الالتزام بتقديم مضمون وشكل إعلاميين، لا يتخليا - تحت مختلف الظروف - عن الحد المتعارف عليه والمقبول من أخلاقيات المهنة.

يقول الأمين العام للاتحاد الدولي للصحفيين ايدين وايت، " ان الأخلاق ليست شيئاً هامشياً في مستقبل الصحافة بل هي المفتاح لبقائها، وان نموذج الصحافة الذي كان مفيداً لأكثر من قرن من الزمان أخذ في التغيير، ولم يعد الصحفي في حاجة الى ذكر مَنْ، ماذا، متى أو كيف، لأن مهام جمع الحقائق الضرورية هذه اصبحت توزعُ بين مجتمع قوي من (مليار) مستخدم للشبكة، يمثلون اصواتاً جديدة عالمية ومحلية تسمع للمرة الأولى."

" فالصحفيون اليوم هم كبار المشرفين على الحوار الذي من خلاله، يوفرون الاطار والتفسير والتعليق وأيضاً تعزيز الفهم للأحداث، ونحن في عصر نحتاج فيه الى الصحافة الأخلاقية الجيدة أكثر من أي وقت مضى.

إن الأخبار السيئة في الفترة الحالية لها نصيب الأسد وتحيط بنا من كل جانب فنحن نعاني من الأمراض والفقر وعدم مساواة متزايد، وهناك قلق وخيبة أمل واستياء داخل المجتمعات المحلية وخاصة بين الشباب في العالم العربي وكثيراً منهم يواجهون مستقبلاً غامضاً، اضافة الى استمرار التمييز ضد المرأة والأقليات، بإمكان الصحافة بناء جسور لتغيير العالم ولكنها لن تنجح في تحقيق هذا إلا في حال وجود مساحة كافية لإيجاد نشاط اعلامي مهني مستقل " .

و " ان الصحفيين أدركوا اليوم ان العقبات القديمة التي كانت تفصلهم عن الجمهور قد تلاشت، فمساحة المعلومات قد اصبحت مكتظة وملية بالآراء والأصوات العالية المنفصلة، والحوار اصبح أكبر وأوسع وأعمق مما نتخيل، وهو ما يدعو الصحافة لإعادة النظر في طريقة عملها ودورها في المجتمع، وعالمنا المعاصر ليست كل قصصه أخبار سيئة، فلنعكس اللحظة الانجازات التي حققها الجيل الماضي ومنها شبكة الانترنت التي لم تكن معروفة من ٢٥ سنة هي الآن القوة الدافعة للمجتمع البشري " ﴿ ايدين وايت (٢٠٠٩): كلمة في مؤتمر مبادرة الصحافة الأخلاقية ﴾

ولربما يكون التساؤل الصعب، والجدلي هنا، عن الحدود الدنيا المقبولة لأخلاقيات الصحافة ؟ واين تنتهي حدود مقبولية أخلاقيات الصحافة ؟ والأهم والأخطر من يضع هذه الحدود ؟

من المناسب القول، ان هنالك إدراك متنام بأن الممارسات الأخلاقية الجيدة تعزز من قوة الصحفي والمؤسسة الإعلامية، فالصحفي الذي يلتزم بصرامة بأعلى المعايير هو صحفي قوي، يتمكن ليس فقط من أداء واجبه الصحفي ولكنه أيضاً يستطيع أن يتصدى للضغوطات .

ولعل من المفيد هنا، التذكير بالكيفية التي عاقب فيها الرأي العام الأميركي، الصحافة الأميركية التي اتهم بعضها بمحاباة إدارة الرئيس الأميركي السابق جورج دبليو بوش، ومحاولة بعض تلك الصحافة التعطيم على أخبار الحرب في العراق، والخسائر التي كان يتعرض لها الجيش الأميركي، حيث غير القارئ الأميركي بوصلته باتجاه الصحافة البريطانية ليستقي منها أخباره ومعلوماته عن تلك الحرب، إذ كانت الصحف البريطانية لا تتردد في نشر كل صغيرة وكبيرة عنها، ما زاد من مقروئيتها، ليصبح الموقع الإلكتروني لصحيفة The Guardian مثلاً في نهاية العام ٢٠٠٧ وبداية العام ٢٠٠٨، الوجهة المفضلة للكثير من اعلانات الشركات الأميركية، التي تريد أن تصل للقارئ الأميركي وبذلك خسرت الصحف الأميركية الكثير من واردات الاعلانات لمصلحة نظيرتها البريطانية.

وكانت المؤسسات الاعلامية الأميركية قد تعرضت لانتقادات أخلاقية حادة بسبب موقفها من الحرب على العراق، ولأن بعضها فقط شكك في الحملة الضخمة المؤيدة للحرب ضد العراق التي ساققتها إدارة الرئيس الأميركي السابق جورج دبليو بوش أثناء الاستعدادات لشنها، فقد اتهمت بعدم الأخلاقية في التعامل مع هذا الملف.

وقد وصلت هذه الانتقادات حد أن طالبت الكاتبة الصحفية المرموقة كريستينا بورجيسون بمساءلة وسائل الإعلام الأميركية على أخطائها الأخلاقية قبل الحرب (وكالة انباء AFP، ٢٠٠٥) وأصدرت كريستينا في العام ٢٠٠٥ كتاباً حمل عنوان (في قفص الاتهام، الإعلام بعد ٩/١١) تحدث فيه ٢١ صحفياً، وكان معظم هؤلاء الصحفيين قد كتبوا مقالات مشككة في الحرب قبل شنها، وكتبت فيه تقول: " خلاصة القول أنه في هذا الزمن الذي يبث فيه التلفزيون برامج على مدى الساعة، انخفض الى أدنى معدل له عدد الأخبار الحقيقية والمعلومات الصحيحة

التي تبثها محطات التلفزيون حول ما يحدث في ساحة السلطة في هذا البلد وما يحدث حول العالم " .

وأضافت: " حول المؤسسة الاعلامية التي بدا الكثير منها متحمسا لشن الحرب أكثر حتى من البيت الابيض، هناك إعلام دعائي وأخبار مزيفة تقدم تحت قناع الأخبار الحقيقية تقدمها لنا الحكومة الاميركية " .

وضم الكتاب آراء العديد من الصحفيين الذين يغطون أخبار واشنطن اضافة الى مراسلي الحرب ومن بينهم صحفيون مخضرمون مثل بيتر أرنت وولتر بينكوس ومراسل شبكة ABC الإخبارية تيد كوبيل .

وأثار الكتاب تساؤلات حول ما إذا كان البيت الأبيض قد خدع الإعلام الاميركي أم أنه لم يكن مسؤولاً أو انه ساهم في الحملة لشن الحرب على العراق، أم أن كبار الصحفيين كانوا مقربين كثيراً الى المصادر الحكومية، وقال جيمس بامفورد، خبير الاستخبارات والصحفي المستقل في الكتاب: "انه مع القليل من الاستثناءات، فإن الصحافة المطبوعة والمرئية لم تقدم سوى تغطية ضعيفة " .

أما هيلين توماس، مخضمة صحفيي البيت الأبيض، فتقول في الكتاب ان الإعلام شعر بالجبن بسبب انعكاسات هجمات ١١ أيلول / سبتمبر ٢٠٠١ على الولايات المتحدة، وأضافت: "بعد ٩/١١ اصبح على الصحافة الاميركية أن تصبح فجأة أكثر الجهات وطنية ... وغرقت الصحافة في حالة من الغيبوبة " .

وبعيداً عن كل هذا الجدل الأخلاقي الذي أثاره موقف بعض وسائل الإعلام الاميركية الكبرى من مبررات شن الحرب على العراق، وفيما بعد تغطية تبعات هذه الحرب، فإن ما حدث، هو بالضبط، عقوبة فرضها القارئ الاميركي على

صحافة تخلت في وقت من الأوقات وتحت ضغوطات سياسية ومالية عن واجبها الأخلاقي في نقل الحقيقة كاملة لقارئها.

عقوبة جاءت في زمن العولمة الإعلامية التي لم يعد معها بإمكان أحد أن يخفي شيئاً موجوداً، أو أن يخلق شيئاً آخر غير موجود .

إنها مقولة الجاحظ: " المعاني ملقاة على قارعة الطريق"، تتجسد بالفعل، ولكن على أي طريق في زمن العولمة والإعلام الجديد؟ إنه طريق الصحافة الأخلاقية، لا غيره.

أسس بناء اللوائح الأخلاقية وخواص الصحافة الجديدة

((مؤسسات إعلامية عربية كثيرة، لا تعرف من ميثاق الشرف، إلا الاسم فقط، في العالم العربي تم وضع العربية قبل الحصان، وتم شراء التكنولوجيا دون التفكير في الرسالة، مارس العرب الإعلام، وتفننوا في استعماله، دون التفكير في الشروط والمستلزمات والإجراءات التنظيمية والأخلاقية للعمل الإعلامي المسؤول والهادف)) .
د. محمد قيراط

إن مراجعة مقومات بناء اللوائح الأخلاقية لمختلف المهن في هذا المجتمع أو ذلك، هي أولى خطوات بناء لائحة أخلاقية لمهنة بعينها، والصحافة من بينها، في إطار هيكلية القيم السائدة في المجتمع ووضعها ضمن حيزها الاجتماعي العام، مع الأخذ بنظر الاعتبار الخصوصيات المهنية .

ليس الأمر متعلقاً بما يفضله الآخرون أو يتمنون أن يروه من صورة للمشتغلين في مهنة ما فحسب، بل وأيضاً في ما يفضله أبناء المهنة أنفسهم، والرصيد المعنوي المتوقع الحصول عليه بسبب الانجاز الأخلاقي للأعمال على اختلاف أشكالها وأنواع تخصصاتها.

وكما يقول جون ستوري، فإن طريقة استخدام الناس للإعلام، تتأثر بقوة بعاداتهم وأنماط حياتهم اليومية، لأن "الاستهلاك الثقافي" هو ممارسة يومية،

فالسُّلْعُ الثَّقَافِيَّةُ لَا تُكَيَّفُ أَوْ تُسْتَعْمَلُ فِي فَرَاغٍ، مِثْلَ هَذَا التَّكْيِيفِ أَوْ الِاسْتِعْمَالِ إِنَّمَا يَجْرِيَانِ فِي سِيَاقِ أَشْكَالٍ أُخْرَى مِنْ التَّكْيِيفِ وَالِاسْتِعْمَالِ، مُتَّصِلَةٌ بِدَوْرِهَا بِأَنْمَاطِ حَيَاةٍ تُؤَلَّفُ جَمِيعُهَا نَسِيجَ حَيَاتِنَا اليَوْمِيَّةِ. ﴿جُونَاثَانُ بِيغْنَل (٢٠١١): مَدْخُلٌ إِلَى سِيْمِيَاءِ الْإِعْلَامِ، ص ٢٧١﴾ .

الإعلام الجديد يغيّر دورة الإنتاج الصحفي

إن بناء لائحة أخلاقية معاصرة لمهنة الصحافة، لاسيما في ظل ما تحققه هذه المهنة، متسارعة التطور، من انجازات وضعتها في الصفوف الأولى مجتمعيًا، يتطلب النظر بإمعان الى ما يلي:

- إن الميكانيزمات التي تستند إليها دورة العمل الصحفي اليومية، تُرتبُ على من يتصدى لإعداد لائحة أخلاقية صحفية، أن يأخذ بعين الاعتبار مقومات وأسس عملية الإنتاج الصحفي عموماً، وآليات إنتاج القصص والموضوعات الصحفية المختلفة في كل وسيلة اتصال جماهيري تقليدية أو جديدة على وجه الخصوص، نحتاج الى أن نستحضر مراحل إنتاج أية مادة إعلامية، كما نحتاج أن ندخل في التفاصيل الجزئية التي تنفرد بها أو تتخصص بها وسيلة إعلام عن أخرى.

الأمر مهم هنا، لأنه يتعلق بتقاليد عمل نشئت، وستنشأ عن دورة الإنتاج اليومي هذه، لابد وأنها انعكست وستنعكس على قيمة المنتج الإعلامي ومدى استحضاره العوامل الانسانية.

- ثم أن الوظائف الرئيسية لوسائل الاتصال الجماهيري التقليدية في القيام بمهام، الإعلام (بمعنى الاخبار)، والتثقيف (التعليم)، والترفيه، تجاوزها الإعلام الجديد الى خلق وظائف إضافية كمشاركة الجمهور في إنتاج المواد الإعلامية المختلفة، واتخاذ قرار النشر، وبالتالي اصبح الإعلام هنا تشاركياً الى الدرجة التي تداخلت فيها الادوار بين المنتج والمتلقى وبما أضفى قيمة أكبر على الوظيفة الإعلامية، وهنا ستكون مساحة ما نحتاج إليه من شعور بالمسئولية المجتمعية، ستتسع لتشمل اجتراح التزامات مصممة لهواة أو مولعين بالإعلام .

إن صحافة المواطنه Citizen Journalism مثلاً، وبكل ما غيرته من ملامح عامة وتفصيلية في الصحافة المعاصرة، تستوجب أيضاً ادخال شروطها الأخلاقية الى أية لائحة أخلاقية صحفية جديدة، يمكن أن تُصمم بشكل كفاء ومقنع وقابل للاحترام (الالتزام به) .

- إن منظومة القيم الأخلاقية التي تُنظم وتحرس العملية الإعلامية برمتها، وهي صنوها ولصيقها الذي لا انفكاك عنه، إنما تفرض نفسها بقوة لتكون حاضرة في أية جهود للوصول الى صحافة أخلاقية معاصرة .

فهل يمكن مثلاً اغفال " حرية الصحافة "، وهي التي وصفها خليل صابات في ستينيات القرن العشرين، وقبل ظهور الاقمار الاصطناعية والإعلام الرقمي والانترنت، بأنها " اولى الحريات " التي " تحدد جميع الحريات الاخرى " ؟
﴿ خليل صابات (١٩٦٧): الصحافة رسالة واستعداد فن وعلم، ص ٢٧٠ ﴾، في بنائية أي لائحة أخلاقية للصحافة، بغض النظر عن الزمان والمكان.

لقد اثبتت التجارب التاريخية ان التهاون في الالتزام بمبدأ حرية الصحافة، أو التنازل عن بعض منه، يخلخل القاعدة الهيكلية لوظيفة المهنة الصحفية ودورها الريادي المناط بها في قيادة التنوير في المجتمع، بل ويجعلها تدريجياً تفقد سماتها ومبررات الإشتغال بها، حتى تتحول الى شيء آخر، أبعد ما يكون عن الصحافة بالمعنى المتعارف عليه، وبالتالي أقل قدسية وأضعف منعة وأكثر عرضة

للاختراقات والتعديلات، خصوصاً بعد تعاظم الاحساس الجمعي بأهمية وجود صحافة حرة مع الانتشار فائق السرعة لمنصات الإعلام الجديد التي أصبح معها التخلي عن حرية الصحافة ضرباً من اللاواقعية الصادمة .

لذا فإن الفهم العميق للطبيعة الاستثنائية لمهنة الصحافة، والتي تُميّزها عن غيرها من المهن التي تتطلب هي الأخرى - بطبيعة الحال- معايير أخلاقية لممارستها، يجعل عملية بناء منظومة قيم أخلاقية للمشتغلين بمهنة الصحافة، أكثر دقة وصلاحية للاستخدام العملي.

- من المهم أيضاً التذكير، بأن المستخدم لوسائل الاتصال الجماهيري بمعنى المستهلك للمنتجات الإعلامية، يحتاج مثله مثل كل جمهور مستهلك لسلعة ما، الى معايير واضحة محددة تحميه من سوء الاستخدام أو رداءة المنتج أو قلة الجودة، وتكون حافزاً للمنتجين للحصول على ما يمكن أن نسميه "شهادة الجودة العالمية" خاصة بالإنترنت .

ومع كل الجهود التي بُذلت في عدد من دول أوروبا وأميركا (تعد الولايات المتحدة الاميركية أول دولة في العالم تهتم بإجراء بحوث المستمعين والمشاهدين ويرجع ذلك الى العام ١٩٢٩، عندما انشأت شبكات الراديو مؤسسة للبحوث تسمى "Cooperative Analysis of Broadcasting "CAB"، واستخدمت هذه المؤسسة اسلوب الاتصالات الهاتفية لمعرفة آراء الجمهور بنوعية البرامج المقدمة) ﴿ حسن عماد مكاوي (٢٠٠٣): أخلاقيات العمل الإعلامي، ط ٣، ص ١٥٧ ﴾ على مستوى انشاء مؤسسات أو جمعيات لحماية المشاهد أو المستمع أو القارئ، فإن الطريق في هذا المجال لاتزال غير واضحة المعالم، وتركزت معظم الجهود في هذا المجال على محاولات الحد من هوس بعض محطات التلفزيون بث أفلام العنف أو الإثارة أو أفلام الكارتون التي تحمل قيماً لا تلائم أعمار الصغار وغير ذلك، أو حق القارئ في ترجمة أمينة ودقيقة...الخ، لكن الأمر أخذ منحى آخر مع ظهور

تقنيات الإعلام الجديد، التي أصبح بمقدور مستخدمي هذه التقنيات ابداء آرائهم وتعليقاتهم بشكل فوري وتفاعلي في مضمون المنتج الإعلامي من خلال ارسال الرسائل الالكترونية التي تُعدّل وتُصحح مثلما يحدث في العديد من المواقع الالكترونية، كما أصبح بمقدور مستخدمي الإعلام اليوم مغادرة المحطة الإذاعية أو التلفزيونية أو الموقع الالكتروني الذي لا يوفر الحد الأدنى من رغبات أولئك المستخدمين، ومشاهدة محطات أو مواقع بديلة في ظل الوفرة الكبيرة في وسائل الاتصال الجماهيري والتنافس المتزايد بينها على تقديم الأجدد لمستخدمين لديهم مختلف البدائل الاتصالية، بل وحتى بات بإمكان الجمهور المعاصر، شَنّ حملة تواقيع لمقاطعة أو تأييد هذه الوسيلة الإعلامية أو تلك، وبالتالي أصبح لدى المتلقي قوة كامنة تمكنه - متى قرر - انشاء " لوبيات " تدفع وسائل الإعلام الى تغيير مواقفها بما يتناسب مع رغبات الجمهور.

- المسألة الأخرى التي يفترض مراعاتها عند التأسيس لمنظومة أخلاقية صحفية، هي أن عالم اليوم تغير كثيراً عن عقود سبقت، كما أن الصحافة الحديثة هي ليست صحافة السنوات السابقة، بل أن التطورات التقنية التي يشهدها حقل الاتصالات سواء على مستوى تقنيات الإعلام التقليدي أو الجديد، أو حتى الهواتف الذكية القادرة على توظيف واستخدام مختلف المنتجات الإعلامية متعددة الوسائط، أو الكمبيوترات اللوحية، أصبح يُقاس بالأيام لا بالسنوات، وبالتالي فإن اجتراح قواعد عمل أخلاقية توائم هذه التطورات قد تحول الى ضرورة لازمة على اعتبار ان اللوائح الأخلاقية السابقة أصبحت تحتاج الى اجراء عمليات تحديث لاستيعاب ما يستجد من جهة، وللتغيير الذي تشهده آليات العمل الصحفي ودخول عناصر جديدة في معادلة دورة العمل الصحفي اليومي من جهة ثانية.

ثم إن بناء منظومة عصرية للقيم التي يجب أن تسود مجتمع الإعلام والإعلاميين لا يمكن لها، بأي حال من الأحوال، تجاهل العناصر الرئيسية والفاعلة

في بناء أية لائحة أخلاقية، كالمسؤولية الاجتماعية، الأخلاق، الدقة والموضوعية، الرأي والرأي الآخر، عدم المس بالأديان والمعتقدات والمقدسات، احترام الخصوصيات الشخصية للأفراد، وحق الجمهور في المعرفة والاطلاع على المعلومات... الخ تقول ارينا بوكوفا، المدير العام لمنظمة التربية والثقافة والعلوم (اليونسكو): " إن رسم الخط الفاصل بين حرية التعبير والمسؤولية مهم جداً، (....) وإن دور وسائل الإعلام أساسى، وتقع عليه مسؤولية احترام رسالته، والمساعدة في تجنب نشوب النزاعات، وعدم استثمار الإعلام في تغذية الكره ضد شعوب أخرى، (....) إن الاستخدام غير المسئول، يجب ألا يقف عائقاً دون تعزيز حرية التعبير في جميع أنحاء العالم ". ❖ شبكة الصحفيين الدوليين (٢٠١١): ندوة عبر الهاتف مع المدير العام لمنظمة (اليونسكو)، ارينا بوكوفا ❖

نحن والآخر... الفجوة التقنية تضيق

ومع التسارع المذهل في تطورات وسائل الاتصال الجماهيري بحقوله المختلفة، فإن الإعلام بات بحاجة ماسة الى خطوات متسارعة مماثلة لإصدار لوائح أخلاقية، تسير بشكل مواز وحثيث مع ما يظهر من وسائل اتصال حديثة، وهو ما نحتاجه في منطقتنا بشكل خاص على اعتبار أن الفجوة التقنية والاتصالية بين إعلامنا والإعلام في الدول المتقدمة، لم تعد بالاتساع الذي كانت عليه في ستينيات وسبعينيات القرن العشرين، كما أننا - ربما - لم نعد (وبفضل التطورات التقنية المتسارعة) بحاجة الى لجان دولية شبيهة بلجنة "ماكبرايد" الشهيرة التى شكلتها منظمة (اليونسكو) في النصف الثانى من سبعينيات القرن العشرين، لاقتراح حلول عملية لمواجهة ظاهرة الخلل الإتصالى بين دول الجنوب والشمال، وأوكلت رئاستها للايرلندي الحاصل على جائزة نوبل للسلام (شين ماكبرايد)، وضمت

أعضاء من عدد من دول العالم، ثم قدمت تقريرها الذي صدر على شكل كتاب (أصوات متعددة وعالم واحد، الاتصال والمجتمع اليوم وغداً)، والذي اقترح جملة معالجات لتقليص الفجوة الاتصالية بين دول العالمين المتقدم و النامي، وأخذ بعين الاعتبار شواغل الدول النامية وشكاواها من هيمنة وسائل الإعلام الغربي على المتلقى لديها، الى الدرجة التي كانت وسائل الإعلام الغربية تُنتج المادة الإعلامية في إحدى الدول النامية بالاعتماد على قصة حصلت داخل تلك الدولة ثم تعيد بثها ويشاهدها أو يستمع اليها أو يقرأها سكان تلك الدولة النامية عبر وسائل إعلام غربية.

لقد تغير الحال كثيراً، عما كانت تتحدث به وتسعى لمعالجته لجنة ماكبرايد الدولية، فالعديد مما كان يعرف بدول الجنوب اصبحت لديه وسائل إعلام نافذة، تنافس بل وتتفوق على مؤسسات إعلامية غربية راسخة، فمن كان يتصور مثلاً أن دولة خليجية صغيرة كدولة قطر قادرة على اطلاق فضائية " الجزيرة " بكل هذه المقومات الاحترافية العالمية التي جعلت منها رقماً صعباً في الإعلام العربي والدولي، بل أصبحت " الجزيرة " القناة، توصف بأنها " القنبلة النووية التي تحتمى بها دولة قطر، وتدافع بها عن سيادتها وثرواتها، في عالم تسيطر عليه لغة القوة ومنطق الهيمنة " ﴿ د. رحيم مزيد (٢٠٠٢): قناة الجزيرة وصراع الفضائيات، ص ٢٤)، وكذا الحال فيما يخص فضائيات عربية اخرى مثل " العربية "، الممولة من المملكة العربية السعودية، والتي تبث من دبي، الامارة الخليجية الاخرى التي اصبحت مقراً اقليمياً لعشرات المؤسسات الإعلامية العالمية من وكالات أنباء وصحف وفضائيات، وشركات كبرى للبرمجة والمعلوماتية والاتصالات.

ربما نحتاج - ونحن في الألفية الثانية - الى التفكير والبحث عن ايجاد حلول ومعالجات، لأنواع وحالات أخرى من القصور، التي يعاني منها الإعلام ووسائله في منطقتنا، لعل في مقدمها، الايمان الحقيقي والالتزام الجاد بإعلام أخلاقي

يُستفيد مما تشهده تقنيات الاتصال والمعلوماتية من تطورات مذهلة، ويسهم بشكل جاد في زيادة فرص التنمية وإشاعة أجواء الديمقراطية وسيادة القانون وثقافة حقوق الانسان لدى شعوب دول المنطقة .

يقول الدكتور محمد قيراط: " إن المؤسسة الإعلامية العربية في غالب الأحيان، يُشرع في إنشائها وتمويلها، من دون النظر في مستلزمات كثيرة يجب توفيرها وتحديدها قبل العمل الإعلامي نفسه، مؤسسات إعلامية عربية كثيرة، لا تعرف من ميثاق الشرف إلا الاسم فقط، في العالم العربي تم وضع العربة قبل الحصان، وتم شراء التكنولوجيا من دون التفكير في الرسالة، وفي ما تبثه المؤسسة الإعلامية من خلال تلك التكنولوجيا، مارس العرب الإعلام وتفننوا في استعماله من دون التفكير في الشروط والمستلزمات والإجراءات التنظيمية والأخلاقية للعمل الإعلامي المسؤول والهادف، وهكذا وبعد عقود من الزمن وبعد فوات الأوان، وبعد أن وُظفتُ وسائل الإعلام بطرق غير مهنية وغير احترافية ولا أخلاقية، وبعد الفوضى الإعلامية المنظمة، يتباكى الكثيرون في هذه الأيام على ما وصل إليه الإعلام العربي". ❖ محمد قيراط (٢٠٠٩): أزمة أخلاقيات الصحافة، صحيفة البيان ❖

ويستشهد قيراط بحادثة المناوشات الإعلامية التي رافقت مباراة بكرة القدم في تصفيات كأس العالم بين منتخبى مصر والجزائر في العام ٢٠٠٩، أعقبتها أحداث شغب وعنف بين جمهور الطرفين، لكن الإعلام في كلا الدولتين اتهم بأنه أسهم في تأجيج المواقف، وإعطائها بعداً سياسياً ثأرياً .

وبعد أن كانت الحروب الإعلامية العربية تستخدم الصحف ومحطات الاذاعة والتلفزيون الحكومية، دخلت منصات الإعلام الجديد هذه المرة على خط الأزمة الرياضية، السياسية، الاعلامية، لتزيدها تعقيداً خصوصاً مع عدم وجود إطار أخلاقي يحترمه الجميع وتعمل على أساسه وسائل الإعلام الجديد .

يقول قيراط: " شاهدنا حرباً إلكترونية بين دولتين شقيقتين، كنت أنا شخصياً أتمناها تَصَبُّ في إطار التنمية والتطور والممارسة الديمقراطية، وتبادل العلم والمعرفة والتجارب الناجحة، بدلاً من الشتم والتجريح والقذف والتضليل والتشويه، هذه الحرب الإلكترونية عبر وسائل الإنترنت المختلفة، مثلت وسيلة لا مثيل لها لفبركة الرسائل والصور والفيديوهات، للنيل من الآخر وشمته وإهانته، من دون رقيب ولا حسيب، ومن دون ضمير ولا مسؤولية ولا التزام ولا احترام لذكاء المشاهد وأخلاقه وقيمه، وهذا بطبيعة الحال يخرج عن أدبيات وأخلاقيات العمل الإعلامي الهادف والمسئول والنزيه، ما شاهدناه جسّد كيف أن الشارع هو الذي قاد الإعلام وليس العكس، فالشارع بل الحشود وجهت الإعلام في الاتجاه الخطأ البعيد عن الصدق والحرفية، والامتثال لأخلاقيات مهنة شريفة تعمل وتكافح من أجل البناء وكشف الحقيقة " ﴿محمد قيراط: المصدر السابق﴾

إن خطورة ما تقدم ليس في ما حصل من خلافات أو حوادث بين مصر والجزائر، ولا في عدم التزام بعض وسائل الإعلام في كلا البلدين بحد مقبول من أخلاقيات المهنة الصحفية، ولا في توظيف وسائل الإعلام الجديد أو منصاته في مثل هكذا حروب، بيد أن الأخطر هو هذا الفراغ الأخلاقي " المخيف " مع عدم وجود منظومة قواعد أخلاقية تحظى بالمقبولية والاحترام، تنظم العمل في وسائل الاعلام الجديد في منطقتنا .

الانترنت ... وصايا الأخلاق

لقد ظهر الهاجس الأخلاقي من الانترنت مبكراً في منطقتنا بحكم قيم المحافظة السائدة والمتجذرة بين شعوبها، لكن الامر لم يتعد - في معظم الأوقات - مجرد دعوات تؤكد على حرمة ولا أخلاقية تصفح المواقع والصور والفيديوات الاباحية في الانترنت، والدعوات الى حجبها، ولم يتطور في معظمه الى التوصل الى حرمة متكاملة من القواعد القيمية والأخلاقية التي تُنظم مجمل عملية الاتصال الجماهيري عبر منصات الإعلام الجديد، سواء من قبل المنتج (الصحفي الالكتروني) أو المتلقي (الجمهور الافتراضي واللامتناهي لوسائل الإعلام الجديد) للوصول الى ميثاق شرف لأخلاقيات الإعلام الجديد في هذا الجزء من العالم، لاسيما مع التزايد المتواصل في منصات الإعلام الجديد ودخول الهواتف المتنقلة الذكية، وأجهزة الكمبيوتر اللوحي، على خط التوظيف والاستخدام، وهو الذي يشهد في منطقتنا - كما في أرجاء اخرى من العالم - اقبالاً متزايداً من المستخدمين، ويكفي التذليل هنا، بحجم الإقبال الذي تحظى به أجهزة الهاتف الذكي أو الكمبيوتر اللوحي، لنأخذ صورة مبسطة عن جماهيرية تكنولوجيا الاتصال الحديثة المنتجة للإعلام الجديد، ففي يونيو /حزيران من العام ٢٠١٠، ارتفعت أسهم شركة Apple الاميركية المتخصصة بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، ارتفاعاً كبيراً بعد إعلانها أنها تلقت في يوم واحد فقط ٦٠٠ ألف طلب على النسخة الرابعة من هاتفها النقال iPhone 4، وأنها اضطرت لغلق نظام الحجز الالكتروني نتيجة عدم قدرتها على استيعاب العدد الكبير من الطلبات عليها.

والحال تكرر مع ذات الشركة عندما أطلقت النسخة الجديدة من ذات الهاتف
a، في أيلول / سبتمبر من العام ٢٠١٢، حيث أعلنت عن نفاذ الكمية
المُعَدَّة للطلب المسبق بعد ستين دقيقة فقط من فتح باب الشراء على الموقع
الرسمى للشركة على الإنترنت، ونتيجة للطلب المتزايد على هذا الهاتف قامت
الشركة برفع حد توقعات وصول شحنات الجهاز إلى اسبوعين بعد أن كان مقرراً
وصوله خلال ثلاثة أو اربعة ايام، وقد سبب الطلب المتزايد على هذا الهاتف
بعض المشاكل لموقع الشركة على الإنترنت.

إذاً، فنحن أمام متغيرين يسابق أحدهما الآخر، سرعة مذهلة في التطورات
التقنية لوسائل الاتصال والمعلومات، واقبال كبير على اقتناء هذه الوسائل،
الأمر الذي يُسهم في زيادة تكاد تكون يومية في أعداد المستخدمين لمنصات
الإعلام الجديد والمنتجين للمضامين الالكترونية، يرافقه - في منطقتنا - خواء في
لوائح القيم والأخلاق التي يفترض أن تلازم كُلَّ هذه المشهد وتَحكمهُ لا أن تتحكمَ
فيه، وبما يتناسب مع قيم وأخلاق السواد الأعظم من شعوب هذه المنطقة ولا
يتعارض مع حرية الصحافة كقيمة أخلاقية وانسانية ومهنية عليا.

وسبق أن شهدت مناطق مختلفة من العالم، ومنذ العقد الاخير من القرن
العشرين، جهوداً حثيثة لإصدار لوائح أخلاقية تُؤطر العمل الإعلامي في وسائل
الإعلام الجديد، وفق اطر قيمية وأخلاقية تجعل منه إعلاماً نافعاً ومجدياً، لا مجرد
هوس بتكنولوجيا حديثة، ففي العام ١٩٩٢ طور معهد أخلاقيات الكمبيوتر في
واشنطن ما يعرف بالوصايا العشرة لاستخدام الكمبيوتر وهي: لا تستخدم
الكمبيوتر لإلحاق الأذى بالآخرين، لا تتدخل في أعمال الآخرين الموجودة على
الكمبيوترات الخاصة بهم، لا تتطفل على ملفات كمبيوترات اخرى، لا تستخدم
الكمبيوتر في القيام بأعمال سرقة ولا تستخدمه في الإدلاء بشهادات خاطئة، لا
تستنسخ أية برامج يمتلك آخرون حقوق ملكيتها الفكرية من دون أن تدفع ثمنها،

لا تستخدم مصادر كمبيوتر خاصة بأخرين بدون تفويض أو تعويض مناسب، لا تتدخل في الإنتاج الفكري الخاص بأخرين، وأخيراً عليك أن تحترم زملائك الآخرين من مستخدمي الكمبيوتر. ﴿ د. السيد بخيت (٢٠٠٤): الأنترنت وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الاعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، ص ٣٩٢ ﴾ .

كما حددت جامعة جنوبي كاليفورنيا أخلاقيات التعامل عبر شبكة الانترنت الخاصة بهذه الجامعة بعدد من المحددات منها، عدم الاستخدام المخادع والتجاري لمصادر شبكة الانترنت في الجامعة، منع تحطيم الشبكة، عدم سرقة البيانات والمعدات، عدم التعدي على حقوق الملكية الفكرية، عدم القيام بأي سلوك مزعج أو مسيء في غرف الدردشة، منع ارسال رسائل الكترونية بهدف الاحتيال على الآخرين.

وينص الميثاق الأخلاقي لأعضاء جمعية اجهزة الكمبيوتر ACM على ضرورة مساهمتهم في خدمة المجتمع والانسانية، وتجنب إلحاق الأذى بالآخرين، والتزام الأمانة والصدق والموضوعية وعدم التمييز .

وفي فرنسا، تمت صياغة ميثاق لمبادئ منظمة تُعنى بتلقى شكاوى مستخدمي الانترنت، يتولى كذلك اتخاذ ما يلزم للتوسط مع المواقع الالكترونية لوقف بث بعض المواد أو الاعلانات غير المشروعة .

كما شهدت هولندا في العام ١٩٩٦ انشاء مؤسسة NLIP التي توفر خطأً ساخناً بين مقدمى خدمات الانترنت والمستخدمين يُمكن لكل مستخدم الإبلاغ عن اية صورة تتعلق بالشذوذ مع الأطفال، أو غيرها من المواقع المخلة بالحياء .

كما نشرت جمعية مقدمى خدمات الانترنت في انكلترا ISPA ميثاق شرف يشمل مجموعة من القواعد مثل ضرورة الالتزام بعدم تقديم أية خدمات الكترونية مخالفة للقانون أو تتضمن مواداً تحض على العنف أو القسوة أو الكراهية أو العنصرية أو الشذوذ الجنسي. ﴿ د. السيد بخيت: المصدر السابق، ص ٣٩٣ - ٣٩٤ ﴾ .

تلك ربما تكون الجذور الجديّة الأولى التي توصلتُ المجتمعات المتقدمة، من خلالها او من خلال لوائح وتعليمات مماثلة الى مواثيق أخلاقية للعمل في الصحافة الالكترونية، ولا ننسى حجم الإرث الفكري المهم الذي تستند إليه الصحافة والأعلام في تلك الدول، والذي يمتاز بوجود الاف اللوائح الأخلاقية التي يرجع تأريخ بعضها الى زمن الظهور الأول للصحف والاذاعات ومحطات التلفزة، وهو إرث استفاد منه العاملون في الإعلام الجديد في تلك المجتمعات، للتوصل الى لوائحهم الأخلاقية التي تختص بمنتجات هذا النوع من الإعلام.

تَغْيِرُ الصَّحْفِيُّونَ ... فَهَلْ تَغَيَّرَتْ أَخْلَاقِيَّاتُهُمْ ؟

((الأخلاقيات هي الإختيار الطوعي لما يمكن فرضه بالقوة))

القاضي البريطاني اللورد مولتون

يشهد الإعلام في عالمنا المعاصر تطورات متسارعة على مستويات عدة تقنية أو مضمونية، وتغيّر في معادلة العملية الاتصالية عموماً، التي لم تعد مجرد مرسل ومستقبل، لكنها تعدّت ذلك الى أن أصبح المرسل مستقبلاً، والمستقبل مرسلًا .

الكثير مما كان محرماً - عرفاً - على وسائل الإعلام عرّضه أو تبنيه أصبح جائزاً، والكثير مما كان مستهجنًا من الجمهور صار مستساغاً، فصور ضحايا الحروب والنزاعات وحوادث المرور والطيران، والأشلاء المقطعة التي كانت الكثير من وسائل الإعلام تتحرج في عرضها تقديساً للنفس البشرية واحتراماً لمشاعر ذوي الضحايا ورأفةً بمشاعر الجمهور (الذي كانت تضطر معه العديد من وسائل الإعلام إذا ما قررت بث أو نشر مثل هذه الصور المفجعة، الى وضع تنبيه للبالغين لمنع أطفالهم من مشاهدتها)، أصبحت توضع على شاشات بعض الفضائيات والصفحات الأولى لبعض الصحف الورقية والالكترونية بشكل يكاد يكون روتينياً دونما حرج، ومن دون اعتراض من الجمهور.

وبينما كانت وسائل الإعلام لا تسند المعلومات الخطيرة الى مصادر مبهمة وغير معلنة، إلا في أشد الظروف قسوة على الصحفي نجد اليوم شيوع

استخدامات مثل مصدر مطلع، مصدر مسؤل، قال سياسيون، قال صحفيون
... الخ".

ولم يقف هذا التغير - الذي لا نناقش هنا إيجابيته من سلبيته - عند هذا الحد بل تعداه الى تحول في الزوايا التي يُنظر من خلالها الى شرعية وحرمة ما تنشره وسائل الإعلام المعاصرة .

أسباب التغير في أخلاقيات الصحافة

ويمكن حصر أبرز الأسباب التي أدت الى التغير في الملامح العامة لأخلاقيات الصحافة الحديثة الى جملة معطيات منها:

أولاً: إن "أخلاقيات المهنة الصحفية" تُستوحى تاريخياً وجدلياً من منظومة القيم الأخلاقية والاجتماعية والروحية التي تسود العالم أو مجتمعات منه في ظروف معينة، ومع ما يشهده العالم من تغيرات مجتمعية تتعلق بالانفتاح هنا والانغلاق هناك والعلاقة المضطربة بين الريف والمدينة، وتشذيب المجتمع لقيمه السائدة تأصيلاً أو تجديداً، فضلاً عن التوجه العام في مناطق مختلفة من العالم نحو التدين أو الالتزام الديني بهذا الشكل أو ذاك، فان بعضاً أو كثيراً من القيم الصحفية تتأثر بكل هذا.

ولعل تصاعد الحديث مجدداً في منطقتنا عن "المسئولية الاجتماعية" لوسائل الإعلام، المفهوم الذي طالما اقترن بصيغة "إعلام الدولة"، يكاد يكون مرتبطاً في جزء منه، بتغييرات سياسية أفرزتها ثورات الربيع العربي في عدد من البلدان العربية .

ان البحث عن مفاهيم مثل "الالتزام" و "المسئولية" وغيرهما في الخطاب الإعلامي المعاصر، مرتبط بحالة عامة من "التدين"، التي لا تقتصر على منطقتنا فحسب، بل تشمل مجتمعات عديدة اخرى، لكن تجذر الدين الاسلامي في العقل الجمعي لمواطني هذه المنطقة، جعل التعبير عنه سريعاً ومباشراً ومكثفاً.

وفي إطار مواز، فقد ولدت نخبٌ إعلامية من رحم التغيير السياسي الذي شهدته المنطقة لتُعبّر عن مشروعها السياسي فلم تجد أفضل من "المسئولية الاجتماعية" للإعلام منطلقاً لها.

وأوجدت هذه النخب خطابها الإعلامي المتمسم بسمات ظرفه ومتطلبات مرحلته، المعبر عن أهدافها السياسية، والمختلف بطبيعة الحال عن ذلك الخطاب "الدعوي والوعظوي المباشرين"، الذي ظهر مع ما كان يعرف "بالكاسيت الدعوي" خلال الثمانينات والتسعينات من القرن العشرين، وحتى إطلاق الفضائيات الدينية بعد دخول البث الفضائي الرقمي للمنطقة العربية، ومن ثم المدونات والمواقع الالكترونية الدينية، التي قادت الى "تدويل" الخطاب الدعوي بأشكاله التقنية المستحدثة . ﴿ محمد ابو الرب، مجلة المستقبل العربي (اذار ٢٠١٢): دور الخطاب الدعوي التقني في بروز المجتمعات الشخصية، ص ٥٠ ﴾، والذي يبدو أنه مثل مرحلة أولى، سبقت الحضور الطاغي لإعلام (ديني - سياسي) متمسم بخصوصية ونوع الخطاب السياسي المعبر عنه، فأصبح معه الحديث عن ضرورة إعادة انتاج القيم الروحية والأخلاقية في الإعلام، حديثاً متواتراً هذه الأيام.

لكن المخاوف المتزايدة من أن يُستخدم هذه الخطاب الإعلامي الخاص في إطار "براغماتي" من قبل بعض التيارات السياسية للتبرير والترويج والدعاية السياسية، ستظل مشروعة، كونها ستفقد الإعلام "أخلاقياته"، وتحوله الى أداة سياسية محضة أو تبحث عن إعادة إنتاج "أخلاقيات إعلامية" بمقاسات وإحتياجات المرحلة والظرف السياسيين .

ثانياً: ظل الإعلاميون يحاولون حثيثاً الالتصاق - قدر المستطاع - بالقوانين والتشريعات لكي تخرج أخلاقيات مهنتهم من خانة الأعراف لتكتسب - مجازاً - قوة القانون، فمنذ ظهور أولى اللوائح الأخلاقية الصحفية، ومروراً بالعديد من مدونات ومواثيق الشرف الصحفي في الغرب كما في الشرق، فإن هذا "النضال" الصحفي المرير للاقتراب من روح القانون ونصه إجرائياً وعملياً، ترك أثره على مدونات ومواثيق أخلاقيات المهنة الصحفية، بل أنها وصلت حد سعي الصحفيين لتثبيت "حصانة الصحفي" تشريعياً، لتكون لهم حصانة شبيهة بتلك التي يمنحها القضاء لعلاقة المحامي بموكله والطبيب بمريضه في أن تكون أيضاً هناك حصانة للصحفي بمصادر معلومته .

الامر الذي لم يكتب له النجاح إلا في عدد محدود من دول العالم مثل الولايات المتحدة الاميركية التي يوجد فيها نحو ٢٥ ولاية لديها "قوانين واقية" تتفاوت في حمايتها لسرية مصادر الصحفي من حماية محدودة الى حماية شبه مطلقة، وكذلك التشريع الالمانى الصادر في العام ١٩٢٦، والتشريع السويسري في العام ١٩٣٧، والتشريع الفرنسي الصادر في العام ١٩٤٤، ❀ د. حسن عماد مكايي (٢٠٠٣): اخلاقيات العمل الاعلامي، ط ٣، ص ٤٥ ❀ .

ومع ذلك، فإننا نسمع بين الحين والآخر عن حكم قضائي بسجن صحفي رفض المثول أمام المحاكم لإفشاء مصدر معلوماته، كما حصل مع الصحفية المخضرمة في صحيفة New York Times ، جوديث ميلر، التي دخلت السجن في صيف العام ٢٠٠٥، لمدة ٨٥ يوماً لرفضها الكشف عن مصدر تسريب اسم عميلة في وكالة الاستخبارات الأميركية (C.I.A) هي فاليري بليم، إلا أنها وافقت على الإدلاء بشهادتها أمام هيئة محققين، وقالت ميلر للقاضي خلال جلسة الاستماع الى شهادتها: " إذا لم نثق بالصحفيين ليحافظوا على سرية مصادرهم، لن نستطيعوا ممارسة مهنتهم ولن يكون هناك صحافة حرة".

أما الصحفي الثاني المتورط في القضية، ماثيو كوبر من مجلة Time، وحكم عليه أيضاً بالسجن لمدة ١٨ شهراً بتهمة إهانة القضاء، فقد تجنب هذه العقوبة عبر الموافقة على كشف هوية مصدره أمام الغرفة الاتهامية .

وأوضح كوبر الذي بدا شاحب اللون لدى خروجه من قصر العدل ان مصدره " أجاز له شخصياً وبطريقة غير ملتبسة وبملاء إرادته الكشف عن هويته " .

وعبر رئيس New York Times ارتور سلزبرغر، عن أمله في أن تحت هذه القضية الكونغرس على إصدار قانون يحمي السرية المهنية لدى الصحفيين، وكان القاضي هوغان الذي نظر القضية قد قال قبل جلسة الاستماع أن " الوقت حان لمعاقبة الصحفيين فلو خير للناس الانصياع أم لا الى الأوامر القضائية، لسادت الفوضى " .

وعموماً ظلت موثيق الشرف الصحفي تتطور بتطور القوانين لالتصاقها بها من جهة وللرغبة في محاكاتها للقوانين من جهة ثانية، وعلى الأخص منها القوانين المتعلقة بضمان حرية التعبير والنشر، وحق الحصول على المعلومة، وحبس الصحفيين، وجرائم القذف والتشهير، والمحافظة على سرية المصادر، وحماية الخصوصية الشخصية، وغير ذلك لاسيما وإن غالبية دساتير دول العالم وقوانينها ذات الصلة تنص على الحقوق الأساسية للفرد وفي مقدمها حقه في التعبير .

ثالثاً: التطورات الهائلة والمتسارعة التي تشهدها وسائل الإعلام الحديثة وحجم المنافسة الكبيرة بين وسائل الإعلام التقليدية من صحافة ورقية وإذاعة وتلفزيون، والصحافة الجديدة التي أسهم في تشكيل ملامحها كلُّ من الانترنت عبر منصاته الإعلامية المختلفة كالمواقع الإخبارية ومواقع التواصل الاجتماعي والشخصي، بالإضافة الى الهواتف النقالة، ومن ثم أجهزة الكمبيوتر المحمولة.

ويدخل على خط هذه المنافسة، سعي كبريات الشركات العاملة في تكنولوجيا المعلومات والهواتف النقالة على دمج خدماتها، وهو ما ساعد في تسهيل عملية الإنتاج الصحفي من جهة، واشترط مهارات جديدة لدى الصحفيين، ما أشعل نار منافسة أخرى بين شركات تكنولوجيا المعلومات بعضها البعض على خط مواز للمنافسة التقليدية بين وسائل الإعلام القديمة والجديدة، والتي بدأت جميعها تبحث عن صحفيين يتقنون استخدام وسائل الإعلام الجديد.

وفي ظل هكذا اجواء من الطفرات المتسارعة، تحفز الصحفيون على تغيير آليات تعاطيهم مع المنتج الصحفي، كما تغيرت نظرتهم الى المصادر التقليدية للأخبار، وكذلك الى وقع ما ينتجون من موضوعات صحفية على جمهور هو الآخر جدته التكنولوجيا سريعة التطور وغيّرت في الكثير من مقبولياته وأمزجته وتذوقه، جمهور ظل لعقود طويلة معتاداً على إعلام بنفس ومذاق آخرين.

كل ذلك كان وراء ظهور انزياحات هنا وهناك في مفاهيم ومعطيات الأخلاق الصحفية التي ظلت مُتسيدة ومسيطرة على علاقة الصحفي بجمهوره وعلاقته بزملاء عمله، وكذلك نوع علاقته بالمؤسسة الصحفية التي يعمل فيها، وهي جميعاً تشكل مرتكزات معظم مدونات ومواثيق الشرف الصحفي التي أصدرها الصحفيون على مرّ تأريخ مهنة الصحافة.

ولعل من المهم أن نشير هنا الى أن الانزياحات التي شهدتها أخلاقيات الصحافة ظهرت متسارعة على نحو مشابه لإيقاع العصر من جهة ولطبيعة التطورات المتسارعة التي تشهدها وسائل الإعلام من جهة أخرى، الأمر الذي سهّل وصولها الى أنحاء مختلفة من العالم بسرعة قياسية، بالمقارنة مع ما كان عليه الحال قبل هذا الزمن .

ولكي نعطي صورة أقرب لمثل هذه الانزياحات، لا بأس من الإشارة الى أمثلة محددة، من قبيل ما قام به مثلاً صحفي تركي في العام ٢٠٠٣ قبل الحرب على

العراق، عندما أخفى هويته الصحفية وقدّم نفسه على أنه متطوع انساني ضمن مجاميع الدروع البشرية التي كانت مؤلفة من عدد من الناشطين، والذين كانت السلطات العراقية توزعهم على عدد من المنشآت الحيوية في العراق، لتحول دون تعرضها لقصف الطائرات الأمريكية، وكان مبرره في ذلك أنه استطاع أن يزود مؤسسته الإعلامية بالعديد من الصور التي كان يلتقطها بسهولة، بالإضافة الى عدد من الموضوعات التي ما كان سيستطيع إرسالها لو دخل العراق بصفته الصحفية حيث تخضع تقارير الصحفيين في حالات الحروب لرقابة عسكرية من طرفي النزاع المسلح على أساس عدم افشاء اسرار أو مواقع أو احداثيات عسكرية. إن تخلي هذا الصحفي عن هويته الصحفية أصبح له في الوقت الحاضر ما يبرره لدى العديد من الصحفيين حول العالم، اولئك التواقين للأسباق الصحفية ولتحقيق الشهرة والمجد، في الوقت الذي كان فيه الأمر مختلفاً قبل عقود مضت، عندما كان اساس العمل الصحفي هو أن يُبرز الصحفي بطاقته الصحفية أينما حل وحيثما ذهب، لان من أخلاقيات العمل الصحفي أن يعرف من تلتقي به بهويتك الحقيقية، ويقرر التعامل معك ومدك بالمعلومات وفقاً لذلك، لا على أساس آخر .

ومع السهولة والسرعة التي أصبح يعمل بها الصحفي اليوم لإنتاج قصته، صار أيضاً في حل من التزامات أخلاقية ظلت مقيدة له سنوات طويلة، فلم يعد مضطراً لانتظار ساعات طويلة لتدقيق معلومة ما مع وجود أكثر من طريقة اتصال تساعد على التأكد، كما أن حضور عامل المنافسة بقوة ووجود فرضية " إن لم تنشر الآن فسينشر غيرك"، قد أوجد عامل ضغط جديد فرض على الصحفيين كلُّ حسب موقعه في هرم الإدارة الصحفية أن يتخذوا قرار النشر من عدمه، وكيفية النشر، وأخلاقية النشر في غضون زمن قياسي .

إن أمراً من هذا النوع يتطلب - فضلاً عن مهارة اتخاذ القرار الصحيح في الزمن الصحيح - استحضاراً مبدعاً لأخلاقيات المهنة الصحفية، شريطة أن لا يؤثر مثل

هذا الاستحضار على الزمن القياسي الذي يتطلبه اتخاذ قرار النشر من عدمه، وكذلك القرار الموازي له والذي يجيب عن تساؤل كيفية النشر، فلم يكن مثلاً أمام المحرر أو المسؤولين في غرفة الأخبار في صحيفة "الوسط" البحرينية في العام ٢٠٠٨، الوقت الكافي ليتخذوا القرار المناسب أمام تواتر الأنباء وتعالى شكاوى القراء من حدوث عمليات نصب كبيرة بألاف الدنانير تقوم بها شركات استثمار وهمي، ضحيتها مواطنون بسطاء خُدعوا بمعدلات الأرباح العالية التي وعدت بها هذه الشركات زبائنها .

وكان السؤال المحوري لدى الصحيفة والقائمين عليها، هو هل ننشر أسماء الشركات وأصحابها تحت ضغط الشارع الذي يريد من السلطات المختصة سرعة التحرك من جهة وتحذير بقية الناس من التعامل مع تلك الشركات من جهة ثانية ؟ ومع تواتر شهادات الشهود عن عمليات هروب لأصحاب هذه الشركات الوهمية الى خارج البلاد بعد بدء انفضاح أمرهم؟، ولكن في المقابل ماذا يمكن أن يحصل لو كان واحداً من بين أصحاب هذه الشركات الوهمية بريئاً وإن حال الفوضى التي شهدها بعض المدن والقرى كانت وراء الزج باسمه سهواً، أو أن هنالك من يريد خلط الأوراق من خلال الزج بأسماء أناس أبرياء ؟

لم يكن أمام تلك الصحيفة، تحت ضغط عاملي الوقت والمنافسة، إلا أن تقرر أولاً نشر القصة من غير ذكر لأسماء المتورطين فيها على موقعها الإلكتروني، وفي اليوم التالي نشرت القصة من دون الأسماء أيضاً في النسخة الورقية للصحيفة، كان قرار إدارة الصحيفة هو أن نضمن نشر القصة أولاً حتى لا يضيع السبق الصحفي ومن ثم نراقب كيف سيتفاعل الموضوع، وهو ما حصل بالفعل، حيث قامت الصحيفة في اليوم التالي بنشر أسماء وصور المتهمين بالتورط في القضية عبر إجراء مقابلات معهم لتوضيح آرائهم للرأي العام وللدفاع عن أنفسهم، بعد أن اقنعتهم بالفرضية التي تقول أن تظهر عبر وسائل الإعلام لتدافع عن نفسك ومهما

كانت خسائرك، أفضل بكثير من الغياب وترك الطرف الآخر يسيطر على الرأي العام، وهكذا تم اتخاذ قرار النشر بشكل مواز للقرار الأخلاقي ومتكيفاً معه .

رابعاً: ظل ارتباط عمل الصحفيين لصيقاً ومتوازياً، مع الحراك الحقوقي حول العالم، وكلما تطورت ونشطت منظمات حقوق الانسان في هذا المكان أو ذاك في العالم كلما ازدادت مساحة العمل الإعلامي، وذلك من منطلق سعي الإثنين الى تثبيت ركائز حرية التعبير بالدرجة الاساس كحق أصيل من حقوق الإنسان، وما يلحق بذلك من حقوق اخرى كحق الحصول على المعلومة أو الحق في المعرفة وغير ذلك .

ومثلما تستخدم المنظمات الحقوقية وسائل الإعلام كذراع طولى في مطالبتها ونضالاتها الحقوقية، فإن الصحفيين لا ينفكوا عن الاستشهاد بالقواعد والقوانين الحقوقية الدولية، كالإعلان العالمي لحقوق الانسان الصادر في العام ١٩٤٨، وخصوصاً مادته ذي الرقم (١٩) التي تنص على أن " لكل شخص الحق في الرأي والتعبير، ويشمل هذا الحق حرية اعتناق الآراء دون أي تدخل، واستقاء الأنباء والأفكار وتلقيها وإذاعتها بأي وسيلة كانت دون أن تتقيد بالحدود الجغرافية "، وكذلك العهد الدولي الخاص بالحقوق المدنية والسياسية الذي أقرته الجمعية العامة للأمم المتحدة في العام ١٩٦٦، ودخل حيز التطبيق في العام ١٩٦٧، وغيرهما من الاتفاقيات الحقوقية الدولية التي تدعم توجهات الصحفيين ومطالباتهم بالمزيد من الحريات الصحفية .

ومع اتساع الحراك الحقوقي الذي يشهده العالم وتزايد نفوذ المنظمات الحقوقية الوطنية والإقليمية والدولية، وتأثير التقارير الدورية التي تصدرها عن وضع حقوق الإنسان عموماً والحريات الصحفية على وجه الخصوص، فقد ألقى حضور هذا المتغير القديم / الجديد بثقله في تبني تغييرات معينة على المعايير الأخلاقية التي تحكم عمل الصحفيين، فلم يعد بمقدور الصحفيين في عالم اليوم

مثلاً تجاهل الرأي الآخر للأشخاص والمؤسسات، فقد ظل الصحفيون عقوداً طويلة يحاولون الالتفاف على حق الرد على الرغم من وجود تشريعات محددة توجب نشر الرد في نفس مكان النشر الأول، وهو ما تنص عليه معظم التشريعات والقوانين التي تنظم عمل الصحافة حول العالم، إلا أن بعض الصحفيين كانوا يبخسون هذا الحق حتى لا يقال عنهم أن قصصهم الإخبارية منقوصة أو غير دقيقة .

لكن ومع التطور الحقوقي الذي يشهده العالم لم يعد بإمكان الصحفي تجاهل حق الرد للأشخاص والمؤسسات، وهو يرفع صوته عالياً متبنياً مطالبات المنظمات الحقوقية الدولية بحرية التعبير والصحافة، والأمر أيضاً يمكن أن ينسحب على الحضور الطاغي والقوي للمصطلحات والمفاهيم الحقوقية الحديثة في اللوائح الأخلاقية الصحفية التي يصدرها صحفيون أو مؤسسات صحفية، كما أن الصحفي عموماً - في جانبه الحقوقي - أصبح جزءاً من منظومة العمل المدني التي تستند الى الأطر الحقوقية، فلم يعد من اللائق ولا من الجائز، أن يتبنى الصحفي في عالم اليوم مفاهيم ومنطلقات تتعارض مع اللوائح الحقوقية العالمية سواء ما يتعلق منها بحرية التعبير أو بمجمل حقوق الإنسان الأساسية.

خامساً: ظل ضغط المعلنين و رجال الأعمال المساهمين في المؤسسات الإعلامية أو مالكيها، واحداً من أبرز الكوابح التي تضطر الصحفيين الى التفكير غير مرة، قبل اتخاذ قرار النشر من عدمه .

وازدادت صورة هذه الضغوط اتضحاً، مع الانفتاح الاقتصادي الذي تشهده معظم أسواق العالم في ظل العولمة الاقتصادية واتفاقات التجارة الحرة والاتفاقات الثنائية بين الدول، كما ازداد الوضع تعقيداً في ظل الأزمة المالية العالمية التي هزت اقتصاديات العالم في العام ٢٠٠٨ مع أزمة الرهن العقاري في الولايات المتحدة الأمريكية وانعكاساتها على الاقتصاديات العالمية، حيث طالت اثارها اقتصاديات

الدول في أنحاء متفرقة من العالم وكانت الشركات الإعلامية من بين المتضررين أيضاً.

لقد اضطر الصحفيون في أكثر من مكان حول العالم أن يتأنوا ويراجعوا مسؤوليهم قبل نشر أي موضوع صحفي عن إفلاس هذه الشركة أو انخفاض قيمة أسهم ذلك البنك في البورصة، فكانت المصدقية، هذا الشعار الذي يحظى بمرغوبية كبيرة لدى الصحافة والصحفيين على المحك أكثر من أي وقت مضى، خصوصاً عندما يتعلق الأمر بشركات وبنوك تعود لمستثمرين كبار تُستثمر أموالهم في سوق الإعلام، أو من المعلنين حيث يمثل الاعلان العمود الفقري لإيرادات أية مؤسسة إعلامية في الظروف الإعتيادية، فكيف يكون الحال مع أزمة مالية عالمية احجمت معها كبريات الشركات العالمية على الإنفاق الاعلاني وتبنت سياسات ضغط المصروفات، فكان بند "الاعلان والترويج" في مقدمة البنود التي طالها التقشف.

ومع تغاضي الصحفيين عن نشر الكثير من الأخبار ذات الصلة بالخسائر المالية التي تُمنى بها الشركات والبنوك، فإن الأخطر كان في القراءات المتعددة والتحليلات المتباينة التي ينشرها المحررون الاقتصاديون عن النتائج المالية لأداء الشركات والبنوك الى الدرجة التي كان فيها بعض الصحفيين يقبلون النتائج رأساً على عقب، وكانت تُثار مشكلات مهنية بين فترة وأخرى خصوصاً في العامين ٢٠٠٩ و٢٠١٠، عندما اشتدت آثار الأزمة المالية العالمية، مع نشر بعض الصحف العربية - التي تعتمد بشكل رئيس في إيراداتها على اعلانات البنوك -، لأخبار النتائج المالية الفصلية أو السنوية لهذه البنوك، فبينما يتحدث الصحفيون المحليون عن أرباح حققتها تلك البنوك، كانت وكالة أنباء رويترز تنشر تقارير معاكسة تماماً فهي تتحدث عن خسائر مالية لنفس البنوك التي يقول الصحفيون المحليون أنها حققت أرباحاً.

إن تناقضاً كهذا ضَرَبَ أخلاقيات المهنة الصحفية في مَقْتَل، ولعلّه يشير إلى حجم ونوع التغيّر الذي بدأ يستسيغه الصحفيون - وإن كان على مضض- والذي يمس أعرق وأشهر بنود لوائح الشرف الصحفي في العالم مثل " الامانة والدقة والمصداقية، الخ".

ولعل من الانصاف القول إن وسائل الاعلام العالمية لم تكن بمنأى عن تأثيرات الازمة المالية العالمية التي اضطرتّ العديد من الصحف ووكالات الأنباء ومحطات الإذاعة والفضائيات الى التوقف عن العمل كلياً أو جزئياً وتسريح أعداد كبيرة من العاملين فيها، كما اضطرتّ صحف كبرى الى أن تلغي طبعها الورقية وتكتفي بالنسخة الالكترونية قليلة التكلفة، فقد قالت صحيفة Le Monde الفرنسية الشهيرة (وفقا لخبر بثته وكالة أنباء رويترز في ٣ / ٦ / ٢٠١٠): أن مالكي هذه الصحيفة قرروا عرضها للبيع، بعد أن أدت الخسائر المتراكمة إلى إجبارها على طلب مشاركة مستثمر خارجي، لتتخلى بذلك عن جزء من استقلاليتها .

وقال اريك فوتورينو رئيس مجموعة لوموند في رسالة إلى القراء عبر الصفحة الرئيسية للصحيفة التي تديرها شركة يملكها صحفيو نفس الصحيفة على مدى ٦٠ عاماً، إن الصحيفة تسعى إلى زيادة رأسمالها وتوقع ان ينجم عن هذه العملية اختيار شريك جديد.

كما حصل إجراء مماثل مع صحيفة Christian Science Monitor، التي ألغىّت النسخة الورقية واكتفتُ بالالكترونية بسبب ارتفاع أسعار الورق والطباعة، وحتى وكالة الأسوشييتد برس (AP) والتي تُعدُّ ملاذاً آمناً للمراسلين الصحفيين، كانت قد أعلنت عن قطع ١٠ بالمئة من إيجور موظفيها الدوليين بسبب ضعف العائدات، بحسب ما أعلنه المدير التنفيذي للأسوشييتد برس، توم كيرلي في كانون الثاني / يناير من العام ٢٠٠٨. ❖ شبكة الصحفيين الدوليين (IJN)، <http://ijnet.org/ar/node/55318> .

وعرضت مجلة News Week الأمريكية في العام ٢٠٠٨ على بعض موظفيها تسويات مالية مقابل ترك العمل إختيارياً، وذلك بهدف حصر النفقات ومواجهة خفض الواردات، كما اضطرت مجموعة Tribune المالكة لصحيفتي Chicago Tribune و Los Angeles Times في نفس ذاك العام لإشهار إفلاسها، وارتفعت ديون المجموعة المالكة لثمانى صحف يومية رئيسة والعديد من المحطات التلفزيونية في الولايات المتحدة بنحو ٨ مليارات دولار.

ومن الصحف التي تضررت جراء الأزمة المالية العالمية صحيفة New York Times التي أعادت تقييم أصولها بخفض التوزيعات النقدية على المساهمين، وهبطت أسهمها بنسبة ٥٥ ٪ في البورصة الأمريكية.

وبحسب المدير التنفيذي لشركة ITP للنشر وليد عكاوي، فإن " تراجع الإنفاق الإعلاني بعد الأزمة المالية العالمية أدى إلى زيادة الضغوط التشغيلية على وسائل الإعلام في المنطقة العربية كلها، خصوصا في قطاع النشر المتخصص والمجلات، وتسبب تراجع الإنفاق في إغلاق ٦٤ وسيلة إعلام خلال ٩ أشهر من بداية الأزمة، فيما احتجبت ٥٧ وسيلة عن الظهور بشكل مؤقت إلى حين تبلور أوضاع السوق، وإن " إجمالي عدد المجلات التي توقفت عن الصدور في المنطقة العربية منذ بداية الربيع الأخير من ٢٠٠٨ وحتى نهاية النصف الأول من العام ٢٠٠٩ بلغ ١٠٣ مجلات منها ٥٢ مجلة توقفت تماما عن الصدور مقابل ٤٨ علقت صدورها بشكل مؤقت، فيما استغنت بعض الإصدارات عن الطباعة الورقية واكتفت بالتحول التام إلى موقع الكتروني". ﴿صحيفة الوقت (٢٠٠٩)﴾

وعلى صعيد المحطات التلفزيونية والإذاعية، توقفت قناة " لايف تي في" في لبنان، وقناة "البركة" في مصر، وقناة بحري تي في في الكويت، فيما توقفت محطة "أهلين" الإذاعية في الأردن، وفي السعودية والإمارات توقفت ٣٥ مجلة عن الصدور فيما تم تعليق العمل في ٣٦ مجلة أخرى. ﴿صحيفة الوقت، مصدر

سابقاً)، كما أُغلقت في العام ٢٠١٠ صحيفتان يوميتان خليجيتان هما "أوان" الكويتية و"الوقت" البحرينية .

ومما تقدم يمكن تصور حجم الضرر الذي ألحقته الأزمة المالية العالمية بالصحافة والصحفيين، والانعكاسات التي ترتبت على مدى التزام الصحفيين بأخلاقيات المهنة خصوصاً عندما يتعلق الأمر بإغلاق مؤسسات إعلامية أو تسريح موظفين أو اعتماد مؤسسات أخرى على التقنيات الرقمية التي تختصر الكلف المالية للإنتاج الصحفي، ما يعني انطباعاً أو مؤشراً عن مستوى وحدود ما شهدته أخلاقيات المهنة الصحفية من تغيرات بنيوية ومضمونية.

إن التخلي عن بعض المضامين التي ظلت متسيدة للوائح الشرف الصحفي (ومهما كانت المبررات) أسست لسابقة قد يضطر معها الصحفيون الى اجتراح صيغ مُخففة لعناوين عريضة مثل المصداقية والحياد والدقة وشرف المهنة، الأمر الذي يوضح مساحة الانزياح الذي طرأ على مفاهيم ومعطيات وممارسات أخلاقيات المهنة الصحفية من جهة، كما يسלט الضوء على نوع وحجم التحديات التي تتعرض لها وسائل الإعلام والعاملون فيها.

ولربما من المقبول - وبحكم التطور التاريخي- النظر بإيجابية الى تغيير في زاوية الرؤية اتجاه قضية أخلاقية ما في أدبيات العمل الصحفي، لكنه من الصعب تصور كيف يمكن للصحفيين أن يفرطوا بدعائم أخلاقيات مهنتهم.

ولعل من المفيد، التذكير هنا بأن الفيدرالية الدولية للصحفيين التي تمثل نحو ٤٥٠ الف عضو موزعين على نحو ١٠٠ بلد، قد حددت في إعلانها الصادر في العام ١٩٥٤ قواعد سلوك الصحفيين في تقصي الأخبار والمعلومات ونشرها، وأشارت اولى هذه القواعد الى " أن احترام الحقيقة وحق الجمهور في معرفتها يشكل الواجب الأساسي للصحفي " فيما تؤكد القاعدة الثانية على أنه و" انسجاماً مع هذا الواجب سوف يدافع الصحفي في كل زمان عن المبدأ المزدوج المتمثل في حرية

تقصي الخبر والمعلومة ونشرهما بأمانة والتعليق على النقد والحق في التعليق العادل والنقد الأمين"، وثالثاً أن " لا ينقل الصحفي سوى الوقائع التي يعرف مصدرها، ولا يحذف المعلومات الجوهرية ولا يزور الوقائع". ❀ جمال الدين ناجي، مصدر سابق ص ٤٥ ❀

كما نص دستور الاتحاد العام للصحفيين العرب الذي صدر عن الاجتماع التأسيسي للاتحاد في شباط / فبراير من العام ١٩٦٤، على مسؤولية الصحفيين العرب المهنية والاخلاقية تجاه مجتمعاتهم، وهي مسؤولية ملزمة للصحفيين العرب، وإن الصحفي العربي - وأياً كانت الطريقة التي يتبعها في الكتابة والتعبير عن رأيه - يجب أن يتوخى الصدق والامانة. ❀ د. حسن عماد مكاوي، مصدر سابق ص ١٥١ ❀ .

إعلام إلكتروني ... وأخلاق إلكترونية

((إن هنالك قاعدة واحدة مقدسة للصحافة، وهي أن الكاتب يجب أن لا يلفق، والصحفيون الملتزمون بأخلاقيات مهنتهم لا ينسبون للناس كلمات لم يتفوهوا بها ولا يدعون أنهم كانوا موجودين فيه)) .
جون هيرسي

مع ظهور الإعلام الجديد ودخوله الى مسارات عمل ظلت لعقود طويلة مضت حكراً على الإعلام التقليدي من صحافة مطبوعة واذاعة وتلفزيون، فإن منتجي الإعلام في المواقع الالكترونية الإخبارية، والتفاعلية، والمدونات الشخصية، ومواقع التواصل الاجتماعي، بدوا وكأنهم متحررين أكثر من لوائح طويلة وصارمة من أخلاقيات المهنة الصحفية، التي طالما تفاخر الصحفيون بإنجازها واحترامها، حتى أصبح من معايير رصانة المؤسسة الاعلامية أن تصدر لائحة داخلية توجه فيها موظفيها بمجموعة ارشادات الى السلوكيات الواجب اعتمادها في مجمل العملية الصحفية، من قبيل أكتب ولا تكتب أو انشر ولا تنشر .

إن افلات الصحفي الإلكتروني من صرامة التوجيهات الإرشادية التي ظلت سائدة في العمل الصحفي، فضلاً عن كونه مَثَل انعطافة في طريقة واسلوب التعاطي مع المهنة والجمهور في آنٍ واحد، فانه أيضاً جعل الصحفيين العاملين في مؤسسات الإعلام التقليدي في منافسة غير متكافئة، على أساس أنهم مضطرون الى اعتماد جملة اجراءات تدخل ضمن إطار أخلاقيات المهنة قد تتطلب جهداً وتأخذ وقتاً في

انجاز المهمة الصحفية، في الوقت الذي لا يجد فيه نظرائهم من العاملين في منصات الإعلام الجديد أنفسهم مضطرين الى سلوك كل تلك الخطوات.

فالمحرر الذي يعمل في صحيفة ورقية تعمل تحت طائلة القانون، ملزم قانونياً وأخلاقياً على تحرر أعلى درجات الدقة في أية معلومات تنشرها صحيفته الورقية، وعليه أن ينتظر وقتاً أطول للحصول على المعلومة النهائية بشأن حدث ما، بينما - ومع عدم وجود قوانين تنظم العمل في الإعلام الجديد في العديد من دول العالم، والخواص التكنولوجية للإعلام الجديد التي توفر قدراً هائلاً من المرونة - فإن المحرر في الموقع الإلكتروني يمكنه تغيير المعلومة بتغيير الحدث أو متى تسنى له ذلك، وهو يشعر - في كثير من الأحيان - بالتححرر من الوصول الى ما يمكن أن نسميه مجازاً "بالدقة المطلقة" في إيراد المعلومة.

إنه هنا - الصحفي الإلكتروني - يملك الإمكانية التقنية ليغير ويضيف ويعدل، الوقت مطواع له، يستخدمه وفقاً للمنحى الذي يريد، بينما زميله في الصحافة التقليدية ملزم بقول فصل، إن تراجع عنه أو عدله فسيكون في إطار "التصحیح أو الاعتذار" الذي لا يجذب الصحفيون كثيراً، على اعتبار "مغلوط" مفاده أنه قد يترك صورة سلبية عن الصحفي أو مؤسسته لدى الجمهور أو بين زملاء المهنة، كما يعتقد بعض الصحفيين .

كما ان الصحفيين في وسائل الإعلام التقليدية يظلون تحت ضغط عامل الوقت الذي يكون بمثابة سيف مُسلط، فأمامهم طريق طويلة لإنتاج قصة، تمر بمراحل عدة لكي يصل ما يكتبونه الى جمهور الصحيفة الورقية أو المحطة الاذاعية أو التلفزيونية.

يقول الصحفي والروائي الراحل الفائز بجائزة (بولترز) جون هيرسي، وهو الذي غطى القاء القنبلة الذرية على هيروشيما: " إن هنالك قاعدة واحدة مقدسة للصحافة، وهي أن الكاتب يجب أن لا يلفق، والصحفيون الملتزمون بأخلاقيات

مهنتهم لا ينسبون للناس كلمات لم يتفوهوا بها ولا يدعون أنهم كانوا موجودين فيه. ﴿ديبرا بوتر(٢٠٠٦): دليل الصحافة المستقلة، ص ١٢﴾

كيف تغيرت أخلاقيات الصحافة ؟

ويمكن ادراج أبرز ملامح التغيير الذي طرأ على اخلاقيات مهنة الصحافة بعد ظهور الإعلام الجديد في ما يلي:

أولاً: إن المنافسة غير المتكافئة - تقنياً - بين كل من الإعلام الجديد والإعلام التقليدي، جعلت الأثنين - وتحت ضغط هائل لتحقيق السبق الصحفي -، يتخليا عن العديد من الاجراءات الاحترازية للتأكد من دقة وصدقية الخبر، والتي ظلت لعقود خلت إحدى أبرز دعائم موثيق الشرف الصحفي، فبينما كان الصحفيون يدققون في المعلومات عبر أكثر من مصدر أصبح الاكتفاء ربما بمصدر واحد أو طرف واحد من أطراف أية قضية كافياً لاتخاذ قرار النشر وهو ما يفسر - في جانب منه - امتلاء الصحف هذه الأيام بالتنبؤيات التي تصح أو تعذر أو تعدل في أو عن موضوعات نشرتها مسبقاً .

ثانياً: لقد طرأ تغيير آخر في "ميكانكية" اتخاذ قرار النشر داخل غرف الأخبار، فبينما ظلت الصحافة التقليدية وفيّة لأسلوب اتخاذ القرار الجماعي بين المحرر الميداني ومسؤوليه في مكاتب الصحيفة لاختيار نوع التغطية و كفيّاتها وآلياتها، واسماء الجهات والاشخاص الذين يمكن اشراكهم في التغطية ...الخ، وكذلك انتهاج مجموعة خطوات تُرصد أخلاقياً ما سُنشر في اليوم التالي من قبيل الاتفاق بشكل جماعي على تحديد " العقدة الرئيسة " في القصة الإخبارية،

مروراً بجمع المعلومات الكافية عنها لاتخاذ القرار المناسب بصدها ومراجعة لائحة الارشادات الداخلية في الصحيفة والسعي بالتشاور مع الزملاء لإشراك أكبر قدر ممكن من أطراف القضية والحرص على عدم تغييب طرف لحساب طرف آخر مما قد ينتج قصة غير متوازنة، وربما عرضها على المشاور القانوني للصحيفة، وليس انتهاءً بالخطوة المتعلقة بالبداية بالتنفيذ ومن ثم المراجعة الأولية وعرض القصة على الزملاء قبل تقديمها بشكلها النهائي لمسئولي التحرير الذين قد يقومون بإجراءات للتعديل قبل إقرارها ودفعها للنشر.

وبقي الجدل الذي تعيشه غرف الأخبار بين المحررين ومسئولي التحرير، ميداناً " لصراع ايجابي " بين أفكار متباينة ومتضادة، وقناعات مختلفة بشأن كيفية التغطية، وهل ننشر هذه المعلومة أو تلك، وبالرغم من كل ما يقال عن "دكتاتورية" مسئولو التحرير في اتخاذ القرار في نهاية الأمر، لكن هذا لم يمنع من وجود نقاش دائم محتدم في غرف الأخبار محصلته النهائية الوصول الى مستوى ما من "الدقة" بغض النظر عن الحيثيات.

إن صراعاً من هذا النوع هو الذي دفع صحفياً بحجم بوب ودرود الى أن يقول أن حياته المهنية علمته شيئاً واحداً هو " أن أفضل صحافة يتم انجازها في أحوال كثيرة على الرغم من أنف الإدارة " ﴿ بيل كوفاتش، توم روزنشتيل (٢٠٠٦): المبادئ الاساسية للصحافة، ص ٥٦ ﴾، لكن الصحافة الجديدة التي تنتهج مبدأ (أقل عدد ممكن من الصحفيين في ظل توفر تقنية يسيرة تقلل الجهد والوقت)، تدفع الصحفي فيها الى أن ينفرد " اوتوماتيكياً " بقرارات النشر، أو لنقل تظل محصورة بين شخصين وربما ثلاثة في أفضل الأحوال، ومهما تكن المؤهلات التي يحوز عليها من انفراد بقرار النشر وكيفية النشر في الصحافة الجديدة، فانه سيمثل بهذا الشكل أو ذاك قراراً لا يرقى الى جماعية القرار المتخذ في الصحيفة التقليدية، وبالتالي فإن تخلي العاملين في الصحافة الجديدة عن

سلسلة اجراءات هي - وإن بدت مرهقة وطويلة - لكنها أيضاً ربما تكون ضرورية للخروج بقصة تستوفي أكبر قدر ممكن من المواصفات المهنية والأخلاقية.

ثالثاً: إن الإعلام الجديد وبمخرجاته الجديدة - التي نسفت الكثير من الاشتراطات التقليدية التي كان يعمل بها الإعلام التقليدي -، قد فرض أجوائه ومناخاته ومفاهيمه، وكذلك أخلاقيات عمله، التي يبدو أنها أقل صرامة مما كان عليه الحال في الإعلام التقليدي .

لقد فرضت مخرجات الإعلام الجديد مثل "صحافة المواطن" Citizen Journalism تقاليد عمل مغايرة تماماً، فبينما كان لا يسمح إلا للصحفيين المعتمدين بشكل رسمي ضمن مؤسسات إعلامية مسجلة بمزاولة أعمال استقاء الأخبار ونشرها، نجد حالياً أن مؤسسات إعلامية تعتمد على أشخاص لا تعرف اسمائهم أو عناوينهم، وبمجرد تلقيها رسالة الكترونية مرفق بها ملف يحمل مشاهد مصورة بكاميرا هواة أو كاميرا هاتف محمول، فإن هذا الملف سيأخذ طريقه للنشر أو البث.

وبرغم أن كثيرين، مثل المديرية العامة لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة (اليونسكو)، إيرينا بوكوفا، يقولون: " لا أعتقد أن صحافة المواطن ستكون بديلاً عن الصحافة المحترفة " ﴿ شبكة الصحفيين الدولية (٢٠١١) ﴾، فإن واقع الحال ربما أصبح بشكل مغاير، خصوصاً عندما تضطر كبريات المؤسسات الإعلامية الرصينة على الاعتماد لأشهر، بل ولسنوات على تقارير يعدها صحفيون هواة في تغطية أحداث كبرى تغير وجه وحاضر امم وشعوب كما حدث في تغطية أحداث الربيع العربي، فالأمر سيبدو مختلفاً .

ففي فضائية الجزيرة التي اعتمدت على نطاق واسع في تغطياتها الواسعة واليومية لثورات الربيع العربي، التي شهدتها دول عربية مختلفة مثل تونس، مصر، اليمن، ليبيا، سوريا، في العامين ٢٠١١ و ٢٠١٢، على مراسلين هواة معظمهم من الشباب المتظاهرين أو الناشطين الحقوقيين الذين وثقوا أنشطتهم

وتظاهراتهم عبر تصويرها بهواتفهم النقالة، وأخذوا يرسلونها الى موقع الكتروني خصصته قناة الجزيرة لهذا الغرض، حيث تُسارع القناة الى بثها أولاً بأول، قد عوضت عن عدم وجود مراسلين محترفين لها في موقع الحدث، وحدثت حذوها معظم القنوات الفضائية التي غطت هذه الثورات و الحركات الاحتجاجية.

وقد سبقت الجزيرة الى اعتماد "صحافة المواطنه" في تغطية مثل هذه الحوادث، قناة CNN، التي اعتمدت تغريدات شبان إيرانيين على موقع التواصل الاجتماعي Twitter، في تغطية ما شهدته شوارع طهران ومدن إيرانية اخرى، من تظاهرات احتجاجية في أيار / مايو من العام ٢٠٠٩، وكانت السلطات الإيرانية قد منعت معظم وسائل الإعلام التقليدية من صحف ووكالات انباء وفضائيات من تغطيتها.

والسؤال الذي يتبادر الى الذهن هنا، كيف اتخذ مسئولو غرفة الأخبار في CNN مثل هذا القرار الجريء في اعتماد التغريدات وبثها للعالم كله، على انها أخبار صحفية مصدرها الداخل الايراني؟ وكيف اقتنعوا بان اجراء تحريات بسيطة، ولربما اتصال هاتفي بأشخاص يرسلون هذه التغريدات سيكون كافياً لاعتماد ما يقولون؟ بل حتى لو استخدم مراسل CNN نفسه Twitter لإرسال الأخبار، فهل هي سابقة مستوفية للاشتراطات المهنية والأخلاقية للعمل الصحفي؟

قد تكون الاجابة على كل هذه الأسئلة محورها أن الإعلام الجديد بمنصاته، وآلياته، وأخلاقياته، قد فرض نفسه بقوة على المشهد الإعلامي العالمي بحكم ما يعرف "بالحتمية التكنولوجية"، وأصبح هو من يضع الشروط، وعلى الآخرين - ربما - الازدعان لها. (يعود أول استخدام لمنصات الإعلام الجديد في تغطية وقائع التظاهرات والاحتجاجات الى ١٣ آذار / مارس ٢٠٠٤ في إسبانيا، عقب تفجيرات مدريد حيث استخدمت المعارضة الإسبانية وسائل الإعلام الجديد في تنظيم

احتجاجاتها، ﴿ محمد بنهلال (٢٠١٢): الاعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية، ص ١٦ ﴾ (

ويقول مدير موقع "الجزيرة توك" أحمد عاشور: " إن تجربة هذا الموقع، الذي تم إطلاقه ببعض الأسس الإعلامية البسيطة، وأصبح يضم ٣٠٠ مراسل ومراسلة من طلاب الجامعات من مختلف أنحاء العالم، تؤكد أهمية صحافة المواطنة وكيف انتشرت انتشاراً واسعاً في الوطن العربي" رافضاً فكرة تعزيز المصداقية في الأخبار، مؤكداً على ضرورة وجود مبدأ العفوية في الإعلام المواطن.

ويضيف: "نسعى الآن إلى تكوين شبكات إعلامية عالمية من الشباب العربي عبر شبكة الانترنت، تكون من منطلق فهمها الخاص للأحداث والمجريات، كما نسعى أيضاً أن نغرس في الشباب العربي الثقة بإمكانية الفعل والقدرة على ذلك، فأصبح هناك للمواطن صوت، فهو يصنع الخبر وينتظر الإعلام التفاعلي".

كما يقول المشرف على كرسي صحيفة الجزيرة للصحافة الدولية، علي القرني: "إن صحافة المواطن هي انقلاب جماهيري على الصحافة التقليدية، والتي تقدم نقداً واسعاً للصحافة التقليدية، وتحولها الى قوة المستقبل في العملية الاتصالية". ﴿ نادي دبي للصحافة (٢٠١٠): من نقاشات منتدى الإعلام العربي التاسع. ﴾

إذاً، فنحن أمام تقاليد وآليات جديدة للأداء الاعلامي، كما نحن أمام قيم أخلاقية جديدة، بجدة الإعلام الذي تمثله، فالشخص العادي الذي صور بكاميرا هاتفه لحظات الهجوم على برج التجارة العالمي في نيويورك في أحداث أيلول سبتمبر ٢٠٠١، لم يكن يعرف تقاليد العمل الصحفي وأخلاقياته، كما أن من يملئون موقع You tube بألاف الملفات الفيديوية التي وثقت العديد من الحوادث التي ما كان يمكن للصحفي التقليدي أن يصل إليها، هم أيضا ليسوا مدربين على تقاليد وأخلاقيات بعينها .

لقد حركتهم دوافع اخرى تماماً، ربما لا علاقة لها بما هو متعارف عليه في أدبيات العمل الصحفي، لكنهم في كل الأحوال أنجزوا أعمالاً رائعة تحظى بألاف مرات المشاهدة يومياً .

رابعاً: إن تجاهل الصحفيين في الإعلام الجديد للعديد من المقومات الجمالية التي عرفت بها تقليدياً مهنة الصحافة، - منذرعين بأنها شكل لا ينفع المضمون، مستعيزين عنها بالمزايا التقنية التي يوفرها الإعلام الجديد، فلا التزام صارم بالفنون الصحفية كالذي تصرّغف الأخبار في الصحافة التقليدية على التقيد به، إذ أوجد الإعلام الجديد فنونه الصحفية الخاصة به الى حد ما -، قد انعكس على ظهور " تراخ " في مراعاة المعايير الأخلاقية في الكتابة الصحفية في الإعلام الجديد، فمصادر الأخبار قد لا تكتب بشكل دقيق، وعناوين الموضوعات ربما مختصرة حدّ الغموض أو التمويه والخلط، والخلفيات الإرشيفية غير ضرورية، المهم هو أن نضع على " On Line " أول ما يصل الى أسماعنا، وبأي شكل كان وما عدا ذلك، شكل لا ينفع المضمون .

إن تبني أدب الحداثة وما بعد الحداثة ومدارسه النقدية البنوية والتفكيكية والسيمائية، فرضية " الشكل مضموناً "، أخذ منحى آخر في منتجات الإعلام الجديد، يهتم بالشكل ويبني عليه، كما يتجاهله في ذات الآن، يتمحور حوله ويهمله، فرضية غير مستقرة، لكنها موجودة بالفعل في نصوص الكترونية وأفلام وصور وتعليقات منتجة تقنياً وفق أشكال فرضها الإعلام الجديد تقنياً بواسطة منصاته المختلفة .

وأكثر ما يخشاه العديد من المهتمين بهذا النوع الجديد من الإعلام، هو ان تقديم خدمة منقوصة للقارئ، قد ينطوي على مخاطر يجب على المشتغلين في الإعلام الجديد التنبه إليها واجتراح السبل الكفيلة بترصينها، خصوصاً مع شعور غير ضئيل لدى شرائح مختلفة من القراء بعدم موثوقية ما يردده إعلام الانترنت مقارنة بالإعلام التقليدي .

إن اناساً اعتادوا أن تتصفح أناملهم أوراق الصحف، وتتفحص عيونهم جيداً ما بين سطورها، وتدريبوا - لا إرادياً - على أن تعيد مخيلاتهم تصوير أخبار استمعوا اليها عبر المذياع، أو أن لا يصدقوا إلا ما تراه عيونهم مجسداً في صور تلفزيونية، إن أشخاصاً من هذا النوع لزالوا يعتقدون أن هذا الإعلام (التقليدي) هو أكثر صدقية - على الأقل وجدانيا بالنسبة إليهم - من إعلام جديد، يُصنع في الخفاء وخلف "كيبوردات" أجهزة الكمبيوتر.

ثم ان ولادة جيل جديد (جيل رقمي بامتياز)، لم يعيش حياة آبائه أو أجداده الذين اعتادوا تصفح صحيفتهم الورقية المفضلة مع قهوة الصباح، أو تغيير مؤشر الراديو للاستماع الى نشرة أخبار الصباح، أو متابعة المسلسل التلفزيوني مساء كل يوم، لم يكن كافياً الى الآن - على الأقل في منطقتنا - لحسم التنافس بين الإعلاميين، التقليدي والجديد، لصالح أحدهما .

بل انه وبحسب الإصدار الثالث من تقرير "نظرة على الإعلام العربي"، الذي أصدره نادي دبي للصحافة، واستقرأ من خلاله واقع ومستقبل الإعلام العربي من العام ٢٠٠٩ ولغاية العام ٢٠١٣، وشمل ١٥ دولة عربية، وهو التقرير الدوري الذي يقدم صورة لحال قطاع الإعلام في العالم العربي مع توقعات لتوجهات صناعة الإعلام وأهم الظواهر والقضايا التي تهتم وسائل الإعلام الجديدة والتقليدية، فانه " وعلى الرغم من أن وسائل الإعلام المطبوعة لا تزال تُعد المصدر الرئيس لاستقاء الأخبار بالنسبة لمعظم الأشخاص، إلا أن قراءة الأخبار على شبكة الانترنت أصبحت تكتسب مزيداً من القوة مع وجود ٢٢٪ إلى ٣٤٪ من الأشخاص الذين يفضلون الإنترنت لقراءة الأخبار على درجة موازية لوسائل الإعلام المطبوعة، ويعد هذا التوجه، بالإضافة إلى تأثير انتشار خدمات النطاق العريض على نحو متزايد، واستخدام وسائل الإعلام الاجتماعية التي أثرت بدورها على تفضيلات المستهلكين، مؤشراً واضحاً للمسار الذي بات يرسمه استهلاك المحتويات الإعلامية في المنطقة."

وتبيّن بحسب ذات التقرير " ان متوسط الوقت الذي يقضيه الأفراد في المنطقة على الانترنت، ثلاث ساعات، وهو يساوي وقت مشاهدة التلفزيون، وعلى وجه الخصوص تلعب الشبكات الاجتماعية دوراً هاماً، حيث اعتُبر استخدام الشبكات الاجتماعية من الأنشطة المفضلة على شبكة الإنترنت، وأحد أهم أساليب التواصل، وأظهرت أبحاث السوق أن حوالي ٧٠٪ من الأفراد في المنطقة يستخدمون الشبكات الاجتماعية بشكل من الأشكال، وحوالي ١٥٪ يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية مرة واحدة يومياً على الأقل ". ❖ نادي دبي للصحافة (٢٠١٠): التقرير الثالث "نظرة على الاعلام العربي" ❖

ووفق تقرير مماثل صدر في العام ٢٠٠٧، مازالت الصحف والمجلات تهيمن على الانفاق الإعلاني في مصر، أكبر الدول العربية، حيث تستأثر بنسبة ٦٠٪ من السوق الإعلانية، بينما يستأثر التلفزيون بنسبة ٣٣٪ من السوق الإعلانية المصرية، بينما يشترك كل من "الانترنت" و"إعلانات الطرق" في ما تبقى أي نسبة ٧٪ من السوق الإعلانية. ❖ نادي دبي للصحافة (٢٠٠٧): التقرير الأول "نظرة على الاعلام العربي" ❖

ولا بد من الإشارة هنا، الى ان وضع الإعلام الجديد في أماكن أخرى من العالم كالولايات المتحدة أو أوروبا مثلاً مختلف عما هو عليه الحال في منطقتنا، إذ يشهد هذا النوع من الإعلام طفرات تطويرية متزايدة، وجماهيرية عالية، وتدفع متزايد للإعلانات، ما يكسبه أهمية مضافة.

ويكفي هنا للدلالة على الأهمية المتزايدة التي يحظى بها الإعلام الجديد بمنصاته المختلفة في بلد مثل الولايات المتحدة الأمريكية، - التي بدأ فيها ينافس كبريات محطات التلفزة الأمريكية، المعروفة بحجم رساميلها وانتشارها وعراقتها -، الإشارة الى بعض الأمثلة من قبيل أختيار الرئيس الأميركي أوباما موقع Youtube للتسجيلات المرئية، لمخاطبة الجمهور في حملاته الانتخابية للفوز بكرسي الرئاسة الأميركية، وفي خطابهات المختلفة، كمخاطبته عوائل

اشخاص قامت الشرطة باحتجازهم على خلفية اعتصام حملة " احتلوا وول ستريت " في العام ٢٠١١، احتجاجاً على الفروقات الكبيرة بين الأغنياء والفقراء، مستعيضاً بهذا النوع الجديد من الإعلام عن محطات التلفزة الإخبارية الأميركية الشهيرة والعريقة، أو الصحف الأميركية الكبرى، التي اعتادت نقل خطب رؤساء الولايات المتحدة لعقود طويلة مضت .

ان منتجي الإعلام الجديد، اضحوا في الوقت الحاضر بحاجة متزايدة الى بذل المزيد من الجهود لترصين ما يقومون به من أعمال، ولعل الزاوية المتعلقة بأخلاقيات المهنة، هي واحدة من أبرز عوامل هذا الترصين، والذي سيؤدي بالضرورة الى إشاعة مناخ كفيل بتثبيت فكرة ان الإعلام الجديد، هو إعلام يتحلى أيضاً بالمصداقية مثلما يتسم بالسرعة والجدة والجمالية والتغيير المستمر والتفاعلية، ومواكبته لروح العصر.

كما ان اجترار الإعلام الجديد لمقومات أخلاقية صلبة ستدعم من وجوده وانتشاره خصوصاً مع التطورات التقنية المتسارعة التي يشهدها الانترنت ومنصاته المختلفة.

خامساً: تعمل معظم وسائل الإعلام التقليدية - لاسيما في هذه المنطقة - وفقاً لرخص أو اجازات عمل تصدرها جهات حكومية أو رسمية معينة كوزارات الإعلام أو هيئات الاتصال... الخ، وحتى لو لم تكن هذه المؤسسات تعمل وفقاً لرخص عمل مسبقة، فانها وبكل بساطة تخضع للقوانين السارية التي تنظم عمل الإعلام في هذه الدولة او تلك، وهو ما لا يحصل مع وسائل الإعلام الجديد التي تعمل معظمها "متحررة" من هذه القيود الإدارية والتنظيمية التي تجعل الخاضعين لها تحت رقابة مشددة، خصوصاً إذا تزامن الأمر مع قوانين وتشريعات إعلامية قاسية وفضفاضة، وهنا تظهر الحاجة أكثر لمواثيق أخلاقية للعاملين في الصحافة الجديدة، وهذه اللوائح فضلا عن كونها تكسب أصحابها الثقة

والمصادقية، فأنها أيضاً تؤكد احترام الصحافة الجديدة والعاملين فيها لقرائها، كما ان هذه اللوائح الأخلاقية ستمنح سمعة الرصانة، لمن يعمل وفقاً لها، كما انها ستؤسس لتقاليد عمل مستقبلية مؤطرة بأطر أخلاقية .

إن الفرق بين قوانين الإعلام ومواثيق الأخلاق الصحفية، هو في كون الاولى "إجبارية"، ملزمة بقوة القانون، يترتب على عدم احترامها عقوبات ربما تكون جزائية، تصل في بعض البلدان الى حبس الصحفيين، أو تغريمهم مالياً، وأحياناً يصل الأمر حد اغلاق المؤسسة الاعلامية مقناً أو بشكل دائمى .

في المقابل فإن المواثيق الأخلاقية هي "طوعية"، ملزمة أيضاً ولكن بقوة "الأخلاق والرضا الاجتماعي" لمن أختار بمحض رغبته الوفاء لها، وقد لا يترتب على عدم الالتزام بها عقوبات كالتي نراها في حال عدم الالتزام بالقوانين، بيد أن عقوبات "معنوية" قد تطال الذين لا يحترمون شرف مهنتهم، ولا يعملون بضمير حي، سواء من قبل القراء أو حتى من قبل زملاء المهنة، في اطار ما يسمى في علم الاجتماع "بالقبول الجمعي"، إذ ان من لا يلتزم بأخلاقيات ما في أداء أعماله، لا يحظى بما يريد من القبول بين أقرانه أو داخل بيئة عمله او عموم المجتمع الذي يعيش فيه .

وبالتالي فان "الحرية" التي يحظى بها منتجو الإعلام الجديد، بالمقارنة مع نظرائهم في الإعلام التقليدي، يفترض ان تكون مقرونة بمستوى مقبول من "المسئولية الاجتماعية" Social Responsibility

إن ظهور شريط مصور على Youtube لرجل دين مع امرأة مغرر بها مستغلا سطوته الدينية، قد يكون بثه مفهوماً في إطار حرية الصحافة وحق الناس في المعرفة، لكن الاجراء المستند لأخلاقيات مهنية، كان يفترض أن يُجنب المرأة - على الأقل - الفضيحة والعار، من خلال تظليل وجهها، خصوصاً اذا ما كانت الحادثة قد وقعت في منطقة محافظة عشائرياً ودينياً، يعرف أهلها بعضهم البعض.

لقد تسبب وضع هذا الشريط على موقع Youtube (الذي يمكن لكل من لديه " حساب الكتروني " أن يضع ما يشاء من الأفلام، التي يشاهدها الملايين حول العالم، ولا تتدخل إدارة الموقع إلا في حال تلقيها ملاحظات أو تعليقات مقنعة عن أن محتوى الفيلم مزيف أو متلاعب به)، في إشعال نزاع عشائري أخذ أبعاداً سياسية ودينية، لم يهدأ برغم تدخل الدولة وجهات دينية عليا، وكان من بين تداعياته، تعرض المرأة الى القتل غسلاً للعار، وظل رجل الدين مطارداً.

كان تظليل وجه المرأة الضحية قبل تفعيل الفيلم في المواقع الالكترونية، كفيلاً بأن يؤدي الغرضين معاً، النشر وحق القارئ في المعرفة من جهة، والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمع عشائري ديني محافظ من جهة ثانية .

ان حاجة الإعلام الجديد الى حزمة الضوابط الأخلاقية بات ملحا أكثر من أي وقت مضى، ليس في منطقتنا وحسب، بل في كل مكان، فليس بعيداً عن كل هذا الكلام ما يبث في موقع Youtube ومواقع اخرى من أفلام وصور مسيئة للإسلام، مثل الذي أقدم عليه شخص امريكي من أصل مصري أنتج وبث فيلماً مسيء للنبي محمد (ص) في أيلول/ سبتمبر من العام ٢٠١٢، عبر ذات الموقع، فاجتاحت العالم الاسلامي بسببه موجة تظاهرات غاضبة، حاصرت بعضها مقرات البعثات الدبلوماسية الامريكية في عدد من الدول العربية والاسلامية، تسببت أحداها في مقتل السفير الامريكي في بنغازي الليبية كريستوفر ستيفن، وأثنين آخرين، في عملية اقتحام قام بها متظاهرون غاضبون على بث الفيلم المسيء، للقنصلية الامريكية في المدينة، كما حدثت تظاهرات عنيفة مماثلة في كل من مصر التي حوصرت فيها السفارة الامريكية لثلاثة أيام، وتونس التي هوجمت فيه السفارة ايضاً، كذا الحال في اليمن والسودان، ودول اخرى .

إن العلاقة الجدلية بين حرية الصحافة وحرية الفكر من جهة، والمسؤولية الاخلاقية والاجتماعية من جهة ثانية، (والتي بدأت تفرض نفسها مجدداً على

اجندات الاعلاميين والباحثين والمهتمين بشئون الاعلام ومستجداته (ستظل ملازمة للمشتغلين بكل أنواع الإبداع الانساني، لكنها تأخذ أبعاداً أخرى لدى الإعلاميين على وجه الخصوص، لا سيما مع التطورات التكنولوجية التي أضفت المزيد من الأهمية على ما ينتجه الإعلام، مثل السرعة والجاذبية والتفاعلية مع القراء، ما يجعل استحضار منظومة أخلاقية يستند إليها منتجو الإعلام الجديد، لاسيما في منطقتنا، أمراً في غاية الأهمية، يحتاجه الصحفي الالكتروني مثلما يحتاجه جمهور المنتجات الالكترونية، الأخذة في التطور والتنوع يوماً بعد آخر، و ساعة إثر ساعة.

الهواتف الذكية

مرحلة ما بعد الإعلام الجديد

((الإعلام الجديد مثل الوجبات السريعة... يستهلكها الناس خلال حركتهم، حيث يشاهدون الأخبار، الرياضة والأفلام خلال السفر على أجهزتهم الجواله.))

روبرت مردوخ

مع ما كل ما يشهده الإعلام الجديد من تطورات تقنية متسارعة على مستوى منصاته المتعارف عليها من مواقع الكترونية ومدونات ومواقع تواصل اجتماعي، فإن دخول الهواتف الذكية المتنقلة على خط المساهمة من جهة والمنافسة الشديدة من جهة ثانية، وضع هذا النوع من الإعلام مبكراً أمام تحدٍ من نوع آخر، يستخدم ذات الأدوات والأساليب وطرق العرض ولكن بأليات أسهل تشغيلاً وحملًا، وأصغر حجماً، يتمثل في ظهور الهواتف النقالة الذكية بكل ما تحمله من مقومات وممكنات، يمكن القول أنها سبقت عصرها لتضع المستخدمين في عصر أبكر من عصرهم .

فإذا كانت المدارس النقدية والفنية قد وصلت بعد عقود طويلة الى مرحلة "ما بعد الحداثة"، فإن الإعلام الجديد أستغرق بالفعل وقتاً أقصر بكثير، بفضل تقنيات الهواتف المحمولة الذكية، للوصول الى ما يمكن أن نسميه بمرحلة "ما بعد الإعلام الجديد".

إحتدام المنافسة بين شركات الاتصال والمعلوماتية

لقد أخذ التنافس المحتمد بين شركات الاتصال على إنتاج وإصدار النسخ المطورة من الهواتف الذكية منحىً متقدماً على المستوى التقني، فظهرت هواتف متنقلة ذكية من إنتاج شركات مثل Apple، Samsung، و Nokia وغيرها، التي تحمل من الخصائص التقنية ما يفني المستخدمين عن استخدام الكمبيوترات المحمولة التي تفننت الشركات في تصغير حجمها ومضاعفة خصائصها التقنية، كنموذج الكمبيوتر اللوحي Ipad، لمواجهة زحف متواصل من قبل الهواتف الذكية .

وتتوقع شركات الاتصالات أن تستحوذ مثل هذه الهواتف على أكثر من ٧٠٪ من السوق العالمية خلال بضع سنوات، خصوصاً مع توفرها على الكثير من الامكانيات التي ظلت لفترة حكرًا على الكمبيوترات الثابتة والمحمولة مثل استخدام نظام Windows للهواتف بمقومات تجاوزت فيه نقاط الضعف التي عجزت فيه سابقاً عن جذب المستخدمين، ولكن النظام الجديد مختلف باستغنائاه عن نظام " قائمة التطبيقات " الذي يقسم كل تطبيق إلى تطبيقات فرعية، ما يجعل الاستخدام صعباً، أما النظام الجديد فهو أكثر سلاسة وإن ظل يفتقر لفترة من الزمن لبعض التطبيقات مثل القص واللصق، وغيرها من تطبيقات نظام Windows المتعارف عليها لدى مستخدمي الكمبيوترات .

كما زاد من أهمية ومحورية هذا النوع من الهواتف النقالة، هو قدرتها التقنية على استضافة وتحميل واستخدام برامج الاتصال الشخصي، المجانية أو الرخيصة مثل Skype، Viber، و WhatsApp، وغيرها من برامج توفر خدمات الاتصال الصوتي والمرئي والدردشة الفورية والنقل المباشر للصور والملفات الفديوية والصوتية والبرامج المختلفة، وبأسعار زهيدة أو حتى مجانية.

واحتلت Nokia الصدارة في نظام Symbian (وهو واحد من أنظمة التشغيل للهواتف المحمولة التي أنتجتها Nokia ، مع المكتبات المرتبطة بها، ومصمم للعمل على معالج (M.R.E). حيث سارعت Nokia مبكراً لدخول سوق الهواتف الذكية، وعدم قصر إنتاجها على الهواتف المتنقلة التي تقدم خدمات الاتصال الاعتيادية من اتصال صوتي ورسائل نصية، لتدخل على خط المنافسة في إنتاج أنواع مختلفة من الهواتف الذكية.

وفي العام ٢٠٠٨، حصلت مؤسسة محدودة على برنامج Nokia وأنشئت منظمة غير ربحية مستقلة جديدة تسمى مؤسسة Symbian. تم تعيين النظام الأساسي طبقاً لنظام التشغيل Symbian، وعقب الإفتتاح الرسمي لمؤسسة Symbian في نيسان / أبريل من العام ٢٠٠٩، فقد أصبحت منصة Symbian رسمياً في شباط / فبراير ٢٠١٠ مفتوحة المصدر.

وقد حصلت الأجهزة القائمة على نظام التشغيل Symbian على ٤٦.٩٪ من مبيعات الهواتف الذكية للعام ٢٠١٠، مما جعله نظام التشغيل المحمول الأكثر شعبية في العالم. ❀ ويكيبيديا: الموسوعة الحرة ❀

لكن Apple استطاعت أن تحتفظ بمركز متميز في السوق العالمية، من خلال هاتفها الذكي الشهير iPhone ، مثلها مثل Research in Motion Limited، الشركة المصنعة لأجهزة الهواتف الذكية Blackberry .

ولربما من الضروري الإشارة هنا الى واحدة من محاولات كبرى شركات الاتصالات الإبقاء على الكمبيوتر المحمول في دائرة المنافسة مع الهواتف الذكية، من خلال الانتاج المميز لشركة Apple للكمبيوتر اللوحي iPad الذي قال عنه امبراطور صناعة الاعلام روبرت مردوخ، بأنه سيغير " قواعد اللعبة " في مجال الإعلام، وحذر من التغيرات التي يشهدها قطاع الصحف، ومن تحول القراء إلى تفضيل استخدام الإنترنت.

وقال مردوخ إن هذا الكمبيوتر اللوحي سيؤدي إلى إعادة توجيه الصحافة وهو التقنية الأمثل لتشجيع المستهلكين على الدفع مقابل محتويات الصحافة الإلكترونية، وإن الكمبيوترات اللوحية "ستتيح لنا القيام بأشياء كثيرة وهي بصدد تطورها تكنولوجيا، علينا أن نطور طريقة منهجية في تقديم الأنباء".

ويرى أن جيلاً جديداً من مستخدمي الإعلام، "نما على أن يحصل على المحتوى ساعة يشاء، كيفما يشاء، وحتى كما يشاء" وهذا ما توفره أجهزة الكمبيوتر اللوحي .

ويشبه مردوخ، الإعلام الجديد مثل " الوجبات السريعة... يستهلكها الناس خلال حركتهم، حيث يشاهدون الأخبار، الرياضة والأفلام خلال السفر على أجهزتهم الجواله ".

ويتوافق جون راي ميلر رئيس قسم الصحافة الإلكترونية في صحيفة The Times مع تكهنات مردوخ، إذ يرى إن الكمبيوترات اللوحية مثلاً قد تسمح للصناعة الإعلامية بإعادة صياغة نفسها لتميل أكثر نحو المحتوى المدفوع.

ويضيف ميلر أنه من المبكر جداً الحكم على تجربة الإعلام الإلكتروني المدفوع، لكن التوجه إلى القراء عبر الإنترنت " فكرة حان ميعادها ".
﴿صحيفة الوسط (٢٠١٠)﴾

وبالفعل، فقد أطلق قطب الإعلام روبرت مردوخ، صحيفة رقمية حصرياً لجهاز I Pad وأجهزة الكمبيوتر اللوحية الأخرى، وفقاً لموقع Women's Wear WWD.com, Daily

وشكل مردوخ، الذي لم يخف مطلقاً رغبته بفرض رسوم على المحتويات الإخبارية لمتصفحى الانترنت، فريقاً من الصحفيين للإشراف على المشروع الإخباري الجديد الذي أطلق عليه اسم "اليومية" The Daily، وتركز "اليومية"

على الأخبار المحلية كما ستجمع سمات صحف Tabloid الصحف النصفية، ويقود رئيس التحرير السابق لصحيفة New York Post، جيسي أنغلو، الطاقم الصحفي الذي سيشرف على تحرير الصحيفة الرقمية. ﴿CNN (٢٠١٠)﴾

وكانت شركة Apple العملاق الأمريكي لصناعة التكنولوجيا الرقمية، قد كشفت في مطلع العام ٢٠١٠ عن جهاز I pad ، وهو كمبيوتر لوحي وصف بأنه "منتج سحري يمثل ثورة" في عالم الكمبيوتر.

وفي سبتمبر/ أيلول من العام نفسه، أزاحت Research in Motion Limited المصنعة لهاتف Blackberry ، النقاب عن Playbook لتدخل به الشركة الكندية المنافسة في صناعة أجهزة الكمبيوتر اللوحي.

ولعل التطور الأهم هنا يتعلق بدخول شركة Samsung، على هذا الخط أيضاً عندما أصدرت نسختها من الكمبيوتر اللوحي، ما أشعل سوق المنافسة، حيث قالت Apple انه نسخة من كمبيوترها اللوحي Ipad، ولجأت الى المحاكم لإيقاف بيع نسخة Samsung، لكن محكمة أمريكية أصدرت في آب / أغسطس من العام ٢٠١٢، حكمها النهائي في قضية أُعتبرت من أكبر القضايا القانونية المتعلقة ببراءات الاختراع، فبعد معركة قضائية طويلة وجدت المحكمة بان Samsung تنتهك بالفعل براءات اختراع Apple في ٢١ هاتفاً من هواتفها، لكنها قالت بأن سلسلة Galaxy Tab اللوحية لا تنتهك براءات اختراع Apple في جهاز I Pad.

ونتيجةً لذلك فرضت المحكمة على Samsung دفع غرامة لصالح Apple بلغت أكثر من مليار وخمسين مليون دولار، كما برأت المحكمة Apple من انتهاك براءات اختراع Samsung .

I Phone و Blackberry ، صراع الخصوصية في الإعلام الجديد

ومع كل ما أخذت تحققه الكمبيوترات اللوحية من حضور واضح في عالم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، إلا أن الهواتف الذكية المتنقلة ظلت مقصداً مميزاً للجمهور، لاسيما بعد أن تحولت هذه الهواتف الى كمبيوترات صغيرة تَحْمَل وتُحْمَل مختلف برامج الكمبيوتر .

ولعل التنافس الأبرز في هذا المجال، هو الحضور اللافت لكل من الهاتفين الذكيين الشهيرين I Phone و Blackberry .

وتظل الضجة التي أثرت في أنحاء مختلفة من العالم، على استخدام هواتف Blackberry، هي واحدة من أكثر الدلائل وضوحاً على الدور المؤثر الذي بدأت تلعبه الهواتف الذكية في مرحلة " ما بعد الاعلام الجديد " .

لقد خاض مستخدمو هذا النوع من الهواتف الذكية (التي تمتاز بالعديد من الممكّنات التقنية التي اسهمت في انتشار استخدامه حول العالم وجعلته بعيداً عن اساليب الرقابة التقليدية التي تفرض على وسائل الاتصال، وذلك من خلال احتفاظه بقمر اصطناعي خاص به حول العالم، ومزود بنظام تشفير متقدم) صراعاً مريراً للابتعاد به آليات الرقابة التي تفرضها أنظمة الاتصالات الوطنية السائدة في كل بلد عبر الشركات المحلية المزودة لخدمات الاتصالات.

إن ميزة المحافظة على خصوصية المراسلات الالكترونية التي يوفرها هذا النوع من الهواتف، جعلته محطّ أنظار رجال الأعمال وأصحاب الوظائف المهمة، الذين تتطلب وظائفهم كثرة السفر، ومع ذلك يواصلون متابعة بريدهم الالكتروني أولاً بأول مع المحافظة على سرية هذا البريد الذي لا تستطيع الشركات المحلية المزودة لخدمات الهاتف النقال، الوصول إليه إلا إذا حصلت على بيانات معينة من الشركة المصنعة لهذا الهاتف تساعدها في فك التشفير.

وحيث أن نظام التشفير الذي استخدمته شركة Research in Motion Limited في هواتفها ظلّ نظاماً معقداً الى درجة أن موظفي الشركة أنفسهم غير قادرين على الدخول اليه، فقد واجهت هذه الشركة ضغوطات عالمية لفك شفرها أمام إلحاح وضغوطات بعض الحكومات.

ففي الهند مثلاً، حذرت الحكومة الهندية من أنها ستبدأ بمنع الرسائل المرسلة من هذه الأجهزة والبريد الالكتروني، إذا لم تبتكر الشركة المصنعة طريقة يمكن من خلالها فك تشفير الرسائل.

وقال وزير الدولة الهندي للاتصالات ساشين بيلوت إن حكومة بلاده " ليست في وارد الغاء خدمات Blackberry، ولكنها ليست مستعدة أيضاً للتضحية بمصالحها الأمنية.

ويضيف " لقد تم التعبير عن هذه المخاوف في مناطق أخرى من العالم، ولا أرى سبباً يدفع الحكومة للمخاطرة من أجل التكنولوجيا."

واقترحت Research in Motion Limited على الهند إنشاء هيئة لتبادل المعلومات مع مصنعي أجهزة الاتصالات، لإعداد التوصيات الإجرائية والسياسات التي تدعم احتياجات الهيئات القانونية مع المحافظة على سرية المعلومات للشركات والمؤسسات الهندية.

وتريد الهند شأنها في ذلك شأن دول عدة لاسيما في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، الوصول إلى الاتصالات المشفرة لجهاز Blackberry التي جري الربط في تقارير صحفية، بينها وبين أنشطة قام بها متشددون بالاستفادة من امكانيات هذا الجهاز المحمول، كانت وراء تعرض الهند لاعتداءات دامية مثل هجمات مومباي في العام ٢٠٠٨ والتي أوقعت ١٦٦ قتيلاً.

ولاحقا، نقلت صحيفة Times of India عن أن الشركة المصنعة قالت إنها يمكن أن تُطلع الحكومة الهندية على عنوان بروتوكول الانترنت الخاص بخدمات Blackberry للشركات وأرقام التعريف الشخصي والهوية الدولية للهواتف

المحمولة للمستخدمين، بيد أن الحكومة الهندية رأت أن ذلك غير كافٍ وتريد وصولاً كاملاً للبيانات.

كما دخل عدد من الدول العربية على خط الأزمة مع Blackberry، عندما أعلنت بعضها عدم رضاها على كون هذا النوع من الهواتف يعمل بنظام خارج عن اية سيطرة وطنية .

وبلغت الأزمة أوجها في آب / أغسطس من العام ٢٠١٠، عندما تحدثت دول مثل الامارات و السعودية والجزائر ولبنان وغيرها صراحة عن نيتها ايقاف خدمات بعينها في هذا الهاتف مثل "الماسنجر" و"البريد الالكتروني" الخاضعين لنظام تشفير خاص يصعب معه تعقب البيانات والصور المتداولة فيهما.

واتخذت السعودية قراراً مماثلاً مطالبة بمراقبة هذه الهواتف، وهددت بقطع الخدمة ومنع استخدام هذه الأجهزة خلال مدة معينة، قبل ان تتوصل الى اتفاق مع الشركة الكندية المصنعة التي قدمت للحكومة السعودية خيارين، هما وضع خوادم في السعودية أو برنامج يمكن الحكومة السعودية من الوصول إلى البيانات في الحالات التي تؤثر في الأمن القومي.

وقالت وكالة انباء رويترز في ٥ / ٨ / ٢٠١٠، ان حكومة الإمارات،التي نشبت بينها وبين الشركة الكندية أزمة مماثلة، اقترحت للسماح بتداول خدمة Blackberry على أراضيها أن تقوم شركة RIM بتركيب خادم يتحكم في خدمات هاتفها داخل الدولة .

وفي العام ٢٠١٠ أيضاً، أعلن مسئول في قطاع الاتصالات اللبناني ان السلطات اللبنانية تجري تقييمات متعلقة بهاتف Blackberry المتعدد الوسائط.

وقال عماد حب الله رئيس الهيئة المنظمة للاتصالات اللبنانية: "نحن بحاجة لإبرام اتفاق مع Blackberry او على الأقل التفاهم مع الشركة (...). للتمكن من الوصول الى البيانات أو الخوادم ومعالجة المخاوف"

كما حدثت حالات مماثلة في دول عربية مثل البحرين والجزائر، ما دفع الحكومتين الكندية والأميركية للدخول في مفاوضات مع تلك الدول لحثها على عدم تعطيل خدمات Blackberry

إذ أعلنت واشنطن في الخامس من آب / أغسطس من العام ٢٠١٠، خوضها مفاوضات بين خبراء اميركيين وأماراتيين لمحاولة تسوية النزاع.

وقالت وزيرة الخارجية الامريكية هيلاري كلينتون، ان الولايات المتحدة ستجري محادثات فنية مع دولة الإمارات العربية المتحدة ودول أخرى بشأن حظر خدمة التراسل عبر هاتف Blackberry

وأضافت: " نأخذ وقتاً للتشاور وتحليل المجموعة الكاملة من المصالح والقضايا المطروحة لأننا نعرف أنه يوجد مبعثٌ مشروع للقلق الأمني لكن يوجد أيضاً حق مشروع لحرية الاستخدام والوصول للخدمة"

كما قال وزير التجارة الكندي بيتر فان لون "إن كندا قلقة بشأن الأنباء عن الحظر وتداعياته الأوسع نطاقاً".

وأضاف، مشيراً إلى السعودية والإمارات: "نحن على اتصال مع مسؤولين في الشركة بخصوص هذه المسألة ونعمل مع مسؤولين حكوميين في هذين البلدين"

وبحسب خبراء تقنية اتصالات استطلعت آرائهم وكالة الصحافة الفرنسية في

٤ اب / اغسطس من العام ٢٠١٠ فان حملة التضييق التي تعرضت لها خدمات Blackberry في عدد من الدول، تعد بحسب خبراء أمنيين "شهادة على مدى صعوبة اختراق تلك الشبكة"

ويشرح كيفن ماهافي من شركة Lock Out لأمن الهواتف النقالة، ان "نظام الأمان في Blackberry مختلف كثيراً عن الهواتف الاخر، حيث أنه يعمل من طرف الى طرف والتشفير قوي الى درجة أن لا أحد يعرف كيف يراقبه". واقامت الشركة الكندية، منصة خاصة بها لزيائنها من رجال الاعمال، تقوم

بتشفير الرسائل الالكترونية وتسيرها بشكل يبقي البيانات التي تتضمنها حتى خارج نطاق شركات الاتصالات المحلية التي تؤمن البث.

وتقول الشركة المصنعة: ان الامن في الجهاز مصمم للسماح للمستخدمين من رجال الاعمال ب"نقل معلومات لاسلكيا وهم على ثقة بان احدا حتى RIM لا يمكنه الوصول الى تلك المعلومات".

وقال جون هيرينغ المدير التنفيذي ل Lock Out : " أمنهم جيد الى درجة أن بعض الدول لا تشعر بالإرتياح لفكرة أنه ليس بإمكانها رصده."

وقد أصبح جهاز Blackberry (الذي ظل معشوق المدراء التنفيذيين والساسة بمن فيهم الرئيس الأمريكي باراك أوباما) مستهدفاً بسبب خدماته المشفرة للبريد الالكتروني والتراسل الفوري "المانجر".

وفي الوقت الذي شهدت فيه هواتف I phone إقبلاً شديداً من قبل مستخدمي الهواتف الذكية الذين رحبوا بالألعاب وشبكات التواصل الاجتماعي ومشاهدة الفيديو وغيرها من الاستخدامات الترفيهية، بقيت هواتف Blackberry هي المفضلة لدى رجال الأعمال الذين يريدون اتصالات متنقلة آمنة .

وبالرغم من كل السجال الذي أثاره الاستخدام الواسع للهواتف الذكية حول العالم، فإنه لم يمنع الملايين من استخدام التقنيات التي تقدمها هذه الهواتف، والملفت أن هذا الاستخدام تجاوز الأطار الشخصي ليأخذ بعدهُ الاتصالي الجماهيري، من خلال إنشاء الاف المجموعات الالكترونية التي تتبادل المعلومات والأخبار والصور الثابتة والفيديوية في إطار إعلامي يستفيد من الامكانيات التقنية التي توفرها هذه الهواتف .

ففي البحرين مثلاً، أطلقت أكثر من مؤسسة إعلامية وجهات وجماعات، خدمات إخبارية مجانية لمستخدمي هواتف Blackberry ، تُرسل من خلالها

يوماً لآلاف المشتركين داخل البحرين وخارجها، الأخبار والصور عن الأحداث البحرينية والخليجية والعربية والدولية، السياسية منها والاقتصادية والرياضية والفنية فضلاً عن أخبار الغرائب والطرائف.

ويفرض هذا الدخول الإعلامي على خط الهواتف الذكية استحضاراً لمنظومة الأخلاقيات المهنية الإعلامية التي تزداد الحاجة إليها بازدياد أعداد المستخدمين لها، ولربما تصبح الحاجة هنا أكثر إلحاحاً مع الاستخدام الواسع للهواة لهذه الخدمات الإعلامية التي لا تتطلب سوى امتلاك جهاز هاتف ذكي، يُمكن صاحبه من تأليف مجموعة تتلقى الأخبار والصور التي يقوم صاحب الهاتف الذكي بإرسالها اعتماداً على مواهبه الشخصية في التقاط المعلومة أو الصورة ومن ثم إرسالها لآلاف المشتركين في مجموعته، أو ضمن مجموعات أخرى .

وهكذا تنتقل المعلومات والأخبار والصور من مجموعة هاتف ذكي الى أخرى، وهنا يصبح الحديث عن التوصل الى أجندة أخلاقية في هذا النوع المتقدم من الإعلام الجديد، ضرورة لا بد منها إذا أردنا الحديث عن بقاء واستمرار ومن ثم تطور المنصات المختلفة التي تنتج المنتجات الإعلامية الجديدة، وفي المقدمة منها هنا الهواتف الذكية، التي لم تعد فقط مجرد هواتف للاتصال الهاتفي الشخصي وإرسال الرسائل النصية، بل أصبحت - بهذا الشكل أو ذاك - تحسب ضمن وسائل الاتصال الجماهيري الجديد.

ولربما يعطينا هذا الجدل حول خدمات Blackberry، مثلاً عن الطبيعة المعقدة للصراع المتواصل بين "المنع" و"الإتاحة"، ومبررات كل منهما، والذي أخذ أبعاداً أكثر مع ظهور تقنيات الإعلام الجديد .

ما يعني أن الأمر بحاجة الى فلسفة جديدة في التعاطي مع الإعلام الجديد نغادر معها إجراءات المنع والحجب، الى مرحلة التفاعل الحقيقي مع ما يستجد من

تطورات تقنية في وسائل الاتصال الجماهيري، وفي المقابل، فأن وجود إطار مرجعي قيمي أو أخلاقي يتداوله مستخدمو هذا النوع من الإعلام، سيجعلهم أقرب الى استخدام نموذجي، نتجنب معه ما قد يترتب على سوء الاستخدام أو الاستهتار بالآثار الناتجة عن عدم وجود "استخدام أخلاقي" لهذه التقنيات الإعلامية.

عالمٌ يتغير وقوانينُ إعلام لا تتغير

نماذج عربية

((يا حكومات العالم الصناعي... يا عمالقة اللحم والحديد
المملين، أنا من الفضاء التخليقي، بيت العقل الجديد، نيابة
عن المستقبل، أسألكم أنتم يا أصحاب الماضي أن
تتركونا وشأننا، غير مُرحب بكم بيننا.))

جون بيري بارلو

على الرغم من أن البحث في منطقتنا عن إطار مرجعي لتنظيم عملية النشر في الإعلام الجديد، ظلت مواكبة لبواكير بدء استخدام الانترنت عربياً، حيث كانت تونس أولى الدول العربية التي استخدمت الانترنت في العام ١٩٩١، تلتها الكويت في العام ١٩٩٢ ثم الامارات العربية المتحدة العام ١٩٩٣، فالجزائر ولبنان والمغرب في العام ١٩٩٤، فالبحرين في العام ١٩٩٥، ثم توالى الدول العربية الاخرى في استخدام الانترنت كالمملكة العربية السعودية في نهاية العام ١٩٩٩، ثم في العام ٢٠٠٠، كلاً من سوريا والعراق وليبيا والصومال. ❁ د. عباس مصطفى صادق (٢٠٠٣): صحافة الانترنت، ص ١٦٢. ❁

إلا أن الحديث عن تنظيم من نوع ما لعملية النشر الالكتروني كانت تصطدم دائماً بعدم وضوح الصورة لدى السلطات التنفيذية، وحال الانبهار التكنولوجي الذي ساد المنطقة، فحصل نوع من التشويش لم يستطع معه معظم الدول العربية

إصدار تشريعات قانونية واضحة ومحددة لتنظيم النشر في الانترنت، فبينما اكتفى بعض هذه الدول بسحب قوانين الإعلام والمطبوعات التقليدية وجعلها شاملة للصحافة الجديدة، قامت أخرى بإجراء تعديلات في قوانين النشر النافذة لتغطية عدم وجود نص قانوني ينظم هذه العملية الاتصالية متسارعة النمو والتطور، فيما اكتفت دول أخرى بإصدار تعليمات أو قرارات إدارية تعالج فيها كل حالة بحالتها.

في الجانب الآخر، ظل المشتغلون بوسائل الإعلام الجديد، يتوجسون ريبة من أي تحرك على أي مستوى كان لإيجاد نوع من أنواع التنظيم، يسيطر عليهم هاجس أن التنظيم الحكومي يعنى - في أغلب الاحيان- قوانين صارمة تمكن السلطات من إحكام قبضتها على مضمون ما يُنشر عبر المنصات المختلفة للإعلام الجديد، بالإضافة الى أن فلسفة الانترنت التي رافقته منذ ظهوره الأول، من حيث كونه (فضاء غير متناه، لا تحده حدود ولا تقيد مقييدات)، تجعل مجرد التفكير باجتراح أية محددات، نوع من الرقابة التي طالما أشتكى ويشتكى منها الإعلاميون عموماً.

وظل الصحفى الالكترونى في مختلف أنحاء العالم ينتج إعلاماً جديداً، لا غطاء له سوى بعض تقاليد عمل ترقى في بعض المجتمعات المتقدمة الى " لوائح أخلاقية "، درج المدونون الالكترونيون والمشتغلون في الإعلام الجديد على مراعاتها "عرفاً" في ما ينشرون الكترونياً، ففي العام ١٩٩٦، أرسل أحد نشطاء الإنترنت وهو جون بيرى بارلو إلى "منتدى دافوس" ما أسماها (وثيقة إعلان استقلال الفضاء التخيلى)، قال فيها: " يا حكومات العالم الصناعى... يا عمالقة اللحم والحديد المملين، أنا من الفضاء التخيلى، بيت العقل الجديد، نيابة عن المستقبل، أسألكم أنتم يا أصحاب الماضى أن تتركونا وشأننا، غير مُرحب بكم بيننا... لا توجد لديكم أية سيادة في أماكن تجمعنا، ليست لدينا حكومة منتخبة،

ومن غير المحتمل أن تكون لدينا واحدة... لذلك لا أخاطبكم بسلطة أكبر من تلك التي نتحدث بها الحرية دائماً، أعلن أن المساحة الاجتماعية الكونية التي نقوم ببنائها مستقلة بطبيعتها عن الطغيان الذي تسعون إلى فرضه علينا، ليس لديكم الحق المعنوي لحكمنا.. ولا تملكون أية وسائل نجدها مخيفة لإجبارنا على ذلك".

إن رسالة من هذا النوع، كفيلة بتبيان أي توجس يسيطر على الصحفيين الالكترونيين من أي تدخل او محاولة تدخل، ولكن في المقابل، فإن عدم الوضوح القانوني أو الإجرائي تجاه ما يُنشر في وسائل الإعلام الجديد في هذه المنطقة، تحتاج الى مراجعة جادة تستهدف وضع إطار أخلاقي لمنتجات الانترنت، لاسيما مع الأعداد المتزايدة كل يوم لمستخدميه في منطقتنا أو في العالم، إذ بلغ عدد مستخدمي الانترنت العرب في العام ٢٠٠٩، ٥٨ مليون مستخدم، وعدد المدونات العربية نحو ٦٠٠ الف [الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان \(٢٠٠٩\)](#): الانترنت في العالم العربي، ص ٥٥، قفز إلى أكثر من ٧٧ مليون مستخدم في منطقة الشرق الأوسط نهاية العام ٢٠١١، بحسب إحصائية لموقع Internet World Stats <http://www.internetworldstats.com/>، الذي قال إن نسبة انتشار استخدام الإنترنت في منطقة الشرق الأوسط مقارنة بعدد سكانها بلغ حوالي ٣٦ ٪ مع بداية العام ٢٠١٢، واحتلت هذه المنطقة المرتبة السادسة عالمياً في استخدام الانترنت من بين قارات ومناطق العالم، وهي نسبٌ تزداد باضطراد، إذ بلغ عدد مستخدمي الانترنت حول العالم في العام ٢٠١٢، نحو ٢,٥ مليار مستخدم بحسب احصائيات لموقع Worldometers <http://www.worldometers.info/>، وأكثر من ٥٥٥ مليون موقع الكتروني، وأكثر من ٢ مليارات حساب الكتروني بحسب احصائيات موقع Pingdom <https://www.pingdom.com/>، كما وصل عدد مستخدمي موقع التواصل الاجتماعي الشهير Facebook في العام ٢٠١٢ الى أكثر من مليار مشترك بحسب

إحصائية اعلنها الموقع نفسه، أي أن واحداً من كل سبعة على ظهر كوكب الأرض أصبح لديه حساب مُسجّل على Facebook .

وتقول باربارا أوتوتاي، الكاتبة المتخصصة في مجال التكنولوجيا بوكالة Associated Press: " هناك مليار مستخدم، الآن لا يمكن الدخول إلى Facebook من الصين التي يصل تعداد سكانها إلى أكثر من مليار نسمة، يمثلون ربع عدد مستخدمي الإنترنت في العالم ". ❁ وكالة انباء AP (٢٠١٢) ❁، وتشير دراسة نشرتها شركة Simeocat التي تتخذ باريس مقراً لها والمتخصصة في الأبحاث المتعلقة بشبكات التواصل الاجتماعي، الى أن عدد مستخدمي موقع Twitter بلغ نصف مليار في نهاية حزيران/ يونيو من العام ٢٠١٢، وبلغ مجموعهم في الولايات المتحدة الامريكية لوحدها ١٤٠ مليون مستخدم، فيما تعتبر اللغة العربية هي اللغة السادسة الاكثر استخداما في هذا الموقع. ❁ وكالة انباء AFP (٢٠١٢) ❁

إن مثل هذه الارقام غير المسبوقة على مستوى انتشار وسائل الإعلام الجديد واستخداماتها، والمرشحة للتصاعد يوماً بعد آخر، تستدعي من المعنيين سواء كانوا باحثين أو مشتغلين، الالتفات الى ضرورة أن يكون الارتقاء باحترافية وتقنية ما ينتجون الكترونياً، متوائماً مع الارتقاء به أخلاقياً أيضاً، فالأخلاق جوهر الاحترافية، والابداع يظل منقوصاً ما لم يحمل معه روحه القيمية، بغض النظر عن حدود وسقوف ومعاني هذه القيم .

إن شواغل منتجي الإعلام الالكتروني والخشية من تسرب اجراءات قمعية الى الفضاء الالكتروني، مفهومة ومقدرة، لكن وجود لوائح أخلاقية للإعلام الجديد، قد يكون مفيداً من جانب آخر من حيث أنه يحدّ - ربما - من توجه الحكومات غير الديمقراطية نحو إصدار تشريعات قاسية، ويُسقط من يدها ما تسميه مبررات ودواعي التدخل الحكومي لأغراض تنظيمية .

وبرغم أن قوانين النشر و الصحافة والإعلام العربية تكاد تُجمع بُمجملها على التزامها باحترام حرية التعبير والصحافة، والحق الأصيل للفرد في التعبير عن أفكاره وآرائه، فإن العديد من هذه الدول سرعان ما يتراجع ويتنكر لكل هذه الالتزامات في أول اختبار تواجهه، وربما نسمع بشكل مستمر عن اعتقالات وأحكام بالسجن لناشطين الكترونيين أو إغلاق لمواقع الكترونية في معظم الدول العربية.

ومع أن بعض الدول العربية استشعر مبكراً أهمية الإعلام الجديد، فسارع لإصدار تشريعات ذات صلة بالإنترنت والمعلوماتية، لكن هذه التشريعات في معظمها لم تخرج عن ذات الفلسفة والثقافة المستندة الى المنع والغلق والتجريم .

الإمارات ... أول من يُشرع قوانين الانترنت عربياً

تعد دولة الإمارات العربية المتحدة، من الاوائل عربياً في إصدارها التشريعات المنظمة للإنترنت، ومع أن بعض الاحصاءات تشير إلى أنها من أعلى الدول العربية استخداماً للإنترنت، كما تعد إمارة دبي أهم موقع في الشرق الاوسط متخصص في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من خلال مدينة دبي للانترنت ومدينة دبي للإعلام، فإن "القانون الاتحادي رقم ٢ لسنة ٢٠٠٦ بشأن مكافحة جرائم تقنية المعلومات" الذي أصدرته دولة الإمارات، ويعد واحداً من اوائل القوانين العربية في هذا المجال، يَنظرُ له حقوقيون على أنه يتضمن " العديد من المواد المرنة والمطاطة ". ﴿الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان، مصدر سابق، ص ١٦﴾.

إذ تنص المادة (١٢) من هذا القانون على أن " كل من أنتج أو أعد أو هياأ أو أرسل أو خزن بقصد الاستغلال أو التوزيع أو العرض على الغير عن طريق الشبكة

المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات ما من شأنه المساس بالأداب العامة أو أدار مكاناً لذلك، يُعاقب بالحبس وبالغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين . فإذا كان الفعل موجهاً إلى حدث فتكون العقوبة الحبس مدة لا تقل عن ستة أشهر والغرامة لا تقل عن ثلاثين ألف درهم."

وتنص المادة (١٥) من نفس القانون على أن " يُعاقب بالحبس وبالغرامة أو بإحدى هاتين العقوبتين، كل من ارتكب إحدى الجرائم التالية عن طريق الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات :الإساءة إلى أحد المقدسات أو الشعائر المقررة في الأديان الأخرى متى كانت هذه المقدسات والشعائر مصونة وفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، سب أحد الأديان السماوية المعترف بها، أو حض عليها أو روج لها، وتكون العقوبة السجن مدة لا تزيد على سبع سنوات إذا تضمنت الجريمة مناهضة للدين الإسلامي أو جرحاً للأسس والمبادئ التي يقوم عليها، أو ناهض أو جرح ما علمَ من الدين الإسلامي بالضرورة، أو نال من الدين الإسلامي، أو بشرَّ بغيره أو دعا إلى مذهب أو فكرة تنطوي على شيء مما تقدم أو حبذ لذلك أو روج لها."

أو المادة (١٦) التي تنص على أن " كل من اعتدى على أي من المبادئ أو القيم الأسرية أو نشر أخباراً أو صوراً تتصل بجرمة الحياة الخاصة أو العائلية للأفراد ولو كانت صحيحة عن طريق الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات، يعاقب بالحبس مدة لا تقل عن سنة وبالغرامة التي لا تقل عن خمسين ألف درهم أو بإحدى هاتين العقوبتين "

اما المادة (٢٠) من نفس القانون فتنص على ان " كل من أنشأ موقعاً أو نشر معلومات على الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات لأية مجموعة تدعو لتسهيل وترويج برامج وأفكار من شأنها الإخلال بالنظام العام والأداب العامة يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على خمس سنوات."

فيما تنص المادة (٢١) على ان "كل من أنشأ موقعاً أو نشر معلومات على الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات لجماعة ارامية تحت مسميات تمويهية لتسهيل الاتصالات بقياداتها، أو أعضائها، أو ترويج أفكارها، أو تمويلها، أو نشر كيفية تصنيع الأجهزة الحارقة، أو المتفجرة، أو أية أدوات تستخدم في الأعمال الارهابية، يعاقب بالحبس مدة لا تزيد على خمس سنوات."

وفي تشرين الثاني / نوفمبر من العام ٢٠١٢، أصدرت دولة الإمارات تعديلات على قانون " الجرائم الإلكترونية " للعام ٢٠٠٦، ونصت التعديلات على أن " يُعاقب بالسجن كل من استعمل الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات بقصد السخرية أو الإضرار بسمعة أو هيبة أو مكانة الدولة أو أي من مؤسساتها أو رئيسها أو نائبه أو حكام الإمارات أو أولياء عهدهم أو نواب الحكام أو علم الدولة أو السلام الوطني أو شعارها أو نشيدها الوطني أو رموزها ". وبموجب هذا القانون " يُعاقب بالسجن كلُّ من أنشأ أو أدار أو أشرف على موقع على الشبكة المعلوماتية أو إحدى وسائل تقنية المعلومات يهدف أو يدعو الى قلب أو تغيير نظام الحكم في الدولة أو الاستيلاء عليه أو إلى تعطيل أحكام الدستور أو القوانين السارية في البلاد أو المناهضة للمبادئ الأساسية التي يقوم عليها نظام الحكم في الدولة". وينص القانون أيضا على السجن لكل من استعمل الأنترنت في "التخطيط أو التنظيم أو الترويج أو الدعوة لمظاهرات أو مسيرات أو ما في حكمها دون ترخيص من السلطة المختصة."

ويعاقب القانون بالسجن " كل من قدم إلى أي من منظمات أو مؤسسات أو هيئات أو أي كيانات أخرى معلومات غير صحيحة أو غير دقيقة أو مضللة وكان من شأنها الاضرار بمصالح الدولة أو الاساءة إلى سمعتها أو هيبتها أو مكانتها، وذلك باستخدام الشبكة المعلوماتية أو احدى وسائل تقنية المعلومات." وبموجب القانون يغلق "المحل أو الموقع" التي تتم من خلاله هذه المخالفات

لمدة محددة أو بشكل دائم، كما يتم ترحيل الأجنبي الوافد إذا ما أُدين بهذه المخالفات. ﴿ وكالة انباء AFP: ٢٠١٢ ﴾

قواعد قانونية للإنترنت في البحرين

وفي البحرين، شهدت البلاد انفتاحاً نسبياً على مستوى الحريات العامة بعد تولي الملك حمد بن عيسى ال خليفة مقاليد الأمور في البلاد في ٩ آذار / مارس من العام ١٩٩٩، وفي شباط / فبراير من العام ٢٠٠١ صوّت البحرينيون على ميثاق العمل الوطني، ثم أتخذ الملك جملة من القرارات والإجراءات الانفتاحية، كإلغاء قانون أمن الدولة وحال الطوارئ الذي كان سارياً في البحرين على مدى ٣٠ عاماً، وغيرها من الإجراءات التي نُظر إليها على أنها ستعزز الحريات العامة في البلاد، وعلى مستوى الإعلام وتكنولوجيا المعلومات، فقد تأسست هيئة تنظيم الاتصالات بموجب المرسوم بقانون رقم (٤٨) للعام ٢٠٠٢، كما صنفت البحرين في العام ٢٠٠٧ كأول دولة عربية في مؤشر "الفرصة الرقمية" (DOI)، وهو معيار لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مكون من ١١ مؤشراً، تصنف الدول فيه عبر ٣ مجموعات هي البنية التحتية، والفرصة، واستخدام الوسائط الرقمية، ثم أعلنت البحرين رائدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المنطقة ﴿ الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان، مصدر سابق، ص ٤٧ ﴾، وصار مجتمع الإنترنت البحريني - وبحسب الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان- "نشطا للغاية" بوجود نحو ٥٣٥ موقعا إلكترونياً ونحو ٢٠٠ مدونة.

وفي هذا البلد الصغير جغرافيا (مساحته ٧٥٠ كم مربع) وعدد سكانه بحسب احصاءات العام ٢٠٠٧، (١،٠٣٩،٢٩٧ نسمة، نصفهم تقريبا من المقيمين العرب

والاجانب)، يبلغ عدد مشتركي الانترنت فيه نحو ١١٤،٥٠٢ بحسب احصائية العام ٢٠٠٨، بعد أن كان في العام ٢٠٠٧ نحو ٧٩،٩٨٨ مشتركاً، ثم ارتفع ليصل الى أكثر من ٦٠٠ الف مستخدم في نهاية العام ٢٠١١ ﴿ وزارة التجارة والصناعة، مملكة البحرين (٢٠١١) ﴾ .

لكن منظمات دولية وإقليمية عدة ونشطاء بحرينيين، يتحدثون باستمرار عن استخدام سياسة حجب المواقع الالكترونية في معظم الاحيان، فضلا عن ملاحقة نشطاء الانترنت، لاسيما بعد حركة الاحتجاجات الواسعة التي شهدتها هذه المملكة الخليجية في آذار/ مارس، ونيسان / أبريل من العام ٢٠١١، حتى أن منظمة Freedom House صنّفت البحرين ضمن أكثر الدول التي شهدت تراجعاً في مؤشر حرية الإنترنت للعام ٢٠١٢، وأدرجتها في قائمة الدول "غير الحرة" في الإنترنت.

والتقرير الصادر عن Freedom House بشأن "حرية الإنترنت في العام ٢٠١٢: تقييم حرية الإنترنت والإعلام الرقمي في العالم"، صنّف ٤٧ دولة في العالم، بموجب ٣ مؤشرات رئيسية، هي: عقبات الوصول إلى المواقع الإلكترونية، والقيود المفروضة على المضمون الالكتروني، وانتهاكات حقوق مستخدمي الإنترنت، كما أنه يصنف الدول بحسب حرية الإنترنت فيها إلى ٣ تصنيفات: "دول حرة"، "دول حرة جزئياً"، و"دول غير حرة".

وأشار التقرير إلى أن ٢٠ من ٤٧ دولة، شهدت انحداراً كبيراً في مؤشر حرية الإنترنت بدءاً من كانون الثاني/ يناير من العام ٢٠١١، وكانت أكثرها انخفاضاً هي البحرين، وتلتها باكستان وإثيوبيا. ﴿ صحيفة الوسط (٢٠١٢) ﴾، وغالبا ما تبرر السلطات البحرينية منعها لبعض المواقع الالكترونية بكونها، إما مسيئة للأخلاق والتقاليد والقيم، أو أنها تثير الفتنة والحساسيات بين فئات المجتمع البحريني.

كما أنه لا يمكن في البحرين تأسيس موقع الكتروني إلا بعد استحصال موافقة مسبقة من وزارة الإعلام التي تحولت في العام ٢٠١١ الى "هيئة شؤون الاعلام"، بل أن استخدام الوسائط المتعددة Multi Media يتطلب هو الآخر إجازة مسبقة قبل استخدامها.

ويجرى العمل حالياً بالمرسوم بقانون رقم (٤٧) لسنة ٢٠٠٢ بشأن تنظيم الصحافة والطباعة والنشر، والذي ينسحب تطبيقه على الإعلام الجديد أيضاً، وتنص المادتان ١ و ٢ منه على ما يلي:

مادة (١): لكل إنسان حق التعبير عن رأيه ونشره بالقول أو الكتابة أو غيرهما وفقاً للشروط والأوضاع المبينة في هذا القانون ، وذلك كله دون المساس بأسس العقيدة الإسلامية ووحدة الشعب ، وبما لا يثير الفرقة أو الطائفية.

مادة (٢): مع مراعاة حكم المادة السابقة ، تكون حرية الصحافة والطباعة والنشر مكفولة وفقاً للشروط والأوضاع المبينة في هذا القانون.

لكن صحفيين وحقوقيين بحرينيين يشتكون من أن بعض مواد هذا القانون قد تُحاسب الصحفيين وفقاً لقانون العقوبات البحرينى، فضلاً عن أن المادة ١٩ من هذا القانون والتي تنص على أنه " يجوز بقرار من الوزير منع تداول المطبوعات التي تتضمن المساس بنظام الحكم في الدولة أو دينها الرسمي أو الإخلال بالآداب أو التعرض للأديان تعرضاً من شأنه تكدير السلم العام ، أو التي تتضمن الأمور المحظور نشرها طبقاً لأحكام هذا القانون، ولذوي الشأن الطعن في قرار منع التداول أمام المحكمة الكبرى المدنية خلال خمسة عشر يوماً من تاريخ صدوره أو العلم به ، وتفصل المحكمة في الدعوى على وجه الاستعجال."، يقول ناشطون بحرينيون أنها استخدمت غير مرة كمرجع قانونى لإغلاق عدد من المواقع الالكترونية برغم أنها تتحدث عن "المطبوعات" وليس عن "الإعلام الالكتروني"، كما انها مادة عامة وصياغتها فضفاضة، ويمكن أن يدخل ضمنها الكثير من الاجراءات.

وفي العام ٢٠٠٩، أصدرت وزارة الإعلام البحرينية قرارها ذي الرقم (١) الذي تضمن المواد التالية:

المادة (١): على كافة شركات الاتصالات ومزودي خدمات الإنترنت الالتزام بحجب المواقع الإلكترونية التي يصدر بشأن حجبها قرار من الوزير.

المادة (٢): على شركات الاتصالات ومزودي خدمات الإنترنت حجب المواقع الإلكترونية الإباحية والمخلة بالأداب العامة.

المادة (٣): على كافة شركات الاتصالات ومزودي خدمات الإنترنت منع جميع الطرق المتعارف عليها للنفوذ للمواقع المحجوبة سواء عن طريق عناوين الإنترنت (أسماء النطاق) من خلال استخدام الخادم البديل proxy أو بطريقة أخرى.

المادة (٤): يُمنع إزالة الحجب عن أي موقع إلكتروني إلا بقرار من الوزير
صحيفة الوسط (٢٠٠٩)، ص ١٥، ١٤.

مصر... إنترنت الثورة

أما مصر، أكبر الدول العربية وأكثرها سكاناً (نحو ٩٠ مليون نسمة)، والتي فيها أكبر عدد لمستخدمي الإنترنت عربياً، إذ يزيد عددهم عن ٣١ مليون مستخدم بحسب احصاءات وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لشهر نيسان/ابريل من العام ٢٠١٢، وبمعدل نمو شهري يبلغ ٠.٧٪، فيما بلغ عدد مستخدمي الإنترنت عن طريق الهاتف المحمول نحو ١١ مليون مستخدم في إبريل ٢٠١٢ بمعدل نمو شهري ١.٦٧٪ ﴿صحيفة المصري اليوم (٢٠١٢)﴾ .

وشهدت مصر ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، التي استخدم فيها الثوار وسائل الإعلام الجديد على نطاق واسع في الدعوة الى التظاهر أو الاعتصامات أو كشف وتوثيق ممارسات السلطات في قمع المتظاهرين، وإيصال الصور الفوتوغرافية أو الفيديوية عن مجريات الثورة أولاً بأول الى وسائل الإعلام الأخرى من فضائيات وصحف عبر تحميلها من خلال الهواتف الذكية المحمولة الى المواقع الالكترونية، والتي لم يفلح معها إقدام السلطات على قطع خدمة الإنترنت خلال الثورة، حتى أصبح استخدام منصات الإعلام الجديد سمة بارزة من سمات ثورة يناير ٢٠١١ في مصر إن لم تك السمة الأبرز على الإطلاق .

وكان المدونون الإلكترونيون في مصر قبل الثورة، يشكون دائماً من ان المحاسبة في فضاء الإنترنت تجرى ضمن قوانين النشر المتبع في الصحافة الورقية (قانون رقم ٩٦ لسنة ١٩٩٦ بشأن تنظيم الصحافة)، وهو ما لا ينسجم مع طبيعة الفضاء الإلكتروني الذي يتميز بحرية من دون حدود، وبحسب الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان كانت مصر (ما قبل الثورة) مصنفة مع لبنان من أكثر الدول العربية تصنفاً على مستخدمي الاتصالات". ﴿الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان، مصدر سابق، ص ٥ و ص ١٧٢﴾

وعلى الرغم من كل النشاط الإلكتروني الذي تتسم به مصر، هذه الحيوية الإلكترونية التي قادت وتصدرت ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، وكان لها دور مهم في إنجاحها، فمصر لاتزال بلا تشريع يُنظّم الإعلام الإلكتروني، بيدَ أن النصف الأول من العام ٢٠١٢ شهد محاولة من حزب الحرية والعدالة، الذراع السياسية لجماعة الإخوان المسلمين لتقديم مشروع " قانون لمكافحة جرائم الإنترنت"، وقال الحزب إنه انتهى من إعداد مشروع القانون، تمهيداً لعرضه على مجلس الشعب لمناقشته، لكن تسارع الأحداث السياسية وحل مجلس الشعب لاحقاً، وحجم الانتقادات الواسعة التي تعرضت لها مسودة القانون، لاسيما من قبل نشطاء الانترنت في مصر، كلها عوامل حالت دون اعتماده.

وكان مشروع ذلك القانون يتكون من ١٣ مادة تفرض " عقوبات رادعة" على بعض " مخالفات استخدام الانترنت"، إذ أقرّح المشروع مثلاً معاقبة "الهكرز" بالحبس لمدة عام، وغرامة لا تتجاوز ٥٠٠ ألف جنيه، كما أقرّح فرض عقوبة الحبس والغرامة التي لا تزيد على مليوني جنيه على كل من تعمّد الاستيلاء على بيانات بنكية أو ائتمانية أو ملكية الأوراق المالية، واستغلالها للحصول على أموال أو للابتزاز.

وتضمن المشروع أيضاً معاقبة كل من ينتج مادة من شأنها المساس بالنظام العام أو القيم الدينية أو الآداب العامة، أو حرمة الحياة الخاصة بالحبس لمدة لا تقل عن خمس سنوات وغرامة لا تزيد على ثلاثة ملايين جنيه. ﴿صحيفة الاهرام (٢٠١٢)﴾.

وأسهّم طرح مشروع هذا القانون (إعلامياً)، مع عدد من المناكفات السياسية والإعلامية، في ظهور أصوات تتحدث عن محاولات حزب الحرية والعدالة (الاخوان المسلمون)، فرض أجندته العقائدية والايولوجية والسياسية على الإعلام المصري، أو أنه يريد إعلاماً يدور في فلك سياسات "اخونة" الدولة والمجتمع في

مصر، بحسب بعض الناشطين، لكن "الإخوان" بدورهم، يشكون من سيطرة بقايا نظام مبارك على العديد من وسائل الاعلام، ويقولون أن " فلول نظام مبارك " يضحون مبالغ طائلة في محاولات لتشويه صورة "الإخوان"، وهو جدلٌ لم يقف عند حدود ما تنشره بعض الصحف الخاصة أو ما تبثه بعض الفضائيات الخاصة، لكنه امتد أيضاً الى وسائل الإعلام الجديد من مواقع الكترونية وغيرها، حتى أصبحت هذه المواقع بهذا الشكل أو ذاك ساحة الرئيسة التي يُريد كلُّ طرفٍ أن يُصَفِّي حساباته مع الطرف الآخر عبر استخدام وسائل الإعلام الجديد بكثافة ملحوظة، وصلت حد ما يمكن وصفه بـ "الإغراق الإعلامي".

الأردن: تعديلات قانونية لملاحقة " المواقع الفاجرة"

و في الأردن، التي يصل عدد السكان فيها الى ٦ ملايين و ٣٠٩ الاف و ٩٦٣ نسمة (إحصائية حزيران / يونيو ٢٠١٢)، يعيش ٨٢,٦ ٪ منهم في المدن والباقي في الريف والبادية، ويتركز ٣٨٪ من مجموع السكان في العاصمة عمان ❀ وكالة الانباء الاردنية، بتر (٢٠١٢)❀، فإن نحو ثلث الأردنيين بحسب إحصاءات العام ٢٠٠٩، يستخدمون الانترنت، وهو رقم سبق وأن أرتفع ٣٩١ ٪ خلال ٧ أعوام ونصف العام .

و سجل العام ٢٠١٢، أكثر من ٣,٥ مليون مستخدم للإنترنت في الأردن، وسيجاوز العدد حاجز الثلاثة ملايين ونصف المليون مع بداية العام ٢٠١٣، ليصل بذلك إلى نسبة انتشار تقارب الـ ٦٠٪. ❀هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الاردنية (٢٠١٢)❀ .

لكن الإعلام الجديد ومنصاته الالكترونية المختلفة، ظل يُعامل معه (قانونياً) في الأردن وفقاً لقانون الصحافة والمطبوعات لسنة ١٩٦٧، حتى تم اقرار تعديل لهذا القانون، وصف بكونه "مثيراً للجدل" في سبتمبر / ايلول من العام ٢٠١٢ .

ولعل أبرز ما تضمنه القانون المُعدّل، الذي قوبل برفض واسع من قبل الأوساط الإعلامية والحقوقية الأردنية منذ طرحه للمرة الأولى في العام ٢٠٠٩، أنه يلزم المواقع الالكترونية بالترخيص والتسجيل، وأن يكون لكل موقع إلكتروني إخباري، رئيس تحرير عضو في نقابة الصحفيين، وتطبق عليه التشريعات النافذة ذات العلاقة.

ونقلت صحيفة الشرق الاوسط اللندنية عن مصادر نيابية أردنية قولها: إن الهدف من إقرار التعديل هو حصر التعليقات التي تنشرها المواقع الإلكترونية وتنال من رموز الدولة وتمس الجيش والأجهزة الأمنية، وأن القصد هو أن يتحمل الناشر مسؤولية المواد المنشورة ضمن قانون المطبوعات الذي يحظر نشر أية مواد إعلامية تنال من العائلة المالكة والجيش والأجهزة الأمنية وإثارة النعرات الإقليمية والطائفية. ﴿صحيفة الشرق الاوسط: (٢٠١٢)﴾، ورد عدد من ناشري المواقع الإلكترونية الأردنية عبر إعلان رفضهم الترخيص وفق قانون المطبوعات الجديد الذي منح هذه المواقع الالكترونية مدة شهر للتسجيل لدى دائرة المطبوعات والنشر في وزارة الإعلام .

وقال بيان لعدد من مشرفي المواقع الإلكترونية: " إن الحكومة وضعت تشريعاً عجبياً، لتكميم أفواه الإعلام الحر، وحجب المواقع الإلكترونية والمنابر الإعلامية التي لا تسير وفق هوى الحكومات وأجندة أجهزتها الرسمية، (...) أن الحرب التي تشنها الحكومات والأجهزة الرسمية على الإعلام هي حرب عبثية على التطور والحدثة والقرية الكونية، التي أصبح منع التواصل من خلالها عصياً على الحكومات وأجهزة الرقابة مهما بلغت سطوتها " . ﴿صحيفة الزمان، في ١٧ / ١٠ / ٢٠١٢﴾

من جانبه، قال رئيس الوزراء الأردني عبد الله النسور خلال زيارته خيمة اعتصام أقامها ناشرو المواقع الإلكترونية في تشرين الأول / أكتوبر من العام ٢٠١٢ في العاصمة عمان احتجاجاً على إقرار القانون: " إن بعض المواقع تنشر أشياء فاجرة وغير لائقة واتهامات لأشخاص بالجاسوسية واللصوصية والفساد وغيرها من التهم"، مؤكداً ضرورة " عدم السماح بهكذا نوع من الإعلام الأسود الذي كان سبباً ودافعاً لإدخال التعديلات على القانون ". ❁ المملكة الأردنية الهاشمية، الموقع الرسمي لرئاسة الوزراء ❁

ومما يميز الجسم الصحفي الأردني، حيويته الواضحة في مجال إعداد موثيق الشرف المهني في السنوات القليلة الماضية، فقد توافق العاملون في محطات الاذاعة والتلفزة الأردنية على "ميثاق الشرف المهني الخاص بالعاملين في قطاع الإعلام المرئي والمسموع في الأردن" والذي تم التوقيع عليه في آذار / مارس من العام ٢٠١٠، وأشار الى جملة من التوصيات الأخلاقية في ممارسة العاملين في المحطات الاذاعية والتلفزيونية .

كما أعدت هيئة تحرير راديو عمان نت، لائحة أخلاقية للصحافة الالكترونية، أعلنت عنها في أيلول / سبتمبر من العام ٢٠١٢.

اليمن: الانترنت رغماً عن الفقر

وصل عدد مشتركى الانترنت في اليمن منتصف العام ٢٠٠٩، الى نحو ٣٧٠ ألف مشترك، ارتفع الى ٥٢٦٢٨٠ مشتركاً في العام ٢٠١٢ من عدد مجموع السكان الذي يصل الى ٢٤ مليون نسمة بحسب احصائيات برنامج الأغذية العالمى، ما يشير الى أن نسبة استخدام الانترنت في اليمن هى الأقل على مستوى المنطقة وربما العالم، لأسباب تتعلق بشيوع الأمية، والتي تصل الى نحو ٥٠ ٪، حيث احتلت اليمن المرتبة الأولى في معدلات الأمية بين الكبار بين الدول العربية من العام ١٩٨٠-٢٠٠٣ ❖ البنك الدولي للتعليم في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (٢٠٠٨) ❖، بالإضافة الى معدلات الفقر العالية في هذا البلد الذي يأتي في المرتبة ١١ في قائمة أكثر الدول انعداماً للأمن الغذائى، حيث تصل نسبة اليمنيين الذين يعيشون بنحو دولارين إثنتين في اليوم الى ٤٢ ٪، ❖ برنامج الاغذية العالمى التابع للأمم المتحدة (٢٠١٢) ❖، وهذه كلها أسباب توضح مستوى تدنى استخدام الانترنت في اليمن.

وظلت وزارة الإعلام اليمنية تقول: " أنه ومع عدم وجود قانون ينظم الصحافة الالكترونية في البلاد، كما أن الصحف الالكترونية ليس لديها تراخيص لمزاولة نشاطها، فهى إما تصدر عن مؤسسات إعلامية رسمية أو أهلية، لها وسائل إعلامية مطبوعة، أو أنها تصدر عن أحزاب وتنظيمات سياسية تعمل وفق قانون الأحزاب، لذا فإن الوزارة ستطبق على هذا النوع من الصحافة في حال ما إذا ارتكبت أية جريمة من جرائم النشر ما يطبق على الصحافة والمطبوعات ووسائل النشر الاخرى، الى أن يصدر قانون يُنظم نشاط الصحافة الالكترونية أو يعدل قانون الصحافة والمطبوعات النافذ، بحيث يتضمن مواداً لتنظيم الصحافة الالكترونية" ❖ صحيفة 26 سبتمبر (٢٠٠٤) ص ٨ ❖.

ولعب الإعلام الجديد بمنصاته المختلفة، دوراً مهماً في انجاح حركة احتجاجات واسعة اضطرت الرئيس اليمني السابق علي عبد الله صالح الى تسليم السلطة لنائبه، تحت ضغط تظاهرات مليونية شهدها معظم المدن اليمنية في العام (٢٠١١)، وفي إطار مبادرة خليجية، لنزع فتيل الأزمة السياسية التي عصفت بالبلاد.

كان ناشطو "الثورة اليمنية"، يستخدمون الانترنت على نطاق واسع في الدعوة للاحتجاجات والاعتصامات، وتوثيق انتهاكات القوى الأمنية الحكومية لحقوق المتظاهرين، فظهرت العديد من المواقع الالكترونية والمدونات التي تدعو الى الثورة، وتحض على التظاهر، وتكشف عمليات الفساد التي كان يتهم بها الرئيس اليمني السابق وعائلته والمقربين منه.

وسبق ان شهدت اليمن - قبل الثورة - ظاهرة فريدة من نوعها تتمثل في تراجع عدد المواقع الالكترونية بدلاً من ازديادها كما يحدث فيأماكن مختلفة من العالم، فمن ٩١٥ موقعاً إلكترونياً في العام ٢٠٠٧، تراجع العدد الى نحو ٤٦٠ موقعاً في العام ٢٠٠٨، وهو ما كان يعزوه البعض الى سياسة الحجب التي كانت تنتهجها السلطات اليمنية آنذاك.

﴿ الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان: مصدر سابق، ص ١٩٦ ﴾

نصف المغاربة يستخدمون الانترنت بلا قانون

وفي المغرب، بلغ عدد مستخدمي الانترنت نهاية أيلول/ سبتمبر من العام ٢٠٠٩ أكثر من ١٠ ملايين مستخدم، ارتفع في العام ٢٠١٢ الى نحو ٤٩ ٪ من مجموع سكان البلاد الذي يبلغ نحو ٣٢،٦٤٢،٠٠٠ بحسب احصائيات حكومية .

وتشير احصائيات قدمتها شركة Oxford Business Group في لندن منتصف العام ٢٠١٢، الى أن المغرب سجّل أكبر ارتفاع في عدد مستخدمي الإنترنت في منطقة شمال أفريقيا، حيث تعتمد الحكومة المغربية استراتيجية تُطلق عليها " المغرب الرقمي ٢٠٠٩-٢٠١٣ " التي اعلنت عنها في العام ٢٠٠٩ .

وصدر في المغرب القانون رقم ٥٣ - ٥ في العام ٢٠٠٧ الذي يُنظم مسائل التوقيع الالكتروني والعقود الالكترونية، بيد أن قانون الاتصال السمعي والبصري المغربي يتيح ثغرات قد تسمح بإحالة صحفيين أو مدونين للمحاكمات بسبب قضايا النشر بحسب حقوقيين. ﴿ الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان: مصدر سابق، ص١٨٧﴾.

وتعانى الصحافة الالكترونية في المغرب مثلها مثل بقية الدول العربية، من غياب قانون منظم، فيقول على كريمى عضو لجنة وضع مشروع قانون الصحافة الإلكترونية: ان " تعديل قانون الصحافة للعام ٢٠٠٢ أدى إلى مزيد من الحريات، لكن كانت هناك مشكلة وهى دمج مسألة الإنترنت والصحف الإلكترونية ضمن قانون الإعلام المسموع والمكتوب، ونحن الآن منصوبون على إنجاز قانون سينظم الصحافة الإلكترونية "www.andaluspress.com/news-flash-3410.html" و يُعد "تجمع المدونين المغاربة" أول هيئة وطنية تُعنى بالتدوين والمدونين بالمغرب، تأسست في آذار / مارس من العام ٢٠٠٩، وهى جمعية مدنية مستقلة تضم بين أعضائها المدونون بالعربية والفرنسية والأمازيغية واللغات الاخرى، وتقوم فكرة التجمع بحسب مؤسسيه على توحيد الجهود التدوينية لخدمة

المدونين والتدوين المغربي من خلال نشاط تحفيزي وتنسيقي لا يمارس أية وصاية على التدوين وفي نفس الوقت يقترح ويبرمج ما ينشط التدوين المغربي ويحميه ويطوره مدونة تجمع المدونين المغاربة-<http://maghreb.tadwin.blogspot.com>.

ويرى عادل اقلبي، رئيس الرابطة المغربية للصحافة الإلكترونية، أن هذه الرابطة، التي أشرفت على تأسيسها مجموعة من الإعلاميين الشباب المغاربة " تهدف إلى نشر أخلاقيات مهنة الصحافة في الفضاء الإلكتروني، و ان مساحة الحرية والسرعة التي يتيحها الأنترنت قد تجعل الصحفي يتسرع في النشر دون التأكد من المصادر، وهي تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، من أهمها الدفاع عن الحقوق المعنوية والمادية للصحفي الإلكتروني بالمغرب الذي لم يحظ بعد بالاعتراف القانوني، وأيضا العمل على نشر أخلاقيات مهنة الصحافة في الفضاء الإلكتروني بما يخدم المشهد الإعلامي المغربي، بالإضافة إلى المساهمة في دعم التدريب والتكوين في مجال الصحافة الإلكترونية، سواء من خلال دورات خاصة أو من خلال التنسيق مع معاهد الإعلام المغربية والسعى إلى إنشاء شعبة خاصة متخصصة في الصحافة الإلكترونية، وفي نفس الوقت ستسعى الرابطة إلى تقديم قانون واضح ينظم هذه المهنة بالتنسيق مع الأطراف المعنية، فما نراه اليوم هو فراغ قانوني على مستوى تنظيم وهيكله هذا الفضاء " ❀ جريدة المساء (٢٠٠٩) ❀

ويضيف: " النشر الإلكتروني بصفة عامة بحاجة إلى ضبط مجموعة من الأمور، منها حماية حقوق الملكية الفكرية سواء للصحفي أو المؤسسة الصحافية، وأيضا امتلاك مهارات صحافية تنسجم مع آلية النشر الإلكتروني، فعند غياب آلية رقابة وضبط على مستوى السرقة الإلكترونية للمواضيع، قد تجد كتاباتك قد تم تبنيها في منتديات أو مواقع أخرى، دون ذكر لمصدرها وهذا قد يشكل لك صدمة لأنك لا تمتلك آلية استرجاع حقل الفكري، وللأسف في المغرب لا زلنا مترددين على

مستوى استصدار تشريعات واضحة تنظم هذه الفضاءات، ربما هناك مخاوف من مساحة الحرية، ولكنها تبقى مخاوف غير مبررة، على اعتبار أن التجارب المهنية والاحترافية الإلكترونية لا يمكن إلا أن تحترم المسؤولية التي على عاتقها، وبالحرية والمسؤولية نكون أمام إبداع رائع لن يكون إلا إضافة نوعية على مستوى تطور الأداء. ﴿جريدة المساء: المصدر السابق﴾

وشهدت المغرب في العام ٢٠١١ إسوة بعدد من دول الربيع العربي، تظاهرات شعبية تطالب بالإصلاحات، إذ لعب الانترنت ونشطاءه في المغرب عبر "حركة عشرين فبراير" المطالبة بالتغيير السياسي، دوراً ملحوظاً في الدعوة لهذه التظاهرات ونقل صورها الى العالم.

ويتحدث حقوقيون عن ضغوطات يتعرض لها بعض المدونين في المغرب، إذ اعتقلت السلطات المغربية في حزيران / يونيو من العام ٢٠١٢، مدونا يدعى محمد سقراط، اشتهر بأرائه المثيرة للجدل في الأمور الإجتماعية، كما عُرف بكونه عضواً في "حركة عشرين فبراير"، ويعمل بائعاً متجولاً للسجائر والملابس المستعملة، ووجهت له السلطات تهمة حيازة المخدرات والإتجار بها، الأمر الذي ينكره معارفه من النشطاء، الذين أسسوا عدة مجموعات للمطالبة بإطلاق سراحه، ويتهمون السلطات "بتلفيق التهمة لإسكات صوته المزعج" ﴿الموقع الإلكتروني أنباء موسكو﴾

تونس ... هزيمة ألد أعداء الإنترنت

مغاربياً أيضاً وتحديداً في تونس، حيث الشرارة الأولى لثورات الربيع العربي، التي برز فيها الإعلام الجديد، لاعباً أساسياً، تجاوز بكثير وظيفته الإعلامية التقليدية، الى القيام بأدوار التنظيم والتعبئة والحشد .

كان نظام الرئيس زين العابدين بن علي، الذي أطاحت به ثورة شعبية اندلعت شرارتها الأولى في كانون الثاني / يناير ٢٠١١، قد أسس - في إطار ما كان يعرف عنه من سعى متواصل للتضييق على الانترنت وملاحقة نشاطه، حتى صنفته منظمات حقوقية دولية بأنه من ألد أعداء الانترنت- "الوكالة التونسية للانترنت" في آذار / مارس من العام ١٩٩٦، تتبع وزارة تكنولوجيا الاتصالات، " لتضطلع بدور المشرف الوطني على خدمات الانترنت و تعميم استعمالها في تونس، وتتولى توفير سعة الربط الدولية بالجملة وهي المسؤولة على توفير النفاذ لمختلف خدمات الانترنت لمزودي خدمات الانترنت و تتولى بالخصوص:

تأمين ترابط الانترنت الوطني (Internet Exchange) بين مزودي خدمات الانترنت فيما بينهم ومع شبكات الاتصالات، تأمين توزيع التراسل الإلكتروني من خلال تبادل البريد الإلكتروني عبر الموزعات الدولية و بين مختلف المزودين على المستوى الوطني، التصرف في ترقيم الانترنت على المستوى الوطني IP، التصرف في المجالات الفرعية على المستوى الوطني" ❀ الوكالة التونسية للانترنت <http://www.ati.tn/ar/index.php?id=60&rub=26> ❀

و تونس التي تُعد متقدمة نسبياً ضمن محيطها الجغرافي في تكنولوجيا المعلومات، حيث جاءت في المرتبة الأولى على مستوى دول المغرب العربي وأفريقيا ٣٩ عالمياً من بين ١٣٣ دولة، شملها التقرير العالمي التاسع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات ٢٠٠٩ - ٢٠١٠، والذي أصدره منتدى دافوس الاقتصادي

العالمي، وتونس أيضاً وبحسب إحصائية "الوكالة التونسية للإنترنت" لشهر آذار / مارس ٢٠١٠ التي وصل عدد مستخدمي شبكة الإنترنت فيها ثلاثة ملايين وستمئة ألف مستخدم، وعدد الذين يمتلكون بريداً الكترونياً ٤٨٠،٥٠٣ فيما وصل عدد المواقع الالكترونية الى ١٠،٥٤٥، فقد صنفت ضمن تقرير نشرته منظمة "مراسلون بلا حدود" في آذار/ مارس ٢٠١٠ من بين ١٠ دول هي الأكثر رقابة على الإنترنت في العالم، كما إن مدوني الانترنت خاضوا صراعاً "مريراً" مع نظام بن علي، الذي كان لا يتردد في حجب المواقع لأسباب مختلفة، وملاحقة واعتقال المدونين الالكترونيين، وشهد عهده العديد من هذه الحالات التي وثقتها منظمات اقليمية ودولية تدافع عن حرية الصحافة .

ففي مطلع شهر آيار / مايو من العام ٢٠١٠، قرر الاف المدونين التونسيين (وبحسب "موقع دويتشه فيله الالكتروني الالمانى DW-WORLD.DE) التظاهر " افتراضياً " عبر الانترنت احتجاجاً على منع وحجب مدونات ومواقع، فقاموا بإنشاء موقع الكتروني خاص ليكون فضاءً للتظاهر، واختاروا عبارة "سبب صالح" التي تعني في اللهجة العامية التونسية " كفاية، اتركني وشأني" كشعار لحملتهم.

ولطالما أشتكى الصحفيون التونسيون الذين يعملون في صحف أو مواقع على الإنترنت من أنهم يعانون من التهميش، حيث لا يعترف بهم رسمياً كصحفيين يعملون في وسائل الإعلام التونسية، ولذلك لا يملكون بطاقة الهوية الصحفية الرسمية الخاصة بالصحفيين، ويطالبون بتغيير القانون ليعترف بهم رسمياً كصحفيين محترفين، ولا يزال قانون رقم ٢٢ للعام ١٩٧٥ الذي خضع لتعديلات متعددة في أعوام مختلفة معمولاً به في البلاد.

ولعب نشطاء الانترنت في تونس، دوراً محورياً في نقل وقائع الثورة التونسية التي اضطرت بن علي الى الهرب الى خارج البلاد تحت ضغط تظاهرات شعبية

عارمة، بعد أن أقدم الشاب التونسي محمد بو عزيزي على إحراق نفسه في كانون الثاني / يناير ٢٠١١، أمام مبنى البلدية احتجاجاً على البطالة، فكانت الشرارة التي اندلعت معها الثورة التونسية، وكان الإعلام الجديد بمختلف منصاتهِ، حاضراً في توثيق تحركات المتظاهرين وتصويرها وإرسالها إلى المحطات الفضائية والصحف العربية والعالمية، ما أسهم بشكل كبير في إيصال أصوات المتظاهرين إلى الخارج، حيث كان الإعلام التونسي من صحف وإذاعات ومحطات تلفزيونية في أعمه الأغلب مملوكاً أو مُسيطرّاً عليه من قبل النظام، فكسرت مواقع الانترنت وإسهامات النشطاء في مواقع التواصل الاجتماعي طوقاً فولاذياً كان بن علي يفرضه على تونس، ما خلق عامل ضغط على الحكومات والدول العربية والعالمية التي اضطرت شيئاً فشيئاً إلى تغيير مواقفها باتجاه مناصرة الثورة ودعم مطالب الثوار.

العراق ... "التعويضات التشريعية" مستمرة

أما في العراق، فإنه ومنذ العام ٢٠٠٣، شهد انفتاحاً إعلامياً غير مسبوق، على مستوى تأسيس وإصدار الصحف الورقية ومحطات الاذاعة والفضائيات والمواقع الالكترونية المختلفة، وهو الإنفتاح الذي لم تواكبه حركة تشريعات أو تنظيم قانوني وظلت قضايا النشر تنظر في المحاكم العراقية استناداً الى عدد من مواد قانون العقوبات العراقي ذات الصلة بجرائم النشر، فضلاً عن بعض مواد قانون نقابة الصحفيين العراقيين النافذ والتي تتعلق بعضها بممارسة النشر، الأمر الذي أحدث نوعاً من "الإنفلات الإعلامي"، وصل حد وصفه من قبل بعض الإعلاميين والناشطين العراقيين وبعض المنظمات العربية والدولية بحال من "الفوضى"، التي سادت الساحة الإعلامية العراقية.

ومما زاد المشهد الإعلامي تعقيداً، هو أن العراق تحول الى واحد من أخطر البلدان في ممارسة العمل الصحفي على مستوى العالم، إذ شهد مقتل ما يزيد على ٣٦٠ صحفياً وإعلامياً وجرح المئات، منذ العام ٢٠٠٣ بحسب احصائيات متطابقة.

ومنذ قرار الحاكم الاميركي للعراق بول بريمر، الذي تولى إدارة شؤون البلاد بعيد الغزو الاميركي لها في ربيع ٢٠٠٣، بحل وزارة الإعلام السابقة، وتعطيل العمل بقانون المطبوعات الذي كان نافذاً قبل العام ٢٠٠٣، فقد خلا العراق من أي قانون ينظم الإعلام منذ ذلك التاريخ.

فبموجب الصلاحيات التي منحت لمدير سلطة التحالف المؤقتة بول بريمر في ١٧ حزيران / يونيو من العام ٢٠٠٣، للقيام بإدارة سلطات الحكومة المؤقتة في العراق، فقد أصدر (ملحق سلطة الائتلاف المؤقتة رقم ٢ تحت عنوان "حل كيانات عراقية")، حيث تم حل عدد من الوزارات الامنية والعسكرية، بالإضافة الى وزارة الاعلام السابقة .

كما اصدر قرارين في ٢٠ آذار / مارس من العام ٢٠٠٤، حملا الرقمين ٦٥ و ٦٦ على التوالي، تضمن الأول تأسيس الهيئة الوطنية العراقية للاتصالات والإعلام، أما القرار الثاني فقد نص على تأسيس الهيئة العراقية العامة لخدمات البث والارسال.

وقد أصدرت الهيئة الوطنية للاتصالات والإعلام مجموعة تعليمات و قواعد عامة بشأن التغطية الإعلامية والتوازن في بث الأخبار، ودعوة وسائل الإعلام الى عدم التحريض على العنف والكراهية وغيرها.

ويبدو أن بريمر أراد محاكاة النموذج الاميركي في التعامل مع الإعلام، عراقياً، إذ لا قانون إعلام في الولايات المتحدة الاميركية، ويمكن لمن شاء أن يُصدر صحيفة أو ينشأ محطة إذاعية أو تلفزيونية أو موقعاً إلكترونياً، من دون أن يأخذ موافقة مسبقة من أية جهة حكومية أو غير حكومية، وعلى المتضرر من عمليات النشر أو البث، رفع دعوى قضائية على المؤسسة الإعلامية لدى القضاء الاعتيادي، مثلها مثل أية خصومة عادية، وتستند هذه الاجراءات الى التعديل الأول من الدستور الاميركي، وهو واحد من عشرة تعديلات ضمن (وثيقة الحقوق) التي أقرت في ٢٥ أيلول/ سبتمبر من العام ١٧٨٩، وتم إقرارها في ١٥ كانون الأول/ ديسمبر من العام ١٧٩١، والذي ينص على أن "لا يصدر الكونغرس أي قانون خاص بإقامة دين من الأديان أو يمنع حرية ممارسته، أو يحد من حرية الكلام أو الصحافة، أو من حق الناس في الاجتماع سلمياً، وفي مطالبة الحكومة بإنصافهم من الإجحاف".^١ جامعة منيسوتا، مكتبة حقوق الانسان: دستور الولايات المتحدة الاميركية <http://www1.umn.edu/humanrts/arab/us-con.html>

ومع الأيام الأولى لطرح قانون "حقوق الصحفيين العراقيين"، الذي أقره مجلس النواب العراقي في العام ٢٠١١، - والذي سعى المتحمسون له الى تأمين الحصول على منافع اجتماعية لشريحة الصحفيين، لاسيما ضحايا أعمال العنف

منهم، لكن منتقديه يواصلون القول انه قانون لا يتماشى مع روح العصر، والتطورات الإعلامية المتسارعة، التي تحتاج الى قانون يكفل حرية الصحافة في العراق، ويؤمن حق الصحفي في الاطلاع على المعلومات ونشرها، وحماية الصحفيين من أية ملاحقة قانونية جراء أدائهم لمهامهم الإعلامية -، فقد أشرت منظمة "مراسلون بلا حدود" عدداً من المؤاخذات على هذا القانون، منذ أن طرحت مسودته الأولى، وعادتُ وجددتُ انتقادها له بعد إقراره من قبل مجلس النواب العراقي.

وقالت المنظمة في بيان أصدرته في ٦ أيلول / سبتمبر من العام ٢٠١١، " يبدو أنه تمت إزالة بعض الأحكام التي تعرضت للانتقاد في المسودة الأولى، من دون أن تسجل فعالية القانون وفائدته بالمجمل أي نجاح في هذا الصدد، فإذا بسلسلة من ١٩ مادة تفتقر إلى التدابير الملموسة، فبالرغم من الوعود بحماية الصحفيين، وتعزيز حقوقهم وضمان الحماية اللازمة لهم، نرى أن لا تدابير ملموسة فعلاً، ثم ما هي التدابير الملموسة؟ هل تكمن في فرض عقوبات في حال ارتكاب انتهاكات للمبادئ المنصوص عليها في القانون، وإنشاء صندوق تعويضات، وإخضاع الشرطة أو السلطات القضائية لدورات تدريبية حرصاً على حماية الصحفيين، وملاحقة المخالفات المرتكبة ضد الصحافة، واتخاذ تدابير لإلغاء عقوبات السجن ضد الصحفيين، وإصدار أحكام خاصة تُعنى بسرية المصادر؟" وأضافت إن "غموض النص وشوائبه الخطيرة غير مفهومة، لدرجة أن عدة منظمات، بما في ذلك مراسلون بلا حدود، أطلقت انتقادات أساسية، وتقدّمت باقتراحات ملموسة لتحسين النص، فضلاً عن توصيات لتحسين حماية الصحفيين، ومكافحة الإفلات من العقاب" واستناداً إلى ذلك، ترى المنظمة أن " تبني هذا القانون الذي يهدف إلى حماية الصحفيين العراقيين، لن يساهم في تحسين الوضع، وإنما قد يشكل تهديداً جديداً لحرية الصحافة والإعلام للأطراف المعنية".

وأشارت إلى أن هناك " ثلاثة بنود فقط تُحمّل السلطات التزامات بدعم الصحفيين، حيث تنص المادة الثالثة في صيغة غامضة، على أن دوائر الدولة والقطاع العام والجهات الأخرى التي يمارس الصحفي مهنته أمامها، تلتزم بتقديم التسهيلات التي تقتضيها واجباته، بما يضمن كرامة العمل الصحفي"، و " تذكر المادتان ١١ و١٢ التعويض عن الصحفيين المستقلين فقط، وتوفير الرعاية الطبية المجانية، من دون التقدّم بالمزيد من المعلومات حول نظام رعاية فعلي".

وأضافت المنظمة " أما المادة الثانية، فتشكّل أساس هذه التعويذة التشريعية، وإذا كانت الحماية تُمنح للصحفيين فقط، فلن يستفيد منها معاونون الإعلاميون والمدوّنون، وأي شخص يساهم في إعلام الرأي العام." كما أنتقد البيان نص الفقرة ٢، من المادة ٤ الخاصة بحق الصحفي في الاحتفاظ بسرية معلوماته، مشيراً الى إن الاعتراف بحق الصحفي في "الاحتفاظ بسرية مصادر معلوماته أمر إيجابي، ولكنه غير دقيق، ومن المؤسف أن يتم التطرّق إلى مسألة حماية المصادر على هامش المادة" كما انتقدت المنظمة المواد المتعلقة بحق الوصول إلى المعلومات، وحماية معدات الصحفي، والخلط الذي وصفته بـ "الخطر" بين مفهومي "الرأي" و"المعلومات" كما يرد في المادة ٨ من القانون. ﴿مراسلون بلا حدود (٢٠١١)﴾.

وكما أن لا قانون، يُنظم الصحافة أو الاذاعة والتلفزيون في العراق، فإن الامر ذاته حاصل مع الإعلام الجديد، إذ لا قانون يُنظم استخدامه، ولا تتوفر احصائيات رسمية عن عدد مستخدمي الانترنت في العراق الذي يشهد كما يبدو اقبالاً واسعاً على استخدامه، برغم أن بعض الاحصائيات غير الرسمية تتحدث عن نسب متدنية لا تتجاوز الـ ٦٪، من مجموع السكان الذي تقول وزارة التخطيط العراقية أنه وصل الى ٣٣ مليون نسمة في العام ٢٠١٢، بيد أن مسودة قانون جديد تريد الحكومة العراقية تشريعه، اسمته قانون " جرائم المعلوماتية"، أثار

جدلاً واسعاً بين الناشطين والاعلاميين والمنظمات الدولية المدافعة عن حرية الصحافة.

وسارعت منظمة مراقبة حقوق الإنسان Human Rights Watch في تقريرها السنوي الذي صدر في ٢٢ كانون الثاني / يناير من العام ٢٠١٢، الى توجيه نقد شديد الى مسودة القانون، محذرة من إقراره، كما أصدرت هذه المنظمة بياناً آخر في ١٢ تموز / يوليو من ذات العام، جددت فيه انتقاداتها لمشروع القانون هذا، ومن بين أبرز الانتقادات التي ساققتها، ان "مشروع القانون يعطى السلطات العراقية أداة جديدة لقمع المعارضة، لا سيما على الإنترنت، التي يلجأ إليها الصحفيون والنشطاء العراقيون بشكل متزايد التماساً للمعلومات ولفتح ساحة النقاش، وان على مجلس النواب أن يرفض القوانين التي تقوض الحريات المكفولة بموجب دستور العراق الصادر عام ٢٠٠٥."

وأضافت المنظمة على لسان جو ستورك، نائب المدير التنفيذي لقسم الشرق الأوسط: "إن مشروع قانون جرائم المعلوماتية من شأنه تقييد حرية التعبير في خرق للقانون الدولي، وتهديد كل من الصحفيين والأفراد الذين يكشفون عن وقائع فساد والنشطاء السلميين".

كما ان مشروع القانون، بحسب ستورك يتضمن "أحكاماً فضفاضة مبهمة تسمح للسلطات العراقية بأن تُنزل عقوبات قاسية بمن يعبرون عن آراء تراها الحكومة تهدد المصالح الحكومية أو الاجتماعية أو الدينية".

وأضاف: "إن قيود مشروع القانون الشاملة على المحتوى، تشمل عقوبات جنائية وحشية متطرفة من شأنها إسكات أصوات المعارضة، والمادة الثالثة من مشروع القانون تُنزل عقوبة السجن المؤبد وغرامة مالية ضخمة على من يستخدم "عمداً" أجهزة الحاسب وشبكة المعلومات في "المساس" بمصالح البلاد" الاقتصادية أو السياسية أو العسكرية أو الأمنية العليا "Human Rights Watch (٢٠١٢).

نحو لائحة أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد

اجتراح أو تأصيل

((هناك مؤشرات عديدة على أن المدونات سوف تكتسب تأثيراً هائلاً بازدياد أعدادها وذيوع الوعي بنوعها، ولكن ليس صحيحاً ما يؤكدُه البعض من أن الشبكة سوف تتجنب المعلومات المغلوطة، أو أن الحقيقة تُنقَى دائماً لنشر الوعي، الشائعات تنتشر لأن نشرها مُسل، أما التصحيح، ولأنه غير مُسل بنفس القدر، فنادرًا ما يحصل على الكثير من الاهتمام)).

رييكا بلود

ليس صحيحاً، الإيحاء دائماً أن ما يواجهه الإعلام الجديد من تحديات جدية على مستوى الدقة والموضوعية والحياد وغيرها من المقومات الأخلاقية الرئيسية، تقف خلفها عوامل تدور في فلك الحجب والإستخدام المتعسف لسياسات الغلق والمنع فقط، بيد أن مثل هذه السياسات - على خطورتها - ليست الوحيدة التي تحوّل دون الوصول الى مضمون الكتروني يتمتع بقدر عالٍ من الصدقية والمقبولية، فهناك أيضاً عوامل رئيسة تتعلق بالمرحّرين الإلكترونيين أنفسهم وكذلك بالبيئة المنتجة للمضمون الإلكتروني .

ومع ان الخطأ وعدم رجاحة التقدير والاستسهال، موجودة - في أحيان كثيرة - في معظم الفنون الإبداعية التي تتحكم العواطف والمشاعر الانسانية في إنتاجها لجمهور تمتلكه ذات العناصر الانسانية، إلا أن الأمر في الإعلام الإلكتروني - وحتى

بمستويات أعلى من الإعلام التقليدي الذي عادة ما يكون لدى المنتج فيه بُرْهة للتأمل والمراجعة قبل اتخاذ قرار النشر أو البث - يأخذ أبعاداً أخطر على المستوى القيمي أو الأخلاقي .

هذه الظاهرة التي تخف في الإعلام الإلكتروني المنتج في الغرب حيث ولد الانترنت، وتأصلت وتمأسست هياكله وأنماطه، وأخذت أبعاداً احترافية عالية ساعدت مقومات مثل الانفتاح والديمقراطية ورسوخ مفاهيم وسلوكيات حقوق الانسان حد قوننتها، والإنتهاء من جدليات حرية الصحافة وحق الفرد في الحصول على المعلومات وغيرها مما لا تزال مثار نقاش في المجتمعات الأخرى، فضلا عن توفر البنى التحتية الناهضة بكل منصات الإعلام الجديد، نراها متضخمة في ما يُنتج الكترونياً على المستوى العربي، ذلك أن هنالك الكثير من المؤاخذات الجدية المتعلقة بالدور والوظيفة الأخلاقيتين لهذا النوع من الإعلام في مجتمعات مُحافضة، والتي يؤدي ما يمكن تسميته "الهوس التكنولوجي" من جانب، والعوز على مستوى الحريات العامة من جانب آخر، في التغاضي عنها أو التساهل إزاءها في ظل منظومات مجتمعية تواجه الكثير من التحديات التي تُطل براسها دائماً مع كل ظهور تقني جديد، فكيف الحال بسمة العصر وأبرز ملامحه - الانترنت - حتى أصبحنا اليوم في عالم يسمى بلا تردد عصر المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصالات المتسارعة التطور والنمو.

"حصانة" الإعلام الجديد

لعل تبوأ الإعلام الجديد الصفوف الأولى بين جماهير الربيع العربي التي هتفت بسقوط الأنظمة السياسية في عدد من الدول العربية، والدور الذي قام به كلٌّ من Facebook، Twitter، و YouTube وغيرها في النقل الفوري غير المسبوق شكلاً

ومضموناً لتفاصيل التفاصيل في حركات التظاهر والاحتجاج العربية، قد منح هذا النوع من الإعلام "حصانة" تجعل الحديث عن أية اطر أو محددات، بمثابة سباحة ضد تيار عارم.

لقد استمرت مجتمعاتنا - وفي ظل حال من اللا تنظيم السائد في مجالات مختلفة - تغضُّ النظر عن الحاجة المتزايدة لإطار أخلاقي يُرشد مئات الاف الموضوعات والصور والفيديوات التي تُنتج إلكترونياً ساعة إثر ساعة، وتتلقاها الملايين أولاً بأول، الى الدرجة التي أصبح معها الحديث عن المخاطر الجدية لمثل هذا "الإنفلات الإلكتروني" ضرباً من الرجعية والتفوق والانكفاء.

اللوائح الأخلاقية، نماذج غربية وعربية

إن الترشيد القيمي لأي مُنتج كوني لا بد أن يتصدر كل الاهتمامات حتى لو كانت هنالك أطراف، تدعو لمثل هذا الترشيد لغايات اخرى لا علاقة لها بإيجاد صحافة أخلاقية محترفة، وتسلك في سبيل تحقيق هذا الترشيد (المنع بحسب فلسفتها) وسائل وآليات غير منصفة ولا تتلاءم مع جوهر العملية الاتصالية، فالمنع والعقوبات المترتبة على النشر وتكميم الأفواه تطال عملية النشر التقليدي منذ الظهور الأول لوسائل الإعلام الاولى، وهو لا يبرر بكل الأحوال الصمت عن تبيان المساوي الناتجة عن تقديم إنتاج الكتروني غير مستوفٍ للاشترطات القيمية التي ترتقي به انسانياً وتساعد في ايصال الرسالة السامية التي تقف خلفه.

تقول ريبكا بلود، واضعة لائحة "أخلاقيات التدوين" واحدة من أكثر المرجعيات الأخلاقية تداولاً لدى المدونين، لاسيما في منطقتنا: ان "المدونات

التي ينتجها غير المحترفين ليس لها مثل هذه الضوابط، وييدي المدونون معظم الوقت فخرهم بوضع الهواة هذا، ويبدو شعار: لا نحتاج لمن يدقق الحقائق بعدنا، هو التوجه السائد لهم كما لو كانت عدم الدقة فضيلة".

وتضيف " هناك مؤشرات عديدة على أن المدونات سوف تكتسب تأثيراً هائلاً بازدياد أعدادها وذيوع الوعي بنوعها، ولكن ليس صحيحاً ما يؤكد البعض من أن الشبكة سوف تتجنب المعلومات المغلوطة أو أن الحقيقة تُنقى دائماً لنشر الوعي، الإشاعات تنتشر لأن نشرها مُسل، أما التصحيح، ولأنه غير مُسل بنفس القدر، فنادرًا ما يحصل على الكثير من الاهتمام." ❁ ربيكا بلود: أخلاقيات التدوين. ❁

وقبل أن تضع ربيكا بلود، ستة نصائح للعاملين في الإعلام الجديد عموماً والمدونين منهم على وجه الخصوص، تؤكد على أن " أعظم نقاط القوة للمدونة - كونها صوت حر بلا رقابة ولا تدخل من أحد - هي أيضاً أعظم نقاط ضعفها، فقد تكون منافذ الأخبار في آخر الأمر مدينة لفوائد الإعلانات، وقد يمتلك الصحفيون الحافز القوي للحفاظ على علاقات طيبة مع مصادرهم للبقاء في المجال، ولكن لأن مؤسسات الأخبار المحترفة هي عمل تجاري لديه مرتبات لتدفعها، ومعلنين يسعدهم ومتلقين يجذبهم والاحتفاظ بهم، فبالتالي سيكون لديها مصلحة ذاتية لدعم معايير معينة كي يواصل القراء تسديد اشتراكاتهم والمعلنون شرائهم، أما المدونات فبتكلفتها البسيطة وأملها القليل في دخل مادي جيد لا تمتلك هذا النوع من الحوافز."

وتشير بلود الى الضوابط الاخلاقية التالية:

- انشر كحقيقة فقط ما تعتقد أنه حقيقي .
- إذا كانت المادة موجودة، ضع رابطا لها عندما تشير إليها.
- صحح علانية أي معلومات خاطئة.

- اكتب كل تدوينة كأنك لن تتمكن من تغييرها، أضف لكن لا تحذف أو تعيد كتابة أية تدوينة.
- اكشف عن أي تعارض في المصالح.
- سجل المصادر المنحازة والمثيرة للشكوك. ﴿ ريكا بلود: اخلاقيات التدوين، المصدر السابق ﴾

ومع ما قد يُؤشر على بعض هذه الضوابط الأخلاقية من - ربما - ابتعاد عن جوهر التحديات الأخلاقية التي يواجهها الإعلام الجديد في منطقتنا، لكنها تظل مهمة من حيث كونها تؤسس لفكرة أن لا إعلام جديد بلا ضوابط أخلاقية، سواء تعلق الأمر بالغرب أو الشرق، وهي الفكرة التي ينظر لها الكثير من الناشطين الالكترونيين في منطقتنا بتعالٍ، مرده تجارب مريرة عاشها هؤلاء الناشطين مع سياسات مختلفة استهدفت الإعلام الجديد بالحجب والمنع بل ومطاردة الناشطين في مجال الانترنت، قدم بعض الناشطين أرواحهم ثمناً لها، مثل ما حصل مع الناشط المصري الشاب خالد سعيد الذي عرف بتدويناته الناقدة على Facebook، وتتهم منظمات حقوقية عناصر أمنية مصرية بتصفيته في مدينة الاسكندرية في العام ٢٠١٠، حيث أثار قتله ردود أفعال عالمية واسعة، وكانت واحدة من دوافع الشباب المصري للقيام بتظاهرات احتجاجية بلغت أوجها في اندلاع ثورة يناير ٢٠١١، التي أطاحت بنظام الرئيس المصري السابق حسني مبارك، أو حتى الاعتقال، كما حصل مع نبيل رجب الناشط الحقوقي البحريني وصاحب أكبر حساب بحريني على Twitter، الذي حكم عليه بالسجن ٣ سنوات ولكن حسابه في Twitter ظل فاعلاً، وحاولت السلطات البحرينية إيقاف "تغريداته"، أو على الأقل معرفة مصدرها وكيفية استمرارها برغم أن صاحبها مسجون، ويبدو أن لرجب زملاء يفعلون حسابه من خارج السجن .

ومع ذلك، فإن الصورة على مستوى الانترنت في المنطقة ليست هي تضيق واعتقالات فقط، بل ان واحدة من اولى محاولات وضع لائحة أخلاقية للإعلام

الجديد في منطقتنا قد ظهرت في العام ٢٠١٢، عندما أعدت هيئة تحرير "راديو عمان نت" <http://ar.ammannet.net/>، دراسة حملت عنوان "أخلاق مهنة الصحافة الإلكترونية"، ضمنيتها عدداً من الضوابط الاخلاقية، من المفيد أن نشير هنا الى أبرزها:

- ادرك أن أي التزام عدا خدمة الجمهور من شأنه إضعاف الثقة والمصداقية.
- ادرك أن خدمة المصلحة العامة تستوجب الالتزام بعكس تنوع المجتمع وحمايته من التبسيط الزائد للقضايا والأحداث.
- أوفر نطاقاً واسعاً من المعلومات لتمكين الجمهور من اتخاذ قرارات مستنيرة.
- أحارب لجعل النشاطات التجارية الخاصة والعامة علنية.
- أسعى دوماً إلى الحقيقة.
- أكتشف عن مصدر المعلومات بوضوح وأشير إلى كافة المواد المأخوذة عن وسائل إعلامية أخرى.
- لا أنقل أي شيء أعرف أنه كذب أو غير صحيح.
- لا أتلاعب بالصور والأصوات بأية طريقة .
- لا أسرق مواداً صحفية لغيري.
- لا أعرض صوراً أو أصواتاً سبق عرضها دون إعلام الجمهور.
- أتعامل مع موضوعات التغطية الإخبارية باحترام وصدق، وأظهر تعاطفاً خاصاً مع ضحايا الجرائم أو المآسي.
- أولي عناية خاصة عندما يكون في القصة أطفال، وحماية خصوصيتهم أكثر من التي تكون للكبار.
- أسعى إلى فهم تنوع المجتمع ونقله للجمهور دون انحياز أو نمطية.
- أنقل التنوع في الآراء والأفكار.

- أعد تقارير تحليلية مبنية على فهم مهني وليس على انحياز شخصي.
- أحترم الحق في محاكمة عادلة للمتهمين.
- أعرّف مصادر المعلومات كلما أمكن ذلك، يمكن استخدام المصادر السرية فقط عندما يكون جمع أو نقل المعلومات المهمة في المصلحة العامة، أو عندما يؤدي جمع أو نقل المعلومات المهمة إلى إلحاق الأذى بمصدرها، وفي هذه الحالة يجب علي أن ألتزم بحماية المصدر السري.
- أشير بوضوح إلى الرأي والتعليق.
- أمتنع عن الاتصال مع المشاركين في أعمال عنف ما دامت جارية.
- أستخدم تقنيات سرية في جمع الأخبار، بما فيها كاميرات وميكروفونات خفية، فقط إذا لم تكن هنالك طريقة أخرى للحصول على قصص إخبارية ذات أهمية للجمهور، و فقط إذا تم شرح التقنية السرية المستخدمة للجمهور.
- أعيد بث برامج خاصة بمؤسسات إعلامية أخرى بإذن منهم فقط.
- لا أدفع مالا لمصادر معلومات لها مصلحة في الخبر.
- لا أقبل هدايا أو خدمات أو تعويضات ممن يسعون للتأثير على التغطية الإخبارية.
- أجمع وأنقل الأخبار دون خوف أو تفضيل، وأقاوم بشدة التأثير غير المبرر لأية قوى خارجية، من ضمنها المعلنون ومصادر المعلومات .

اجتراح لائحة أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد

ومن خلال الاطلاع على العديد من مواثيق الشرف الأخلاقي العربية والاجنبية في وسائل الإعلام التقليدية التي وضعتها نقابات أو اتحادات أو منظمات صحفية وطنية واقليمية ودولية، أو مؤسسات إعلامية صحفية أو اذاعية أو تلفزيونية أو وكالات أنباء عالمية، اخذاً بعين الاعتبار الخصوصية التقنية للإعلام الجديد ومنصاته المختلفة، والهواجس المشروعة لدى المشتغلين فيه، بأن لا تكون أية لائحة أخلاقية نافذة يتسلل من خلالها الرقيب بظلاله الثقيلة على الفضاءات اللامتناهية لهذا النوع المتجدد من الإعلام .

فقد اجترح المؤلف بنوداً رئيسة لما يمكن أن يُطلق عليه لائحة أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد في منطقتنا، تمثل نواة أولى قابلة للإضافة والتنقيح والتطوير، وبما يساعد في ظهور إعلام جديد متصلح مع بيئته، منطلقاً منها، مسهماً بفاعلية في ظهور إعلام نوعي ملتزم بأخلاقيات مهنته، معبراً عن تطلعات منتجيه ومستخدميه، وفي أدناه أبرز بنود هذه اللائحة الأخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد:

أولاً: الرؤية والهدف

انسجماً مع ما يشهده العالم من تطورات متسارعة في مجال الإعلام الجديد، ومع تنوع وازدياد استخدامات هذا النوع من الإعلام، والانتشار الجماهيري غير المسبوق لمنصاته المختلفة، وللدور الريادي الذي بدأ يضطلع به، حد قيادة الرأي العام وتوجيهه .

وللاندماج الملحوظ بينه وبين وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى كالصحافة المطبوعة والاذاعة والتلفزيون، ولخصوصية منطقتنا التي تشهد استخداماً واسعاً

للأنترنيت، وتأثيراً ملحوظاً لمستخدميه، في ظل غياب إطار مرجعي أخلاقي أو قيمي، يُنظَّم ويُرشَد عملية الإنتاج الصحفي الإلكتروني .

فقد برزت الحاجة الماسة لاجتراح أو التأسيس للأنحة الأخلاقية، يسترشد بها مستخدمو ومنتجو الإعلام الجديد في منطقتنا، تساعد في الارتقاء بمهنية واحترافية ما يُنتج من إعلام يفترض أن يمثل روح العصر وتكنولوجياه، ويعزز صدقيته وموثوقيته بين عموم الجمهور، ويكون ممثلاً لهواجس جيل جديد من المنتجين والمستهلكين لنوع جديد من الإعلام، يختلف شكلاً ومضموناً وتقنيات عما سبق. وعما هو سائد.

ثانياً: المبادئ العامة:

- مُنتج الإعلام الإلكتروني، صحفي عصري ملنزم بأن يكون لما ينتجه إطار مرجعي أخلاقي، يحول دون أن تستخدم الأهداف النبيلة لما أنتجه، في غايات أخرى تخرج عن حدود الايمان بحرية الصحافة والحق في المعرفة.
- لا شروط مسبقة (قانونية أو فنية أو تنظيمية) على كل من يريد أن يستخدم تقنيات المعلوماتية والإعلام الجديد بكل أشكاله وأنواعه، على أي نحو يشاء وبأي شكل يرغب، سوى أن يكون استخداماً عاكساً لنوع من الغداع الانساني الملتمزم بأخلاقيات بني البشر، من صدق ونبل وأمانة واعتراف بالخطأ وغيرها من القيم الأخلاقية الانسانية.
- الإعلام الجديد بكل منصاته وتقنياته (مواقع الكترونية مختلفة، مدونات شخصية، مواقع تواصل اجتماعي، الخ)، هو امتداد نسقي طبيعي - بحكم الحتمية التكنولوجية - لما سبقه من أنواع وأشكال وفنون الإعلام التقليدي(كالصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون الأرضي ومن ثم الفضائيات التلفزيونية، وغيرها)، الأمر الذي يجعل من البيئة الأخلاقية لكل وسائل الاتصال الجماهيري التقليدية والجديدة، بيئة واحدة جامعة مع احتفاظ كل وسيلة اتصال بخصوصيتها التقنية التي لا بد أن تُلقى

بظلمها بهذا الشكل أو ذاك على ميكانيكية الإنتاج الإعلامي فيها، ودورة العمل الصحفي وطبيعة المهام والوسائل التي يستخدمها العاملون في كل وسيلة اتصالية، ما يعني أن أخلاقيات من قبيل الدقة والصدق والموضوعية والحياد والامانة الصحفية وغيرها هي قيم أخلاقية راسخة في كل وسائل الاتصال الجماهيري مهما تباينت تقنياً.

- الأساس في أي التزام أخلاقي لدى منتجي الإعلام الجديد، هو الإيمان بأخلاقية ما يضطلعون به من أدوار في ظلّ تشظّي فضائي غير مسبوق، وليس ادعائاً - بأي قدر أو شكل أو مستوى - لنوع من أنواع الرقابة أو التوجيه .

- المبادئ والقيم الأخلاقية ومع كونها راسخة لدى الكثير من المجتمعات، لكنها أيضاً متجددة بتجدد وتطور الحياة ومناحيها المختلفة، ما يعني أن أية لائحة أخلاقية يتعهد منتجو الإعلام الجديد بالالتزام بها، هي ليست قديماً يؤخر أو يحول دون تعاطيهم المتجدد مع ما يستجد من تطورات مجتمعية أو تكنولوجية.

ثالثاً: البنود الأخلاقية:

- لا يصح اطلاقاً وتحت أي ظرف كان، نسب الأفكار والموضوعات والصور (مضامين أو أشكال) الى غير أصحابها الأصليين أو منتجيتها الحقيقيين، والقيمة الأخلاقية لأي عمل إبداعي تكون في نسب كل فكرة أصيلة أو رأي جديد الى صاحبه الأصلي.

- التأكد من ذكر مصدر الخبر أو الصورة أو الموضوع، الذي نعيد نشره، سواء كان وكالة أنباء محلية أو دولية أو فضائية أو محطة اذاعية أو

- صحيفة مطبوعة أو موقع الكتروني أو مدونة شخصية أو أحد مواقع التواصل الاجتماعي .
- عدم التلاعب بأي طريقة أو شكل أو حجم، في أصل الصورة الفوتوغرافية أو الفيديوية أو الملف الصوتي، سواء كان خاصاً بمنتج المحتوى الإلكتروني أو من مصادر أخرى .
 - الدقة في إيراد أية معلومة مهما كانت بسيطة، ولعل الجدل حُسم بشكل كبير بين سرعة النشر والتأكد من دقة ما ينشر لصالح الخيار الثاني، سواء كان الأمر يتعلق بالإعلام التقليدي أو الجديد .
 - الشجاعة في الاعتذار الواضح والسريع عن أي معلومة مغلوطة أو منقوصة أو غير دقيقة، والتعهد بالسعي دائماً لعدم تكرار مثل تلك الأخطاء .
 - احترام تعليقات القراء والأمانة في تفعيلها من دون حذف أو إضافة أو تعديل، مع إيراد ملاحظة واضحة وفي مكان بارز في الصفحة الخاصة بالتعليقات تشير الى عدم مسئولية الموقع الإلكتروني عن مضامين التعليقات، إلا ما يخرق منها سياسة الموقع الإلكتروني أو يدخل في إطار السب والقذف والتشهير.
 - الأصل في كل منتج اتصالي هو حرية النشر والتعبير، وهو حق أصيل لا يفرط به أي مُتصدِرٍ لعمل على مستوى الاتصال الجماهيري، فهذه الحرية هي الأساس والأصل، وعدم النشر لأي سبب كان هو هامش من الاستثناء الذي يفترض أن يُمارس على نطاق ضيق جداً، وفي حالات نادرة ويكون لدى صاحب قرار عدم النشر مبررات مقنعة ومفهومة، ويفضل الاعلان عنها للجمهور.
 - يجب أن تكون سياسة كل موقع الكتروني أو مدونة، مُعلنة وواضحة توضع في مكان معلوم في الصفحة الرئيسية للموقع الإلكتروني، وأن يتم

- الكشف أولاً بأول عن أي تعديل أو تغيير في بنود هذه السياسة، ودعوة مستخدمي الموقع الإلكتروني الى الحوار بشأنها ومناقشتها .
- الكشف الشفاف عن مصادر التمويل الخاصة بالموقع الإلكتروني سواء كانت من جهات حكومية أو مؤسسات مجتمع مدني أو تبرعات أو هبات او من إيرادات الإعلان أو غير ذلك.
 - الإعلان عن اسم الجهة أو الأشخاص، الذين يقفون وراء الموقع الإلكتروني، وتجنب الصيغ الغموضاضة أو الملتبسة التي تموه القارئ ولا تعطي صورة واضحة عن مرجعية الموقع الإلكتروني .
 - الحرص على ذكر اسماء هيئة تحرير الموقع الإلكتروني ونُبذِ عنهم – قدر الإمكان- لأن من حق القارئ أن يعرف من الذي ينتج له المضامين والصور التي يطلع عليها ويتداولها.
 - الابتعاد عن الأسماء المستعارة في تذييل الموضوعات، وعدم اللجوء الى اخفاء أسماء الكتاب هواة او محترفين، مراسلين أو متعاونين، إلا في حالات محدودة تفرضها طبيعة العمل الإعلامي من جهة، أو لحماية الكتاب من ملاحظات متوقعة بسبب المضامين الواردة في موضوعاتهم.
 - الموضوعية والحياد والأمانة، لا غنى عنها في أي عمل إعلامي، فلم يعد مقبولاً – خصوصاً في ظل الانفتاح الإعلامي الذي يشهده العالم – التجرؤ على هذه المسلمات التي تصون العمل الإعلامي وتمنحه سمته الإعلامية التي يحصل بموجبها على حصانات وحقوق أبرزها حرية التعبير التي لا تستقيم ولا يصبح لها معنىً من غير توخي أعلى درجات الموضوعية والحياد والأمانة في كل كلمة يتضمنها الموضوع المنشور في الإعلام التقليدي أو الحديث.

- الحرص على الالتزام بالقوانين النافذة في البلد الذي يعمل منه الموقع الالكتروني، بيد أن جَوْر بعض القوانين وتعسفها وعدم توأمتها مع روح العصر والطبيعة المتجددة للإعلام الجديد والمزايا التكنولوجية التي يمتلكها، لا يبرر خرقها أو التحايل عليها، ما قد يسنح للمتربصين بالمنصة الإعلامية اختلاق الذرائع لممارسة الحجب أو التضيق .
- قيم المجتمع واعرافه ومعتقدات الناس الروحية مصانة ومحترمة، ويجب أن لا يكون النشر بقصد المساس بهذه القيم، والتفريق الواضح بين الحق في الاعتقاد والحق في التعبير عن الآراء، ونقل الوقائع الدقيقة بلغة مجردة بعيدة عن كل ما قد يُفهم منه محاولات للتسخيف أو التجريح أو الحط من معتقدات الجمهور، كما أن تحريك المياه الراكدة في المجتمعات بقصد التنبيه الى قيم بالية أو أفكار متخلفة، لا يكون باستهدافها كقيم بذاتها بقدر ما يكون عبر اشاعة حوار هادف وشفاف وموضوعي وبناء .
- يفرض التحول المتزايد في الإعلام الجديد من إعلام افتراضي الى إعلام واقعي، أن يضع منتجو الإعلام الالكتروني أنفسهم محل الشخص أو الجهة التي يتوقع أنها ستضرر بهذا الشكل أو ذاك من جراء عملية النشر، وذلك لتحديد وحصر الأضرار النفسية والاجتماعية قبل اتخاذ قرار وشكل النشر، فالفئات الضعيفة في المجتمع قد يسهل استهدافها سواء كانت مجموعة سكانية او اقلية، هي بالتأكيد غير الحكومات وصناع القرار أو المتنفذين أو اولئك الذي يتصدون لعمل عمومي .
- احترام الخصوصيات الشخصية للأفراد، والحرص على عدم انتهاك هذه الخصوصيات المجتمعية كذكر الأسماء الصريحة أو نشر الصور الشخصية في حالات تتعلق بممارسة أصحابها لحياتهم الشخصية أو في

- القضايا المتعلقة على وجه الخصوص بموضوعات الشرف الشخصي أو العائلي أو العشائري.
- التأكد من التعامل بخصوصية متناسب وحقوق الطفل في الموضوعات والصور والتسجيلات الفيديوية والمسموعة التي تطرح موضوعات تتعلق بهذه الفئة العمرية .
 - التأكد من ان المضامين والمصطلحات والعبارات التي تستخدمها في موضوعك الالكتروني، لا تجرح المشاعر ولا تسبب حرجاً لبعض القراء أو تنتهك حرمت اجتماعية وعرفية وأخلاقية اعتاد الناس على احترامها وتقديسها .
 - التأكد من عدم توفير دعاية مجانية غير مستحقة لأشخاص أو جهات من خلال النشر الالكتروني، فالأساس هوان يؤدي الإعلام وظيفته بمعنى الإخبار وليس الدعاية المجردة.
 - الالتزام بخط مهني واضح في الكتابة والتحرير الصحفي، يأخذ بعين الاعتبار المدارس الصحفية الرصينة في الكتابة لوسائل الاتصال الجماهيري مع خصوصية توظيفها في منصات الإعلام الجديد التي تتوافر على مقومات تكنولوجية تميزها عن غيرها .
 - التأكد من الفصل الواضح بين الإعلان والمادة الاعلامية سواء من حيث شكل وطريقة النشر أو المضامين الواردة فيها، وكذلك العمل على عدم منح المعلنين وضعاً تفضيلاً على حساب دقة وموضوعية وحياد ما ينشره الموقع الالكتروني.
 - الالتزام برفض والابلاغ عن الهدايا والهبات المالية أو العينية التي يتلقاها الصحفيون الإلكترونيون أثناء أدائهم مهامهم الإعلامية.

- الابتعاد عن العبارات اللغوية الفضفاضة، التي قد تعطي أكثر من معنى أو يمكن حملها على أكثر من وجه في الكتابة الالكترونية، والعمل - قدر المستطاع - على تشذيب النص من أية زوائد لفظية قد تشوش القارئ وتبعده عن المعنى المحدد.
- التدريب المتواصل لمنتجي الإعلام الجديد يمنحهم المزيد من القدرة على ممارسة "الضبط الأخلاقي" لمنتجاتهم الإعلامية.
- العناوين ومقدمات الأخبار أو الموضوعات وخواتمها كل متكامل في بنائية النص الإعلامي، ما يعني عدم التساهل في كتابة أي منها بشكل مخلٍ أو غير واضح، أو بشكل ناقص قد يؤثر في وصول المعلومة غير كاملة أو مشوشة الى القراء.
- الابتعاد عن أي نوع من أنواع التحريض الذي قد يتسبب في أذى جسدي أو نفسي لشخص أو مجموعة، الأمر الذي يأخذ ابعاداً مضاعفة في فترات الأزمات التي تتعرض لها المجتمعات.
- تدقيق الوثائق والمستندات، والتأكد من صدقيتها قبل اعتمادها كمصدر إخباري، والتحري عن مصادرها الاصلية ودوافع تسريبها لوسائل الإعلام، والحرص على أن لا تكون وسيلة للتشهير بالأشخاص أو الجماعات أو الجهات المختلفة.

أخلاقيات الصحافة

في المواقع الإلكترونية العراقية

((لم تخيل أي من الأجيال السابقة مدى المعلومات المتوفرة اليوم، ولا النفاذ المباشر إليها بطريقة ميكانيكية، والتشبيه الأقرب لتأثير ثورة الاتصالات المعاصرة هو اختراع الطباعة، (...). لا يزال عصرنا في بداية تحولات ثقافية وسياسية من المرجح أن تكون أكثر شمولاً من تلك التي أحدثها اختراع الطباعة وأسرع تطوراً بالتأكيد)).
هنري كيسنجر

لقد أضفى ظهور التقنيات الحديثة للاتصال والمعلومات، حيوية على عصرنا الراهن، وغير في منهجيات التفكير الانساني بالإتجاه الذي جعله أكثر قدرة على الاستنتاج والتنبؤ والاستنباط، ومثلما سهلت عملية الحصول على المعلومات والربط بينها وبين ما يستجد من تطورات، فقد تغيرت أيضاً نظرة الانسان لكثير من التحديات والمشكلات التي تواجهه، أو تلك التي سبق وأن واجهته، وهي جميعاً منجزات هائلة للعقل البشري، أسهمت في تغيير ملامح الانسانية، ومنحتها سمات المعاصرة والمواكبة، وكما طوعت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات نفسها أمام المتطلبات البشرية، فإن الانسان المعاصر تحول الى " متلقف " ايجابي لكل ما يستجد تكنولوجياً، في اطار دورة تطور بالغة السرعة والاهمية.

وقدر تعلق الأمر بالإعلام الجديد، أحد أبرز أوجه النقلة التاريخية التي أحدثتها التطورات الاتصالية والمعلوماتية المتلاحقة، فإنه - ولربما للمرة الأولى في تأريخ الاتصال الجماهيري - تحققت مجموعة من التطورات غير المسبوقة في علاقته مع الجمهور، يمكن الإشارة هنا الى بعض منها:

- هي المرة الأولى تاريخياً، التي يحقق فيها الاعلام هذه الدرجة المتسارعة من الإنتشار، والقدرة على الوصول أولاً بأول الى شرائح عريضة من الجمهور حول العالم.
- ان هذه الجماهيرية للإعلام الجديد، حولته الى إعلام " شعبي" بمواصفات العصر وسماته .
- انه أسهم في تكوين جيلٍ آخر، قد لا يمت بصلة (على المستوى الاعلامي على الأقل) لأجيالٍ سبقته، يمثل نقطة تحول وقطع بين ما قبل الاعلام الجديد وما بعده، أجيال تبدأ معرفتها الانسانية بوسائل الاتصال، من مرحلة الكمبيوتر اللوحي، والهاتف النقال الذكي، الى البحث عن ابتكارات جديدة تجعل من عملية التصفح أسرع من طريقة اللمس الشائعة هذه الايام، لتصل الى مرحلة التصفح بالنظر (العين)، أو بالنطق (اللسان)، الخ ...
- أمتد تأثير هذا النوع من الاعلام وممارسته، الى إحداث تغييرات جوهرية في بنية واحدة من المهن الانسانية العريقة، (مهنة الصحافة)، التي لم تعد بعد الآن حكراً على الصحفيين المسجلين أو الحاصلين على شهادات أكاديمية في الاعلام، إنها مهنة الجميع، كل بني البشر يمكنهم اليوم التوثيق والكتابة والتصوير والتفعيل الالكتروني أولاً بأول، بل أصبحت سلوكاً انسانياً يومياً روتينياً، مثله مثل أي سلوك بشري آخر، كتناول الطعام، النوم، ممارسة الرياضة، والاستحمام، الخ ...

يقول هنري كيسنجر، وزير الخارجية الامريكى السابق: " لم يتخيلُ أي من الاجيال السابقة مدى المعلومات المتوفرة اليوم، ولا النفاذ المباشر إليها بطريقة ميكانيكية، والتشبيه الأقرب لتأثير ثورة الاتصالات المعاصرة هو اختراع الطباعة، فقبل الطباعة اعتمدت المعرفة على الذاكرة أو على طرق خزن معقدة لدرجة اعاقت انتشارها ".

ويضيف: "وبرغم محدودية اختراع الطباعة، التي بفضلها أصبح عصرنا أكثر إلفة من السابق، فانها جلبت معها ثورة كبيرة من الأفكار الدينية والفلسفية والسياسية، وقد مكنت من نشر المعرفة موفرة وسيلة جعلت المعلومات العلمية منتشرة على نطاق واسع، وكسرت احتكار الكنيسة للمعلومات، هيأت الطباعة الظروف للانفصال عن الكنيسة، مولدة فكرة الدولة القومية وانتشار المذهب العقلي ومستهلة عصر العلوم والاكتشافات، كما انها أدت الى قرنين من الثورات ".

ويواصل كيسنجر: " لايزال عصرنا في بداية تحولات ثقافية وسياسية من المرجح أن تكون أكثر شمولاً من تلك التي أحدثها اختراع الطباعة وأسرع تطوراً بالتأكيد ". ❁ هنري كيسنجر (٢٠٠٣): هل تحتاج اميركا الى سياسة خارجية؟

نحو دبلوماسية القرن الحادي والعشرين، ط ٢، ص ٢٩٠ - ٢٩١ ❁.

كل هذا وغيره، يجعل البحث عن اطار أخلاقي للمتعاملين بالإعلام الجديد أمراً ملحاً، مرتبطاً بشكل مفصلي مع كل هذه التحولات غير المسبوقة، بيد أن هذه الحاجة المتزايدة لتثبيت دعائم أخلاقية لإعلام متغير بشكل يكاد يكون مستمراً، يظل حديثاً مجرداً، ان لم يكن مدعماً "بأدلة علمية" تجترح وفق اساليب البحث العلمي الاكاديمي، ونابعة من الواقع العملي لمنتجي الاعلام الجديد وهواته ونشاطه.

لقد أجرى المؤلف استبياناً علمياً، لمعرفة آراء وتوجهات القائمين على عدد من المواقع الالكترونية العراقية كعينة لنظرائهم من منتجي الاعلام الجديد بمختلف

منصاته في البلدان العربية الاخرى، بشأن " أخلاقيات الاعلام الجديد "، وقد شمل هذا الاستبيان عينة من (٥٠) صحفياً الكترونياً يعملون (محررين أو مشرفين أو مساهمين أو متعاونين) في (١٠) مواقع الكترونية عراقية، هي:

www.uragency.net	- وكالة أور الإخبارية
www.baghdadiabian.com	- وكالة أنباء بغداد الدولية
www.arusalahuar.com	- موقع عروس الأهوار
www.akhbaar.org	- موقع صحيفة الأخبار العراقية
www.soqalshiyookh.com	- موقع سوق الشيوخ
www.babil.info	- موقع بابل
www.almothaqaf.com	- موقع صحيفة المثقف
almustaqbalnews.net	- موقع صحيفة المستقبل البغدادية
www.warvin.org	- موقع وارفين
www.peyamner.com	- موقع پیامنیر

وقد روعي في اختيار هذه العينة للعاملين في عدد من المواقع الالكترونية العراقية، أن تكون هذه المواقع الالكترونية موزعة جغرافياً على عموم العراق، بحيث تكون فيها مواقع الكترونية تنشرُ من بغداد وبقيّة المحافظات في الجنوب والوسط، بالإضافة الى مواقع الكترونية كردية كموقعي وارفين و پیامنیر، فضلاً عن مواقع الكترونية عراقية "تفعلُ" من خارج العراق، مثل موقع عروس الأهوار (من سويسرا) .

كما روعي أن تشمل هذه العينة، تصنيفات واختصاصات المواقع الالكترونية السائدة في العراق حالياً، ففيها ما يسمى بوكالات الانباء الالكترونية، كما فيها مواقع الكترونية إخبارية واخرى عامة فضلاً عن مواقع الكترونية لصحف ورقية.

وقد تم تصميم استمارة استبيان لهذا الغرض، مؤلفة من (١٠) أسئلة تتعلق بموضوع " أخلاقيات الاعلام الجديد"، كما تم إخضاع الاستمارة وآلية توزيعها للشروط العلمية في تحقيق شروط البحث العلمي كعاملي " صدق" و " ثبات" الاستمارة.

وتضمنت اجابات من شملهم الاستبيان، نتائج تعطي مؤشرات مختلفة عن الكيفية التي ينظر من خلالها العاملون في المواقع الالكترونية العراقية لموضوع " أخلاقيات الاعلام الجديد"، حيث جاءت الاجابات كما يلي:

أولاً: من أين يحصل منتجو الاعلام الجديد في العراق على أخبارهم؟

الترتيب	مصدر الأخبار	التكرار	النسبة المئوية
١	مراسلو ومحررو المواقع الالكترونية	٤٥	٢٤ %
٢	مواقع الكترونية اخرى	٣٥	١٩ %
	مصادر رسمية أو حكومية	٣٥	١٩ %
٣	وكالات الأنباء	٣٠	١٦ %
	الفضائيات والإذاعات	٣٠	١٦ %
٤	الصحف الورقية	١٠	٦ %
٥	اخرى	صفر	صفر %
	المجموع	١٨٥	١٠٠ %

جدول رقم (١) يبين المصادر التي تستقي منها المواقع الالكترونية العراقية الأخبار والمعلومات والصور

يشير الجدول رقم (١) الى نوعية وتراتبية المصادر التي تستقي منها المواقع الالكترونية العراقية أخبارها ومعلوماتها وصورها، حيث جاء " مراسلو الموقع الالكتروني " في المرتبة الأولى وبنسبة ٢٤ ٪، فيما حل كلٌ من " مواقع الكترونية اخرى " و " مصادر رسمية أو حكومية " في المرتبة الثانية بنسبة ١٩ ٪، أما المرتبة الثالثة في مصادر الاخبار التي تعتمد عليها المواقع الالكترونية العراقية، فقد احتلتها كلٌ من " وكالات الأنباء " و " الفضائيات والإذاعات " وبنسبة ١٦ ٪، أما المرتبة الرابعة والاخيرة، فقد جاءت فيها " الصحف الورقية " وبنسبة ٦ ٪.

ويتضح من هذا الجدول، ان المواقع الالكترونية العراقية، تعتمد بشكل رئيس على مصادرها الخاصة من خلال مجموعة مراسليها الذين تعتمدهم لإستقاء مختلف الأخبار والمعلومات، وهي نتيجة صحية من ناحية اعتماد هذه المواقع الالكترونية على مراسليها بدلاً من اقتباس الأخبار من مصادر اخرى كما هو شائع في الصحافة الالكترونية، لكن ما تشير اليه مثل هذه النتيجة أيضاً، ربما يحمل مخاطر من نوع آخر تتعلق بمدى مهنية هؤلاء المراسلين وما هو مستوى التدريب الذي حصلوا عليه، خصوصاً وان المؤسسات الاعلامية الكبيرة تستقطب العناصر الصحفية المحترفة والمدربة وذات الخبرة، فضلاً عن مدى اطلاع اولئك المراسلين على القواعد الاخلاقية في عملية استقائهم للأخبار والصور ومن ثم نشرها، وهو أمر يأخذ ابعاداً أكبر مع عدم تبني الاعلام الجديد في منطقتنا عموماً وفي العراق على وجه التحديد، لوائح اخلاقية تنظم عمله، كما هو معمول به في معظم مؤسسات الاعلام التقليدي .

ويشير اعتماد المواقع الالكترونية العراقية على " مواقع الكترونية اخرى "، في المرتبة الثانية لمصادرها للحصول على المعلومات والاخبار والصور، الى ان هذه المواقع تعمل ضمن ذات " الجو الالكتروني العام " أي أنها تعمل في سياق الاعلام

الجديد ذاته، بكل ما يحمله من دلالات رمزية وتقاليد عمل خاصة به، و " انفلات" من القيود والمحددات التي قد نراها موجودة في مؤسسات الاعلام التقليدي من صحف مطبوعة أو محطات اذاعة أو فضائيات تلفزيونية، وبالتالي فان المواقع الالكترونية العراقية لم تخرج كثيراً عن دائرة ذات الجو الصحفي، ما يعني ان المطالبة بلائحة اخلاقية للإعلام الجديد تصبح أكثر الحاحاً، لأن "الزملاء الالكترونيين" يتسمون بذات السمات الراضية لأي قيود أو محددات لعملهم، الأمر الذي يجعل عملية الضبط المهني والأخلاقي لمنتجات هذه المواقع الالكترونية " ضعيفة " أو " محدودة"، خصوصاً مع عدم وجود لوائح أخلاقية لمعظم الاعلام الجديد في منطقتنا يمكن أن تكون مرجعاً أو اطاراً يعود اليه منتجو الأخبار والصور في هذه المواقع الالكترونية.

ولربما يمكن تفسير حلول " المصادر الرسمية والحكومية" في ذات المرتبة الثانية من ناحية اعتماد المواقع الالكترونية العراقية عليها في الحصول على الاخبار والمعلومات والصور على النحو التالي:

- فهي اما تشير الى ما هو شائع في الصحافة الالكترونية العراقية هذه الأيام، من قيام بعض السياسيين العراقيين بتسريب معلومة ما الى أحد المواقع الالكترونية العراقية ليقوم بنشرها، ومن ثم تتناقلها عن هذا الموقع وسائل الاعلام الأخرى من صحف وفضائيات، بقصد الإيقاع بخضم سياسي آخر أو في اطار اختبار ردة فعل الشارع العراقي تجاه موضوع ما.
- أو ان العاملين في المواقع الالكترونية العراقية، أرادوا الإيحاء من خلال تقديم هذه الاجابة، بأن مصادر معلوماتهم دقيقة ورسينة بدليل أنها " حكومية ورسمية"، في محاولة للرد من طرف خفي على الصورة النمطية السائدة عن عدم موثوقية ما تنشره الصحافة الالكترونية .

ومهما كان تفسير هذه النتيجة، فهو يسلط الضوء على حجم الحاجة المتنامية الى " منظومة قيمية " تضع الصحفي الالكتروني العراقي أمام تحديات أخلاقية، لكي يقرر بنفسه ووفق قناعاته ما يجب أن ينشر أو لا ينشر، وكيف يدقق في ما يصله من معلومات، وأن لا يتحول الى قناة لتمرير معلومات يقصد منها تحقيق غايات سياسية أو نفعية على حساب الرسالة السامية لمهنة الصحافة.

ويأتي حلول مصدري " وكالات الانباء " و " الفضائيات والاذاعات " في المرتبة الثالثة، لربما منطقياً، من ناحية ان العاملين في المواقع الالكترونية لا يريدون الايحاء بأنهم يعتمدون بشكل رئيس على وسائل الاعلام التقليدية من جهة، كما ان هذه المواقع بطبيعتها التقنية، وآليات إنتاج الأخبار فيها، هي لربما أسرع في نقل الخبر من وسائل إعلام تعتمد على إجراءات " طويلة " نسبياً بالقياس الى ما يجري في المواقع الالكترونية، فضلاً عن ان الامر في " الانترنت " لا يحتاج إلا لبضعة دقائق إن لم نقل ثوان، لكتابة خبر الكتروني وتفعيله (On Line).

ما يوضح مجدداً حاجة المواقع الالكترونية، إحدى أبرز منصات الاعلام الجديد الى لائحة أخلاقية، تضبط عملية النشر " فائقة السرعة " هذه، وتدريب العاملين في المواقع الالكترونية على اتخاذ " القرار الأخلاقي " السريع والمناسب بصدده ما يجب نشره وما يجب التأمي والتدقيق فيه قبل النشر.

ولعل ما تقدم، يمكن ان ينسحب بشكل أوضح على مصدر " الصحف الورقية " التي جاءت في المرتبة الأخيرة من ناحية تراتبية اعتماد المواقع الالكترونية العراقية عليها كأحد مصادرها الاخبارية والمعلوماتية، فالصحف المطبوعة التي تصدر في اليوم التالي، لا يمكنها إطلاقاً مواكبة سرعة نشر الخبر الكترونياً (وهو ما دفع معظم الصحف حول العالم الى تأسيس مواقع الكترونية رديفة لنسخها

الورقية، لتحاول بذلك منافسة الصحافة الالكترونية في عقر دارها، واستخدام ذات الادوات التقنية التي يمتاز بها النشر الالكتروني في منافسة محتدمة، لم تُبج الى الآن بكل أسرارها)، وبالتالي فان المواقع الالكترونية تعتقد ان الصحف المطبوعة هي مصدر " متأخر" زمانياً على الاقل للحصول على المعلومات، لكنها قد تستخدم أخبار الصحف - من جانب آخر - في اطار قصة إخبارية ينتجها هذا الموقع الالكتروني أو ذاك، يبني على بعض أخبار الصحف، قصته الالكترونية، أو يستخدم معلومة معينة او جزءاً من الخبر المطبوع ضمن تقرير الكتروني أو تحليل سياسي أو اقتصادي، وهكذا .

ومن هنا تعود المقومات الأخلاقية لتطل براسها، وتثير جملة تساؤلات عن الآلية التي تعتمدها المواقع الالكترونية في استخدام ما تنشره الصحف المطبوعة، هل تتم الإشارة الى هذه الصحف ؟ أم ان اعادة صياغة المعلومة يبرر للموقع الالكتروني عدم ذكر المصدر الأصلي لها (الصحيفة الورقية) ؟، وهل ان ذكر الصحيفة المطبوعة كمصدر للخبر الالكتروني يمنحه بعض الرصانة والمصداقية ؟، وغيرها من التساؤلات الأخلاقية الجدية التي لا نجد اجاباتها إلا ضمن لائحة أو لوائح أخلاقية يجترحها منتجو الاعلام الجديد، ويلزمون أنفسهم - طوعاً - بها، ويتلقون تدريبات مكثفة على كيفية اتخاذ " القرار الأخلاقي " كلما واجهتهم تحديات أخلاقية من إي نوع كان، خصوصاً وان التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، تُنبأ بظهور المزيد من هذه التحديات الأخلاقية التي تحتاج الى مواكبة سريعة، بسرعة ما نشهده من تطورات تكنولوجية اتصالية ومعلوماتية.

ثانياً: القيم الإخبارية الالكترونية

النسبة المئوية	التكرار	المعيار (القيمة الإخبارية)	الترتيب
٪ ١٤	٤٥	- الدقة	١
٪ ١٤	٤٥	- الأهمية	
٪ ١٤	٤٥	- الحدائة	
٪١٢	٤٠	- السبق الصحفي	٢
٪١١	٣٥	- الإثارة	٣
٪٩	٣٠	- المحلية	٤
٪٩	٣٠	- العالمية	
٪٩	٣٠	- الشخصيات المشهورة	
٪ ٨	٢٥	- المضامين الناقدة	٥
صفر٪	صفر	- اخرى	٦
٪١٠٠	٣٢٥	المجموع	

جدول رقم (٢) يبين المعايير (القيم الإخبارية) التي تعتمدھا المواقع الالكترونية العراقية في نشر الأخبار والموضوعات والصور

يتناول الجدول رقم (٢)، نوعية المعايير أو (القيم الاخبارية) التي تعتمدھا المواقع الالكترونية العراقية في اختيارها ونشرها للأخبار والمعلومات والصور، وحيث ان " القيم الإخبارية الالكترونية " تمتاز باستحضارها " الممكنات التقنية " للإعلام الجديد، وبالتالي فهي تختلف نسبياً عن القيم الإخبارية الصحفية

(الصحافة المطبوعة) أو القيم الإخبارية المرئية (التلفزيون)، أو تلك القيم الإخبارية المسموعة (الاذاعة)، لكنها جميعا تشترك في قيم رئيسة، يبدو ان لا غنى عنها في الإعلام المحترف .

ويظهر من خلال نتائج هذا الجدول، ان معايير مثل الدقة، الاهمية، والحدائة، قد تصدرت اهتمامات منتجي الأخبار في المواقع الالكترونية العراقية، حيث جاءت في المرتبة الأولى بنسبة ١٤ ٪ لكل منها .

ولعل السؤال الذي يقفز في الذهن هنا، انه إذا ما سلمنا بهذه النتيجة، فكيف لنا أن نفسر كثرة الأخبار غير الصحيحة والشائعات التي تمتلئ بها المواقع الالكترونية في العراق أو في عموم المنطقة ؟، لكن في المقابل تشير هذه النتيجة أيضاً الى رغبة كامنة لدى العاملين في هذه المواقع الالكترونية لترصين أخبارهم وتجويدها بما يجعلها محط موثوقية وصدقية .

ان إجماع من شملهم الاستبيان على الإلتزام بمعايير الدقة والأهمية والحدائة، يرتب مسؤولية على منتجي الاعلام الجديد في العراق وخارجه في تبني لوائح اخلاقية، تسهم في إظهار منتجهم الالكتروني بأفضل صورة أخلاقية، ويبدد من حوله شكوكاً يسهم في تزايدها " الفراغ الاخلاقي " الذي يسببه النقص الملحوظ في اللوائح الإسترشادية الأخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد، وهي مسؤولية يضاعفها حجم الأدوار التي اضطلع بها الإعلام الجديد في منطقتنا، لاسيما في ثورات الربيع العربي ٢٠١١، ٢٠١٢ .

ان ما تقدم ينسحب - بالضرورة - على معيار " السبق الصحفي " الذي جاء في المرتبة الثانية بنسبة ١٢ ٪ من ناحية اعتماد المواقع الالكترونية العراقية عليه، فهذه القيمة الإخبارية " السحرية " لدى الاعلاميين - قديمهم وحديثهم -، لا يمكن لصحفي ان يتردد في اعتمادها، كونها الجائزة المعنوية الأكبر التي يسعى

الصحفيون للحصول عليها، فيحق للصحفي الذي توصف أخباره بأنها "أسباق" أو Exclusive، أن يتفاخر بين أقرانه، فضلاً عن المزايا الأخرى المتعلقة بالسمعة الجيدة التي تتأتى للمؤسسة الإعلامية التي تبث أخباراً حصريّة وأسرع من غيرها.

ولربما تساعد المزايا التقنية للإعلام الجديد في أن تأخذ قيمة "السبق الصحفي" بعداً آخر، يتمثل في أن الانترنت يسهل كثيراً من سرعة نشر الخبر، وبالتالي فهو يحصل على "قيمة مضافة" Added Value، بالمقارنة مع غيره من وسائل الاتصال الجماهيري كالصحف التي تنتظر يوماً كاملاً لنشر الخبر أو الاذاعات والفضائيات التي تحتاج الى ترتيبات فنية قبل بث الخبر (وإن بدأت الفضائيات تستخدم تكتيكات الانترنت في بث الخبر العاجل، عبر إظهاره على شكل نص مكتوب أسفل الشاشة مرفقا بكلمة "عاجل"، لحين استكمال الخبر وتهيئة الصور الفلمية المرافقة، أو استضافة شخصيات للتعليق عليه).

لكن كيفية التعاطي مع أخبار السبق الصحفي، إلكترونياً، تثير جدلاً أخلاقياً من نوع آخر، يتعلق بمدى التدقيق والتمحيص في مضمون الخبر ومعلوماته، وغيرها من الاعتبارات الأخلاقية التي تزداد حدة مع "استسهال" نشر الخبر إلكترونياً.

واحتل معيار أو قيمة "الإثارة" المرتبة الرابعة بنسبة ١١٪ في قائمة أولويات العاملين في المواقع الإلكترونية العراقية، ومع كل الجدل الذي رافق ويرافق استخدام هذا المعيار في العمل الصحفي، فإنه يظل قيمةً إخباريةً مفضلةً لدى الصحفيين كما هو لدى جمهور القراء والمستمعين والمشاهدين.

واخذت "الإثارة" بعداً إضافياً في الأخبار الإلكترونية، "المنفلتة" من الكوابح، و"المتمردة" على القوالب والصيغ النمطية، وحيث أن لا قانون ينظم الإعلام الإلكتروني في معظم الدول العربية التي لا تزال أغلبها تطبق مواداً قانونية

تتعلق بالصحافة المطبوعة على النشر الإلكتروني، فإن البحث عن أطر أخلاقية تُشذب استخدام هذا المعيار، يزداد الحاحاً يوماً بعد آخر، وبما يُحصن الصحافة الإلكترونية ويحمي الناس من أي انتهاكات محتملة، يسهل للطارئ والمعرضين استخدام الانترنت فيها .

ان الأمر برمته بحاجة الى توازن دقيق من نوع ما، بين الرغبة في نشر الأخبار المثيرة، وبين مرجعية أخلاقية تُشذب هذا النشر، وهو ما يمكن أن يحصل في حال توافر لوائح أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد في منطقتنا.

واحتلتُ المراتبَ ما قبل الأخيرة (المرتبة الخامسة) كمعايير لنشر الأخبار الكترونياً لدى العاملين في المواقع الالكترونية العراقية، كلُّ من " المحلية " و " العالمية " و " الشخصيات المشهورة " بنسبة ٩ ٪ لكل واحدة منها، ومن ثم في المرتبة السادسة والأخيرة جاءت قيمة " المضامين الناقدة " بنسبة ٨ ٪ .

ان الهاجس المحلي هو السمة الأبرز للإعلام العراقي عموماً منذ العام ٢٠٠٣، لأسباب عدة في مقدمها التدهور الأمني والسقوط اليومي للضحايا في شوارع بغداد ومدن العراق الاخرى، وبالتالي توفر مادة إخبارية بشكل يكاد يكون يومياً عن أحداث العنف المسلح الذي يعصف بالبلاد، يضاف اليه " الاحتقان السياسي " شبه المستديم، بين فرقاء العملية السياسية، وظهور قضايا جدلية لدى العراقيين كالتائفية والفساد والمشاركة السياسية وغيرها، كلها جعلت من الشأن العراقي، خبيراً اولاً في معظم وسائل الاعلام العربية والعالمية لسنوات مضت، ولربما لم يتراجع الخبر العراقي عن صدارة نشرات الأخبار الاذاعية والتلفزيونية، والصفحات الأولى في الصحف المطبوعة حول العالم، إلا مع بدء وتصاعد أحداث الربيع العربي ومع هكذا حال، فمن البديهي أن تهتم وسائل الاعلام العراقية بالحدث العراقي، فهو اولاً: الأقرب جغرافياً، وبحسب التفسير السايكولوجي لدوافع أية

عملية اتصال جماهيري، فإن المتلقي يزداد اهتمامه بالحدث كلما أقرب جغرافياً منه، فضلاً عن توفر مقومات القصة الإخبارية في يوميات الشأن العراقي.

وهو، ثانياً: يأتي في إطار محاكاة وتقليد الاعلام العربي والعالمي، فهل يُعقل أن تهتم وسائل الاعلام العالمية بالحدث العراقي وتهمله وسائل الاعلام المحلية ؟ ويأخذُ هذا الاهتمام الاعلامي بالشأن المحلي العراقي بعداً آخر في الإعلام الجديد، حيث الانتشار المتزايد للمواقع والمدونات الالكترونية العراقية المختلفة، وخصوصاً ما يسمى عراقياً بوكالات الانباء الالكترونية، والإقبال المتزايد من الجمهور العراقي على الانترنت، فقد طغى بشكل ملحوظ الخبر المحلي العراقي على مجمل ما تنشره معظم المواقع الالكترونية العراقية، وهي نتيجة تبدو متوائمة مع ما تقدم من جهة كون معيار " المحلية " هو معيار أساسي في النشر الالكتروني، لكن تراتبيته (الخامسة بين المعايير الاخرى) قد تكون غير متناسبة مع حجم الضخ الاخباري المحلي الذي تشهده المواقع الالكترونية العراقية على مدار الساعة، لاسيما وان معظم المواقع الالكترونية العراقية تحمل بصمة محلية بهذا الشكل أو ذاك.

ولعل الأمر مختلف فيما يخص معيار " العالمية " في اختيار الأخبار لدى محرري المواقع الالكترونية العراقية، لأن الاعلام العراقي "المنهمك" بشأنه المحلي، لا يأبه كثيراً لما يدور في أماكن اخرى من العالم، إلا قدر تعلق الأمر بالعراق أيضاً، فمتى ما ارتبط الخبر العربي أو الاسلامي أو الدولي بالعراق، ترى الصحفَ والفضائيات والاذاعات ومواقعَ الانترنت العراقية تتابعه وتركز عليه، وهذا لا يعني - بالطبع - ان الاعلام العراقي موعلاً في محليته، فهو يغطي أيضاً بانتظام الأخبار العربية والإسلامية والعالمية لاسيما الملفات الكبرى والرئيسية كالقضية الفلسطينية مثلاً او الانتخابات الأميركية وغير ذلك .

وبالتالي فإن معيار " العالمية" ربما حصل على مرتبة متساوية مع معيار " المحلية"، في إطار حرص مَنْ شملهُ الاستبيان على الإحياء بأن الاعلام الالكتروني العراقي، هو إعلام إحتراقي يهتم بالحدث العالمي قدر اهتمامه بالحدث المحلي. ولطالما اهتم الإعلام عموماً بنشر الأخبار المرتبطة " بشخصيات مشهورة"، لكن الانترنت صار فضاءً مفتوحاً لكل الاخبار والمعلومات والصور الفوتوغرافية والفيديوية المتعلقة بالمشاهير، الصحيحة منها وغير الصحيحة، الدقيقة منها والشائعات .

وهنا يظهر مرةً أخرى الحديث عن " أخلاقيات النشر الالكتروني"، التي تُرشدُ تناول كل ما يتعلق بوجوه المجتمع والمشاهير، وتُسهّم في تقديم مادة صحفية تتوافر فيها المعلومة الدقيقة، والترفيه، وعدم الاساءة، والمحافظة على الخصوصية، بما يعزز من حضور الإعلام الجديد بين جمهوره، فضلاً عن استقطاب جمهور من نوع آخر، لربما يكون الذي اعتاد إستقاء معلوماته من وسائل الإعلام التقليدية كالصحافة المطبوعة والإذاعة والتلفزيون من بينه أيضاً.

والملفت للانتباه في الجدول رقم (٢) المتعلق بمعايير اختيار الإخبار في المواقع الالكترونية العراقية، وهو تراتبية معيار " المضامين الناقدة " الذي جاء في المرتبة الاخيرة، وحيث ان المواقع الالكترونية العراقية تكاد " تضجُ" بالأخبار والمقالات الناقدة لمختلف شؤون الحياة، فأُن هذه النتيجة لربما يفسرها ما يلي:

- خشية مَنْ شملهم الاستبيان بأن تُصنّفَ مواقعهم الالكترونية بكونها مواقع ناقدة، ما قد يخلق لهم إشكالات من نوع ما مع بعض الجهات.
- ان هاجس القائمين على المواقع الالكترونية العراقية هو نشر الاخبار والتصريحات، أكثر من القيام بانتقاد ما يحصل، على اعتبار ان الوظيفة الأولى، إخبارية، والثانية تتعلق بمقالات الرأي والتحليل والتعليق، ما قد يشير

الى ان المواقع الالكترونية العراقية بمعظمها " إخبارية" أو على الاقل تفضل
المعالجة الإخبارية على غيرها من آليات وأشكال التغطية الصحفية المختلفة
كالتحقيقات الإستقصائية أو مقالات الرأي وغيرهما .
وفي كل الأحوال، فإن استخدام " النقد" من قبل الاعلاميين، بحاجة الى آليات
تنظيمية أخلاقية، خصوصاً في الاعلام الجديد، غير القابل للتأطير والملاحقة
والرصد بالكيفية التي هي عليها في الإعلام التقليدي .
ان وجود لوائح أخلاقية متعارفٌ ومتفقٌ عليها يضمن لمنتجي الإعلام الجديد
القيام بدور ناقد لمجمل الحوادث التي يشهدها المجتمع، مؤطر بأخلاقيات لا
تجعله نقداً مجانياً يفقد أهميته وقيمه بقدر ما تحوله الى نقدٍ " منضبط" قيمياً
واخلاقياً، لا يهاجم الشخوص، ولا يجرح، ولا يعمم، ولا ينصب نفسه حاكماً
ومتحكماً بمصائر الناس، لمجرد امتلاكه ناصية الكترونية.

ثالثاً: كيف يكتب الصحفيون الالكترونيون العراقيون أخبارهم ؟

الترتيب	الكيفية	التكرار	النسبة المئوية
١	بحسب الإجهاد الشخصي	٣٥	٪٣٥
٢	- قوالب الكتابات الصحفية المعتمدة في الصحف والفضائيات	٢٥	٪٢٥
	- نقل حرفي من الصحف ووكالات الأنباء	٢٥	٪٢٥
٣	بحسب الطريقة التي تكتب بها المواقع الالكترونية الاخرى	١٥	٪١٥
	المجموع	١٠٠	٪١٠٠

جدول رقم (٣) يبين الكيفية التي تعتمدها المواقع الالكترونية العراقية في صياغة الأخبار.

يبين الجدول رقم (٣) الكيفية التي تعتمدها المواقع الالكترونية العراقية في كتابة الأخبار، حيث يتضح ان المرتبة الأولى وبنسبة ٣٥ ٪ هي تكون " بحسب الاجتهاد الشخصي " للمحررين أو القائمين على المواقع الالكترونية العراقية، وبما أن كتابة الاخبار الصحفية والاذاعية والتلفزيونية والالكترونية بشكل احترافي تقتضي اتقان قوالب كتابية بعينها، دأبت وسائل الاعلام المختلفة على استخدامها، وهي قوالب تتطور بتطور الحياة وبما يشهده حقل الاتصالات والمعلومات من تطورات متلاحقة، فإن هذه النتيجة تجعلنا أمام تفسيرٍ للكثير من

المشاكل التي تعترى الصحافة الالكترونية في منطقتنا، خصوصا تلك المتعلقة بمدى احترافية هذه الصحافة وقدرتها على الإقناع، فالاحترافية (والكتابة المتقنة أبرز سماتها) توحى بالرصانة والصدقية والموثوقية، وتُقنع المتلقي (المستهلك) بأنه انما يتعامل مع مهنيين يقدمون له منتجاً بمستويات جودة عالية، لا تقل عن مثيلاتها في وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى من صحافة وإذاعة وتلفزيون، أو عن مثيلاتها في إعلام الدول المتقدمة .

وحيث ان الصحافة الالكترونية في منطقتنا عموماً، لا تهتم في غالب الأحيان بالمستوى المهني للعاملين أو المشاركين فيها، كما لا تهتم كثيراً بتدريبهم وتطوير قابلياتهم، حيث لا تزال معظمها بعيدة عن الأطر المؤسسية التي تمتاز بها وسائل الاعلام التقليدية، القدرة على الإرتقاء بالمستويات الفنية لموظفيها، فإن حدة الازمة الاخلاقية في الصحافة الالكترونية، تزداد معالمها اتضاحاً، ذلك أن تمكن الصحفي من أدواته يساعده في الوصول الى مستوى من الاحترافية التي تعزز ثقة القراء بما يقرأون، والعكس - بطبيعة الحال - صحيح .

كما ان الدربة المتواصلة تؤهل الصحفي الالكتروني لممارسة دوره الأخلاقي، وتقديم صحافة أخلاقية، أكثر من نظيره الذي لم تَسنح له فرصة الإطلاع على الخيارات الأخلاقية للتعامل مع المادة الصحفية، فالكتابة الصحفية الحديثة ليست مجرد سرد وفق قالب معين لأحداث بعينها، إنها مُنتجٌ ابداعى حامل لثقافة الأمة التي ينطلق منها أو يخاطبها، يُقرأُ سيمائياً كما يُقرأُ نظيره من الأعمال الابداعية الأخرى، يُقدم المواقف والتصورات والاتجاهات للعناصر الداخلة فيها، يبايعُ وشكلُ عصريين، فلم يعد مقبولاً مثلاً على المستوى الأخلاقي أن تتضمن صياغات الأخبار أية عبارات - ربما تكون غير مقصودة - يُفهم من بين سطورها شيءٌ من العنصرية، كوصف الناس بألوان بشراتهم مثلاً، كما لم يعد مستساغاً الحط من قدر المرأة من خلال استخدام عبارات أو مصطلحات تضعها في المرتبة الثانية بعد الرجل .

وهكذا فان البحث عن لوائح أخلاقية للعمل الصحفي الالكتروني، ربما يبررها هنا اعتماد المواقع الالكترونية العراقية بشكل رئيس على " الإجتهاد الشخصي" في الكتابة الالكترونية .

وليس بعيداً عن التفسيرات أعلاه، ما جاءت به المرتبة الثانيةً ونسبة ٢٥ ٪ من الجدول رقم (٣)، وهو اعتماد " النقل الحرفي من الصحف ووكالات الأنباء" و " قوالب الكتابة الصحفية المعتمدة في الصحف والفضائيات"، في الكتابة لدى محرري المواقع الالكترونية عينة هذا الاستبيان.

وقدر تعلق الأمر بموضوع " النقل الحرفي من الصحف ووكالات الانباء"، فإنه يعطي مؤشراً جديداً على ان غياب اللوائح الاخلاقية التي تُرشد الإنتاج الصحفي الالكتروني في منطقتنا، لابد وان يترتب عليه نتائج غير محمودة، وبالتالي فإن عملية النقل الحرفي هذه تشير - من بين ما تشير اليه - الى "الإستسهال" الذي ظل ملازماً لثقافة الانترنت في منطقتنا، لأسباب مختلفة من بينها غياب قوانين " الملكية الفكرية" أو عدم جدية تطبيقها في معظم دول المنطقة، وقبل ذلك غياب الاطر المرجعية الأخلاقية التي " تحكم" إيقاع العمل الصحفي الالكتروني.

ان عملية النقل الحرفي هذه ليست خطيرة فقط على مستوى ما ذكر انفاً، بل الأخطر فيها انها - ربما - تحوّل الصحافة الالكترونية في منطقتنا الى قناة تعبر من خلالها الأفكار والمعطيات التي تريد جهات أو دول أو أشخاص تمريرها، ولن تجد أسهل أو أكثر جماهيرية من فضاء الانترنت ليقوم بهذه المهمة، وبالتالي يفقد الإنتاج الصحفي الالكتروني مظاهر الأصالة والإبتكار، ويتحول تدريجياً الى نُسخٍ مكررةٍ لما يُكتب في وسائل إعلام اخرى.

أما الإعتماد على " قوالب الكتابة الصحفية المستخدمة في الصحف والفضائيات"، فهي تحمل لنا خبراً جيداً وآخر سيئاً في آن واحد، أما الخبر الجيد، فهو ان محاكاة قوالب الكتابة الرصينة التي تستخدمها وسائل الإعلام التقليدية والتي جاءت بعد عقود طويلة من الممارسة الصحفية المبدعة، ستمنح

المواقع الالكترونية شيئاً من الرصانة والإحترافية التي تعزز من خلالها علاقتها بمستخدمي الفضاء الالكتروني، لكن السيء هنا هو ان المحررين الالكترونيين في منطقتنا ربما لم يبذلوا بعد الجهد الكافي لإجتراح قوالب كتابة الكترونية، تستفيد من المميزات التقنية التي يحتويها الانترنت والكمبيوتر والهاتف الذكي، للخروج بقوالب أو "موديلات" كتابة الكترونية خاصة، ربما تستفيد من سابقاتها المستخدمة في وسائل الإعلام الأخرى، لكنها يفترض أن تكون خاصة بخصوصية الوسيلة الإتصالية التي تستخدمها.

وفي ذيل الترتيب، حيث المرتبة الرابعة وبنسبة ١٥ ٪، جاءت الكتابة " حسب الطرق التي تكتب بها المواقع الالكترونية الأخرى "، وهو أمرٌ قد يزيد من التحديات المهنية والأخلاقية التي تواجه الصحافة الالكترونية في منطقتنا، ذلك ان " فايروس " الخطأ المهني والأخلاقي، قد ينتقل من موقع الكتروني الى آخر و" عدوى " الأخطاء الشائعة التي تتحول بمرور الزمن الى مسلّمات، لن تجد لها بيئة أفضل من فضاء مفتوح لا حدود له، خصوصاً وان المواقع الالكترونية في منطقتنا تكاد تكون متشابهة في ظروف عملها وطريقة إدارتها، وميكانيكية العمل اليومي فيها، ما يعني ان التقليد والمحاكاة هنا ربما يجعل من عملية الإرتقاء بواقع الإنتاج الصحفي الالكتروني في منطقتنا، أمراً أكثر صعوبة.

ولربما من المفيد القول، ان ورود هذا الخيار في المرتبة الأخيرة بالنسبة لمن شملهم الإستبيان، قد يكون بمثابة رغبة منهم في عدم إظهار أنهم يعتمدون على، أو يقلدون مواقع الكترونية منافسة، وفي كل الاحوال، فإن هذه النتائج تشير الى ان المطلوب هو التوصل الى "منظومة قيمية وأخلاقية " للعمل الصحفي الالكتروني في هذا الجزء من العالم، ولربما ليست المعضلة في إيجاد هذه " الأخلاقيات " التي سبقنا اليها العاملون في الصحافة الالكترونية في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية، بقدر ما تكون في مدى الإلتزام الإختياري أو الطوعي بالمضامين الأخلاقية التي ستتضمنها مثل هذه اللوائح الاخلاقية .

رابعاً: الأمانة الصحفية في المواقع الالكترونية العراقية

الترتيب	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٤٠	٪٨٠
٢	أحياناً	١٠	٪ ٢٠
٣	لا	صفر	صفر٪
المجموع		٥٠	٪١٠٠

جدول رقم (٤) يبين آراء العاملين في المواقع الالكترونية العراقية في ذكر مصدر الخبر المنقول

يتناول الجدول رقم (٤) موضوعاً طالما أثارَ ويثير جدلاً مهنياً وأكاديمياً منذ الظهور الأول للصحافة الورقية، أقدم وسائل الاتصال الجماهيري المعاصرة، يتعلق بالأمانة الصحفية الواجب توفرها عند نقل الخبر من مصدر آخر .

وإزداد هذا الجدول مع ظهور الانترنت والمواقع الالكترونية المختلفة، التي يتهمها البعض بنشر أخبارٍ أو تصريحات أو موضوعات صحفية من دون الإشارة الى مصدرها الأصلي.

وكما يشتكي البعض من "خروقات غير أخلاقية" كهذه، فإن هنالك مَنْ يتهم بعضَ وسائل الإعلام الأخرى باقتباس الكثير من الموضوعات والمعلومات من مواقع الكترونيةٍ مختلفةٍ من دون الإشارة الى أسماء هذه المواقع .

وقد أجاب ٪٨٠ ممن شملهم الاستبيان بأنهم يعتقدون أنه من الضروري وضع مصدر الخبر المنقول عند نشر الخبر الالكتروني، فيما قال ٪٢٠ منهم أنهم لا يعتقدون (أحياناً) بضرورة ذلك.

وبغض النظر عن النسبة العالية لمن يعتقدون بضرورة وضع مصدر الخبر المنقول (قد يجد البعض حرجاً في تقديم إجابة غير هذه)، فإن وجود ٢٠ ٪ لا يروون (أحياناً) ضرورة لذلك، هو ما يحتاج الى وقفة للتدقيق والتمحيص .

ان مجرد مناقشة قضية أخلاقية تتعلق بالأمانة الصحفية، هو بحد ذاته أمرٌ خطيرٌ على اعتبار انه يُفترض أن تكون مثل هذه الأمور مفروغ منها، كونها جزء من الأخلاقيات العامة التي لا تستقيم بدونها الحياة الانسانية، فكيف يكون الحال مع وجود ٢٠ ٪ لا يروون (أحياناً) ضرورة لهذه الأمانة الصحفية.

ومع الإقرار بشجاعة هؤلاء المبحوثين، فإن الدعوة الى موثيق شرف تصبح غير ذي جدوى، إن لم يرافقها إيمان عميق وحقيقي، بأن الأخلاق هي جوهر الأشياء وقيمتها العليا، فإيمان كهذا كفيلاً باختصار طريق طويل سلكته أمم اخرى من أجل أن تتوصل الى منظومة قيمية وأخلاقية تنظم حياتها ومهنتها المختلفة.

كما انه ليس هنالك من شيءٍ يبرر أن لا نلتزم (أحياناً) بالأمانة الصحفية التي تقتضي ذكر المصادر الحقيقية للأخبار المنقولة، فليست هنالك "أمانة" دائمة واخرى مؤقتة، كما انه ليس من " غاية " مهما كان نبيلها، تبرر " الوسيلة" غير الاخلاقية .

ان أهمية هذه النتيجة تتضاعف من حيث كونها تتعلق هنا بالصحافة الالكترونية، التي تتعرض ومنذ ظهورها الأول وما تزال، الى سيل من الانتقادات المتعلقة بدرجة موثوقيتها وصدقيتها، وحيث أن هذا النوع من الصحافة قد تجاوز الى حدٍ مقبولٍ هذه الانتقادات في نسخته الصادرة في الغرب، بالاعتماد على رافعتين مهمتين هما "الإحترافية" و"أخلاقيات النشر الالكتروني"، فان ما نحتاجه في الإعلام الجديد في منطقتنا، هو أن نحذو ذات الحذو، ونعمل على الارتقاء بالجانب المهني وتأسيس تقاليد عمل احترافية في الصحافة الالكترونية من جهة، والاتفاق

على مجموعة من اللوائح الأخلاقية او مدونات الشرف الصحفي، للصحافة الالكترونية تكون ملزمة ومقنعة لهواة العمل الصحفي الالكتروني وممتهنيه، وهما أمران ليسا بالصعوبة التي قد يتصورها البعض، بقدر ما يحتاجان الى عملٍ منظمٍ ودؤوبٍ يضطلع به بالدرجة الاساس المهتمون بهذا النوع من الإعلام سواء كانوا باحثين أكاديميين أو مشتغلين فيه، بالاستفادة من التجارب الناجحة في هذا المجال.

خامساً: ضوابط نشر الأخبار في المواقع الالكترونية العراقية

الترتيب	الضوابط	التكرار	النسبة المئوية
١	- القيم والحساسيات الإجتماعية	٣٥	٪ ١٨
٢	- رغبات القراء	٣٠	٪ ١٥
٣	- القوانين النافذة	٢٥	٪ ١٣
٤	- المنافسة مع المواقع الأخرى	٢٠	٪ ١٠.٣
	- آراء زملاء العمل	٢٠	٪ ١٠.٣
	- القناعات الشخصية	٢٠	٪ ١٠.٣
٥	- الدين	١٥	٪ ٧.٧
	- التعليمات الرسمية	١٥	٪ ٧.٧
	- عدم الخضوع لأية ضوابط	١٥	٪ ٧.٧
	المجموع	١٩٥	٪ ١٠٠

جدول رقم (٥) يبين الضوابط التي يعتمد عليها العاملون في المواقع الالكترونية العراقية عند نشر الأخبار والصور

يوضح الجدول رقم (٥) تراتبية الضوابط التي يستحضرها العاملون في المواقع الالكترونية العراقية عند نشرهم الأخبار الالكترونية، واحتلتُ مراعاة " القيم والحساسيات الاجتماعية " المرتبة الأولى بنسبة ١٨ ٪، ما يعني ان الصحفيين الالكترونيين الذين شملهم الاستبيان، يشعرون بمسئولية تجاه مجتمعهم، ويستحضرون قيمه وعاداته وتقاليده، كضابطٍ أولٍ عند نشر الأخبار الالكترونية .

وبرغم ان هذا الضابط لم يحظ بنسبة عالية جداً، واختاره ١٨ ٪ فقط من مجموع مَنْ شَمَله الاستبيان، إلا انه يمثل مؤشراً ايجابياً على استحضار " المسؤولية الاجتماعية " عند نشر الأخبار في المواقع الالكترونية العراقية.

وقد تصبحُ نتيجةً من هذا النوع مفهومة عندما يتعلق الأمر ببيئةٍ محافظةٍ كالمجتمع العراقي الذي تنشط فيه الأعراف والتقاليد العشائرية التي يصعب على الإنسان العادي تخطئها، وتحسب لها الجهات الحكومية والدينية والمدنية على اختلاف مستوياتها حساباً، بل ان وزارة أو هيئة أو مؤسسة حكومية لشؤون العشائر، ترتبط بأعلى منصبٍ حكومي، نادراً ما فارقت هيكلية الدولة العراقية منذ تأسيسها، كما ان العشائرية والعائلية وتقاليدهما وأعرافهما، ما أنفكتُ تشكل جزءاً من تركيبة الشخصية العراقية، وهو ما قد يكون واحداً من تفسيرات هذه النتيجة.

لكن هذا لا يقلل من أهمية مثل هذه النتيجة، لاسيما عندما تتعلق بمنٍ يشغل في فضاء الكتروني، عُرف برفضه لكل القيود السياسية والاجتماعية، وتمرده على السائد والمتداول، ما يعني اننا أمام نواة مهمة يمكن البناء عليها للخروج بلائحة أخلاقية للإعلام الجديد في منطقتنا، لاسيما مع وجود إقرار بأهمية استحضار " القيم والحساسيات الاجتماعية " عند نشر الأخبار الالكترونية، الأمر الذي يمثل حجر الزاوية في أي اتفاق أخلاقي .

وفي المقابل، جاء استحضار "رغبات القراء" في المرتبة الثانية وبنسبة ١٥ ٪، من بين الضوابط التي تحكم نشر الأخبار في المواقع الالكترونية العراقية.

وحيث ان الإعلام عموماً يستمد شرعيته وتميزه من درجة اهتمام ومقبولية الجمهور، فان هذه النتيجة تبدو "منطقية" الى حد ما، لان الإعلام الذي لا يعبر عن حاجات الناس، ولا يواكب ما يريدون يصبح اعلاماً من طرف واحد لا يجدُ أذناً صاغية، لاسيما مع كل هذا التنافس المحموم بين وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية والجديدة، التي تستهدف في النهاية الوصول إلى أكبر مساحة ممكنة من الجمهور.

لكن الإصغاء لرغبات جمهور وسائل الإعلام والسعي لتلبيتها، لا يعني أن تتخلى وسائل الإعلام عن دورها في قيادة المجتمع، وتتحول الى تابع يلهث وراء تنفيذ الرغبات، فليس كل ما تريده فئة من الجمهور يتناسب - بالضرورة - مع الرسالة السامية للإعلام، ولا مع سياسية الوسيلة الإعلامية، ولا مع أخلاقيات الصحافة، وهنا بالتحديد يظهر الفراغ في أدبيات الإعلام الجديد خصوصاً في منطقتنا، وأقصد ندرة اللوائح الأخلاقية التي تُرشد المنتجات الإعلامية الالكترونية، وتجعلها تُصنف في خانة ما يمكن أن نسميه "الصحافة الالكترونية الأخلاقية".

وجاء في المرتبة الثالثة وبنسبة ١٣ ٪، الأخذ "بالقوانين النافذة" كأحد ضوابط النشر في المواقع الالكترونية العراقية، وهو ما يؤكد من جديد توفر الإستعداد النفسي لدى مَنْ شمله الاستبيان - على الأقل - للتوصل الى معايير أخلاقية تُنظّم عمله، فالالتزام القانوني، وان كان يُسبب لمخالفه عقوبات وجزاءات، فإن الإقرار به في الصحافة الالكترونية التي طالما صُنفت نفسها على أنها غير منضوية تحت أية مواد قانونية، في إطار ثقافة "التمرد" على السائد من جانب، وعلى أساس أنه لا يمكن بسهولة ضبط المخالفات في الفضاء الالكتروني،

من جانب ثانٍ، فضلاً عن الخشية المتزايدة من فرض اجراءات قمعية عبر هذه القوانين .

إن التسليم بأهمية استحضار الجانب القانوني، على الرغم من عدم وجود قانون خاص بالإعلام الجديد في العراق، يشيرُ الى توجهٍ محمودٍ نحو التنظيم والترشيد في إطار أخلاقي لا يتقاطع مع الركائز الأساسية لمهنة الصحافة - التي لم يعد بمقدور أحدٍ في زمننا التنازل عنها، كضمان حرية الصحافة، وحق الناس في الإطلاع والمعرفة، وحق الوصول الى المعلومة، ورفض أي نوع من أنواع العقوبات الجسدية أو الملاحقات التعسفية للإعلاميين، أو غلق أو حجب أو إيقاف أو التضييق على وسائل الإعلام وغيرها .

ثم جاء في المرتبة الرابعة وينسبة ١٠,٣٪ كلٌّ من " آراء زملاء العمل"، "المنافسة مع المواقع الأخرى"، و "القناعة الشخصية"، وهي جميعها ضوابط متقاربة من حيث الهدف منها، فالصحفيون على اختلافهم يميلون إلى الحصول على رضى وتقدير زملاء المهنة، مثلهم بذلك مثل العاملين في المهن الأخرى، كما ان المنافسة الصحفية، هي إحدى دعائم ومركزات العمل الصحفي الناجح، بالإضافة الى ان قناعة الصحفي نفسه بما يقوم به من عمل، يعتقد مبدعاً اخلاقياً يحمل رسالة، لا بد وأن تكون لديه ضوابط حاضرة في اختيار إي خبر للنشر أو البث، وتزداد هذه العوامل أهمية في عمليات النشر الالكتروني، التي " تُجبر" الميزات التقنية للأترنت، الصحفي الالكتروني على اتخاذ قرارات نشرٍ سريعةٍ جداً، بسرعة عملية إنتاج الخبر الالكتروني وتفعيله، الأمر الذي يتطلب استحضار كل هذه الضوابط في بضعة ثوانٍ، قبل واثناء اتخاذ قرار النشر، ومطابقته مع هذه الضوابط المهنية / الأخلاقية، ليتأكد الصحفي الالكتروني أنه يقدم صحافة الكترونية أخلاقية، تأخذ بعين الاعتبار نظرة زملاء العمل لمدى أخلاقية ما يقوم به، وكذلك كيف ستنظرُ المواقع الالكترونية الأخرى لما قام

بنشره الكترونياً، فضلاً عن مدى قناعاته الشخصية في ذاته، بأهمية وشرعية وأخلاقية ما كتب أو نشرَ على هذا الموقع الإلكتروني أو ذاك الموقع التواصلّي .

وأخيراً، وفي المرتبة الخامسة ونسبة ٧,٧ ٪، جاءتُ خيارات من قبيل "الدين"، "التعليمات الرسمية"، و "عدم الخضوع لأية ضوابط"، وقدر تعلق الامر بموضوع "الدين" كأحد ضوابط النشر، فان حلوله في المرتبة الأخيرة من بين ضوابط النشر في المواقع الإلكترونية العراقية، قد يبدو مستغرباً الى حد ما، لاسيما في مجتمع متدين بطبيعته كالمجتمع العراقي، مثله في ذلك مثل عموم مجتمعات المنطقة، لذا فإن عدم إيلاء "الدين" كضابط متحكم في اختيارات النشر الإلكتروني، الأهمية الكافية لربما يطرح تساؤلات قد لا تكون إجابة كافية عنها القول ان الإعلام في عموم بلدان المنطقة، تسيطر عليه النخب الليبرالية، التي ترى ان احزاب وتيارات الإسلام السياسي التي وصلت الى مقاليد الحكم في أكثر من بلد عربي بعد ثورات الربيع العربي، مشروعاً لمناهضة الحريات العامة، وبالأخص منها حرية الصحافة، الأمر الذي نجد له تجسيدا واقعياً، في ما شهدته كلٌ من مصر وتونس، وأخذ شكل سجلات محتدمة بين إسلاميين وإعلاميين، تجاوزت بعضها شاشات الفضائيات وصفحات الصحف المطبوعة والإلكترونية، الى التهديد والتشهير، ونظرت المحاكم المصرية والتونسية في عددٍ من هذه الحالات، كإحالة نائب رئيس حزب الحرية والعدالة الجناح السياسي للإخوان المسلمين في مصر، عصام العريان الى محكمة الجناح في تشرين الأول / اكتوبر من العام ٢٠١٢، بتهمة القذف والتشهير بمقدمة البرامج جيهان منصور، بعد أن اتهمها على الهواء مباشرة بتقاضي أموال من تيار سياسي معين لتقوم بمهاجمة جماعته، كما قدم في العام ذاته الإعلامي المصري توفيق عكاشة المذيع بقناة الفراعين، ورئيس تحرير صحيفة الدستور للمحاكمة بتهمة سب رئيس الجمهورية المنتمي لجماعة الاخوان المسلمين .

وفي تونس، قال راشد الغنوشي رئيس حزب النهضة الإسلامي التونسي، في شريط فيديو حوى مقابلة تمت في شباط / فبراير من العام ٢٠١٢، وتناقلتها بعد ذلك مواقع الانترنت وأثارت ردودَ أفعالٍ واسعة: " صحيح أن الفئات العلمانية في هذه البلاد لم تحصل على الأغلبية "، في انتخابات المجلس الوطني التأسيسي التي أجريت في ٢٣ تشرين الاول/ أكتوبر ٢٠١١ وفازت فيها حركة النهضة، لكن "الإعلام والإقتصاد والإدارة التونسية بيدهم (٠٠) بيدهم الجيش، الجيش ليس مضموناً، والشرطة ليست مضمونة (٠٠) أركان الدولة ما زالت بيدهم"، ومضى يقول " انظروا المؤامرات التي حولنا، كلهم (العلمانيون) يتجمعون (٠٠) ضد الاسلام، ضدنا".

ولاحقا قال حزب النهضة، ان ما قاله الغنوشي تم التلاعب به واجتزأؤه وتركيبه لإخراجه من سياقه.

وفي النهاية، فان وجود لائحة أخلاقية، تستوعب كل هذه الضوابط ومنها " الدين " سيكون كفيلاً باقتراح إجابات مناسبة للعديد من التساؤلات التي تواجه الصحفي الالكتروني في عمله اليومي.

ولعل ما يفسر ورود " التعليمات الرسمية " في آخر أولويات ضوابط النشر الالكتروني، هو " وعي " العاملين في المواقع الالكترونية العراقية، بأهمية التفريق بين الالتزام بالقوانين والتشريعات، وبين الخضوع لقرارات تنفيذية قد تفقد الإعلام عموماً والالكتروني على وجه الخصوص هيئته ودوره، فاحترام القانون شيء، والخضوع والاستسلام لقراراتٍ اجرائيةٍ شيء آخر .

ان نتيجة من هذا النوع، تشجع أكثر على اتخاذ خطوات عملية للتوصل الى لائحة أخلاقية للإعلام الجديد، تشرحُ اللبس وتؤشرُ مكامن الصحة أو الضعف في إطار دلالي أخلاقي وقيمي .

والأمر ذاته ينطبق على فقرة " عدم الخضوع لأية ضوابط " التي حلت في ذيل الأولويات، انه تأكيد آخر على " وعي متجذر " لدى القائمين على المواقع

الالكترونية العراقية، بان " ثقافة التمرد "، التي ظل يعتقد بها بعض الصحفيين الالكترونيين قد أن لها أن تتغير، فالتنظيم أو الترشيح وفق أطر أخلاقية، لا يعني بالضرورة تقييداً لحرية الصحافة أو تكميماً للأفواه، ولربما جاءت هذه النتيجة - وإن كان بعض الذين شملهم الاستبيان يؤيدون عدم الخضوع لأية ضوابط - لتشير الى واقعية في فهم التطورات التي وصلت اليها الصحافة الالكترونية، والدور المهم الذي اخذت تضطلع به والذي تحتاج معه الى " مناخات أخلاقية " صحية، يؤدي خلالها الصحفيون الالكترونيون أعمالهم، لا حال من الفوضى والإنفلات، يتحول معه هذا النوع المتجدد من الإعلام الى منصة لكل ما هو غير أخلاقي، بدلا من ان يواصل دوره المميز كإعلام للحاضر والمستقبل، سُجل له - تاريخياً - دورٌ رياديٌّ في الإسهام والتحرير والتنظيم والتوعية بثورات الربيع العربي التي أطاحت بأعتى دكتاتوريات المنطقة .

سادساً: المواقع الالكترونية العراقية: نعم نحتاج لدليل أخلاقي

الترتيب	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	أوافق جداً	٤٠	٪٨٠
٢	لا أوافق إطلاقاً	١٠	٪٢٠
٣	أوافق نسبياً	صفر	صفر٪
	المجموع	٥٠	٪١٠٠

جدول رقم (٦) يبين مدى قناعة القائمين على المواقع الالكترونية العراقية بالالتزام بدليل إرشادي أخلاقي

أجاب ٨٠ ٪ ممن شملهم الاستبيان من محرري عدد من المواقع الالكترونية العراقية، بأنهم " يوافقون جداً" على ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي، فيما قال ٢٠ ٪ منهم، أنهم " لا يوافقون إطلاقاً" على ضرورة الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي . (انظر الجدول رقم ٦) .

ومع أن النسبة الأكبر والغالبية مع الالتزام بدليل إرشادي أخلاقي و هو ما يتطابق مع عدد من النتائج التي أظهرتها الجداول السابقة، (انظر الجداول ٢، ٤ و ٥)، فإن وجود نسبة ٢٠ ٪ رافضة بالمطلق لمثل هذه الدليل الأخلاقي، يستدعي مراجعة الأسباب التي تدفع بعددٍ ليس بالقليل من منتجي الإعلام الالكتروني ضمن عينة هذا الاستبيان، الى رفض أية محددات أو كوابح، انه الهاجس الذي يلاحق المدونين في هذا الجزء من العالم، والخشية من بأن تستغل السلطات في دولهم مثل هذه اللوائح لفرض المزيد من الملاحظات والتضييق على الإعلام الجديد.

ومثل هذا الهاجس " الذي لا يُجانب الصواب كثيراً " يحتاج الى المزيد من الوقت والممارسة والتشريعات التي تكفل حرية الصحافة حتى يتبدد، لكنه في المقابل قد يشير أيضاً الى استمرار حالة " الاستسهال " و " المجانية " التي دأب عليها بعض منتجي الإعلام الالكتروني في منطقتنا، والتي غالباً ما تُغلفها طروحات احترام حرية الصحافة، لإخفاء ضعف الأدوات الاحترافية، وقلة التدريب، اللذين يمكنان الصحفي الالكتروني من تقديم مُنتَجٍ الكتروني محترف، مستوفٍ للشروط المهنية والأخلاقية.

وعلى العموم، فان مطالبة الغالبية (من عينة هذا الاستبيان) بإطار مرجعي أخلاقي للصحافة الالكترونية، يشير مجدداً الى رغبة كامنة لدى شريحة واسعة من المدونين ومنتجي الإعلام الجديد للوصول الى ما يمكن أن نسميه " الصحافة الالكترونية الأخلاقية "، التي تواصل دورها الابداعي تحت ظلال حزمة من الالتزامات الأخلاقية العرفية، التي تتطور وتتجدد وتتأصل، بتطور وتجدد وتأصل الإعلام الجديد بجميع منصاته، العاملة حالياً أو تلك التي يُنتظر ظهورها تكنولوجياً في المستقبل .

ان النجاحات التي يحققها الإعلام الجديد في اتجاهات متعددة، يفترض أن لا تجعل هوة هذا النوع من الإعلام ومحترفيه والناشطين فيه، يتساهلون في اجتراح لوائح أخلاقية مُستمدة من واقع وأفاق وطبيعة وتقنيات الإعلام الجديد، ومستفيدة من لوائح الشرف المهني التي أصدرها الصحفيون حول العالم على اختلاف أشكالهم، وعبر عقود طويلة من الممارسة الصحفية .

وليس بالضرورة أن تكون مثل هذه اللوائح عامة أو جامعة، فيمكن لكل وسيلة إعلامية أو موقع الكتروني أو مجموعة من نشاطات الانترنت، التوصل الى لائحة أخلاقية يعتقدون أنها تجيب على الأسئلة الأخلاقية التي تواجههم أثناء ممارسة أعمالهم الصحفية المختلفة، كما يمكن للمنديات والجمعيات والمنظمات المهتمة بتكنولوجيا الاتصالات والمعلومات وضع لوائح شبيهة .

إن شيوع وتكاثر اللوائح الأخلاقية، سيعزز من ثقافة السعي الى " صحافة
الالكترونية أخلاقية "، كما سيعزز النقاشات المهنية والأكاديمية في هذا الشأن،
وبما يصب أخيراً في مصلحة الأرتقاء بجودة منتجات الإعلام الجديد، وتعزيز ثقة
مستخدميه في أنه إعلام محترف يستحق أن يحظى بالموثوقية، الأمر الذي
ينعكس إيجاباً على استمراريته ونموه وتطوره، فبحسب قوانين السوق التي
تحكم إدارة المؤسسات الإعلامية المختلفة، سيعني تحقيق الموثوقية لدى القراء
جماهيرية الوسيلة الإعلامية، ونجاحها اللذين سيسنقطبان الإعلان التجاري،
الركيزة الأساسية لتمويل المؤسسات الإعلامية، وبما يؤمن قدراً مقبولاً من
الإستقلالية، التي تمكن الإعلامي من القيام بدوره المناط به، بعيداً عن تأثيرات
السياسيين والمتنفذين، كما توفر له نوعاً من (الحصانة المعنوية) ضد إغراءات
المال أو السلطة .

سابعاً: هل يملك الصحفيون الالكترونيون العراقيون شجاعة الاعتذار؟

الترتيب	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	لا	٣٠	٪٦٠
٢	نعم	٢٠	٪٤٠
٣	أحياناً	صفر	صفر٪
المجموع		٥٠	٪١٠٠

جدول رقم (٧) يبين ما إذا كانت المواقع الالكترونية العراقية اعتذرت سابقا عن خبر
غير صحيح نشرته

أجاب ٦٠ ٪ ممن شملهم الاستبيان من القائمين على المواقع الالكترونية العراقية، بأنه لم يسبق لهم أن قدموا اعتذاراً عن خبر غير صحيح نشرته مواقعهم، فيما قال ٤٠ ٪ منهم أنهم (نعم)، سبق وان قدموا اعتذاراً لقرائهم عن خبر غير صحيح نشرته مواقعهم الالكترونية. (انظر الجدول رقم ٧)

ويبدو أننا أمام "شجاعة" الاعتذار عن الخطأ لدى نسبة مهمة ممن شملهم الاستبيان، ما يعطي مؤشراً آخر على الرغبة في الوصول الى " صحافة الكترونية أخلاقية"، ذلك ان مَنْ يمتلك "شجاعة" من هذا النوع، سيبدل جهداً اكبر لتقديم مُنتجٍ صحفي الكتروني بمقومات أخلاقية، لا مجرد صحافة صفراء، وهي النتيجة التي تأتي متناسبة مع نتائج مماثلة اخرى أظهرتها نتائج هذا الاستبيان.

إن " اصرار" ٦٠ ٪ ممن شملهم الاستبيان على أنه لم يسبق لهم الاعتذار عن خبر خاطئ، قد يُقرأ على أنه نوع من "المغالاة"، فالخطأ وارد في حيثيات ودقائق العمل الصحفي اليومي، ولربما من النادر أن لا تُعلنَ كبريات وسائل الاعلام العالمية بين فترة واخرى، عن وقوعها في خطأ ما في هذا الخبر أو تلك التغطية، وتقدم اعتذارها لقرائها أو مستمعيها أو مشاهديها، فكيف الحال مع الصحافة الالكترونية التي عليها ما عليها من كلام عن ضعف مهني هنا ونقص في الخبرات هناك، فضلا عن السمات التقنية التي " تُسهل" عملية النشر الالكتروني، وقلة المراجعة (إلا إذا تعلق الامر بردود القراء وتعليقاتهم التي تُعد وسيلة مراجعة فعالة وفورية، يستفيد منها مشرفو المواقع الالكترونية، إذ تنبهم الى الأخطاء التي تتضمنها الموضوعات المنشورة، وهي سمة يمتاز بها الإعلام الجديد).

ولربما قد يأتي تفسير هذه النتيجة في سياق أن كثيرين غير ميالين لأن يقال عنهم أنهم أخطأوا، أو أن " يعترفوا" بأخطائهم، ففضل بعض من شمله الاستبيان تقديم اجابات لا تعطي (ما يُعتقد) انها صورة سلبية عنه أو عن الموقع الالكتروني الذي يديره أو يكتب فيه .

ومهما يكن، فإن التوصل الى لوائح أخلاقية، تروجُ لثقافة " أن الاعتذار للجمهور عن خطأ ما، لا يقلل من مكانة الصحفي ولا من هيبة مؤسسته الاعلامية، بقدر ما يرصنهما في أعين القراء "، ستجعل من مثل هذه الأخلاقيات مُشاعة بين مستخدمي الاعلام الجديد في منطقتنا، إسوة بما هو حاصل لدى نظرائهم في أماكن اخرى من العالم.

وهكذا فإننا نقرب أكثر من الإتفاق على التوجه الى مشتركات أخلاقية، في ما نقوم به من أعمال مختلفة ضمن فضاء واسع، سريع التطور والتغير اسمه " الإعلام الجديد"، هذه المشتركات التي ستؤلف مجموعة من اللوائح الأخلاقية، التي سيجد مستخدمو هذا النوع من الاعلام في منطقتنا، يوماً بعد آخر وتطوراً بعد آخر، أنفسهم في " حرج أخلاقي" إن تغاضوا عن الامتثال الطوعي لها، كما سيتفاخر آخرون بأنهم لم يفرطوا بأخلاقية مهنتهم، وظلوا أوفياء لقيم صحافتهم. إن هذا التطور التراكمي الأخلاقي، الذي يكاد يكون " حتمياً"، سيغير من معالم الاعلام الجديد بجميع منصاته في منطقتنا، كما سيغير من نظرة كثيرين له ولمضامينه باتجاه القبول والتفاعل والثقة، وهو أكثر ما نحتاجه في التعامل مع إعلام وصحافة الانترنت في المنطقة التي لا تزال - وبرغم نسب الاستخدام المتزايدة للانترنت فيها - شرائح واسعة فيها تنظر بعين الريبة والتشكك في مضامين منتجات الإعلام الجديد، ولا تزال تفضل التعامل مع نصوص وأرقام ومعلومات وصور تحصل عليها من صحف مطبوعة أو محطات اذاعة أو فضائيات، على مثيلاتها في الانترنت.



شامناً: هل تعتمد المواقع الالكترونية العراقية لوائح أخلاقية ؟

الترتيب	الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٤٠	٪٨٠
٢	لا	١٠	٪٢٠
٣	أحياناً	صفر	صفر٪
المجموع		٥٠	٪١٠٠

جدول رقم (٨) يبين ما إذا كانت المواقع الالكترونية تعتمد لوائح اخلاقية محددة

يشير الجدول رقم (٨) الى أن ٨٠ ٪ ممن شمله الاستبيان من محرري مواقع الكترونية عراقية، يعتمدون بالفعل على لائحة أخلاقية في عملهم، مقابل ٢٠ ٪ قالوا أنهم لا يعتمدون مثل هذه اللوائح الأخلاقية، وهي نتيجة متوائمة مع غيرها من نتائج مماثلة أفرزتها جداول نتائج هذا الاستبيان.

وبغض النظر عن التفسير القائل ان البعض يريد أن يوحي من خلال الإجابة بالإيجاب على سؤال من هذا النوع بأنه يمارس الصحافة بشكل أخلاقي، فمجرد الشعور بأن اعتماد مثل هذه اللوائح الأخلاقية يجلب الإحترام لأصحابها، هو أمر إيجابي يمكن البناء عليه من خلال نقاش علمي ومهني جاد يشترك فيه المدونون وأصحاب المواقع الالكترونية ومستخدمو مواقع التواصل الاجتماعي وغيرهم من هواة التواصل مع الإعلام الجديد، ونشطاءه، للخروج بلائحة أخلاقية أو مجموعة لوائح .

كما أن من " أقرأوا " بأنهم لا يستخدمون اللوائح الأخلاقية في عملهم، يمثلون نسبة ليست هينة بالقياس مع مَنْ يَشْتَغَل في مؤسسات الإعلام التقليدي التي يندر أن تجد مؤسسة رصينة إلا وكانت لديها لائحة أخلاقية معتمدة أو دليل إرشادي، يزود بنسخة منه كل منتسبي المؤسسة الاعلامية ويتلقون تدريبات عليه،

ويسألون عن مدى التزامهم به واحترامهم لبنوده، لأنه ميثاق شرف، حري بكل إعلامي أن يمثل له .

فهؤلاء الرافضين لأي التزام من أي نوع، حتى ولو كان لائحة أخلاقية، غير ملزمة قانوناً لأصحابها، بحاجة الى أن يخوضوا نقاشاً معمقاً بشأن أهمية الوعاء الأخلاقي لأية مهنة، فكيف الحال بممارسة إبداعية كالكتابة أو الإنتاج الإلكتروني على اختلاف وتعدد أنواعه، إنها مسئوليتهم كما هي مسئولية الآخرين من أكاديميين ومهنيين في مراجعة جادة ومعمقة لطروحات لم تعد تتماثل مع روح العصر ومتطلباته، كما لم تعد تعكس الدور المهم الذي أنيط بالإعلام عموماً والإلكتروني على وجه الخصوص، حيث أخذ هذا العصر تسميته منه، فراح البعض يسميه عصر الانترنت، والآخر يطلق عليه عصر المعلوماتية وهكذا، فهل يليق بإعلام يمثل عصره أن يكون بلا أخلاقيات تُنظّمه وتُرشّده ؟

إن عدم اعتماد العديد من المواقع الإلكترونية في العراق أو في عموم بلدان المنطقة، على لائحة أخلاقية بعينها، قد يمثل في الواقع نسبة أعلى مما أظهرتها نتائج هذا الاستبيان، بدليل ندرة اللوائح الأخلاقية الخاصة بالإعلام الجديد في البلدان العربية، واقتصارها على محاولات "خجولة" هنا أو هناك، وهو ما ستؤكدّه أيضاً النتائج التي أظهرها الجدول رقم (٩).

لكن ومن جديد، فإن مجرد الإيحاء بالالتزام بمثل هذه اللوائح الأخلاقية، هو علامة صحة تُسجّل للقائمين والمشتغلين في المواقع الإلكترونية العراقية، لأنه يشير الى أن هؤلاء الصحفيين الإلكترونيين أو النشطاء أو المدونين، إنما يستشعرون أهمية " الصحافة الإلكترونية الاخلاقية "، وأنه أن الأوان لتخليص منجزهم الصحفي من شوائب أفرزتها المحاولات أو التجارب الأولى في التعامل مع هذا النوع الجديد من الإعلام، وهو الذي أخذ ينضج يوماً بعد آخر مضمونياً وتقنياً، لكنه لا يزال بحاجة ماسة الى " النضج الأخلاقي "، الذي يصبح بدونه الابداع، أي ابداع خاويًا وبلا روح .

تاسعاً: من أين تستقي المواقع الالكترونية العراقية أخلاقياتها ؟

الترتيب	مصدر اللائحة الأخلاقية	التكرار	النسبة المئوية
١	من إعداد العاملين في المواقع الالكترونية	٢٥	٦٣ %
٢	تقاليد عمل جرى الأخذ بها	١٥	٣٧ %
٣	- مقتبسة من صحف أو فضائيات - اخرى	صفر صفر	صفر % صفر %
	المجموع	٤٠	١٠٠ %

جدول رقم (٩) يبين مصدر اللائحة الأخلاقية التي تعتمد عليها بعض المواقع الالكترونية العراقية

واستناداً الى ما ورد من نتائج في الجدول السابق رقم (٨)، الذي أجابت غالبية الذين تم استطلاع آرائهم من محرري المواقع الالكترونية العراقية، بأن لديها لائحة أخلاقية تعتمد عليها في عملها، فقد أُريد من خلال بيان نتائج اجابات هذا السؤال (انظر الجدول رقم (٩))، المرتبط بالسؤال الذي سبقه، التأكد من دقة اجابات المبحوثين عبر سؤالهم عن مصدر اللائحة الأخلاقية التي قالوا أنهم يعتمدون عليها في عملهم، وحيث أن ٨٠ ٪، اجابوا في الجدول رقم (٨) أنهم يعتمدون لوائح اخلاقية معينة، فإن ٦٣ ٪ من هؤلاء قالوا أن اللائحة الأخلاقية التي يعتمدون عليها هي من إعداد العاملين في الموقع الالكتروني، فيما أجاب ٢٧ ٪ منهم أن اللائحة الأخلاقية التي يعتمدونها هي عبارة عن تقاليد عمل جرى الأخذ بها، بينما

لم يقل أي من المبحوثين أنه يعتمد لوائح مقتبسة من فضائيات أو صحف ورقية فكانت النتيجة (٠٪).

إن قراءة وتفسير نتائج الجدول رقم (٩)، يمكن النظر إليها عبر أكثر من زاوية، فهي من ناحية نتائج تُبشّر بوجود لوائح أخلاقية في المواقع الالكترونية العراقية، وهو ما قد يصطدم بما هو معروف عن قلة مثل هذه اللوائح لدى عموم المشتغلين في الإعلام الجديد في البلدان العربية، كما انها نتائج تشير من ناحية ثانية الى أن أياً ممن شملهم الاستبيان لم يفكر بالاستعانة بلوائح اخلاقية تعمل بها صحف او فضائيات، وهو امر يثير تساؤلات عن السبب الكامن ورائه، خصوصاً وان اللوائح التي تعمل بها وسائل الاعلام التقليدي، راسخة ومتأصلة، وتغطي مفاصل كثيرة في اليات العمل الصحفي على وجه العموم، ويمكن الاستفادة منها في منصات الاعلام الجديد بعد ادخال تعديلات تتعلق بالطبيعة التكنولوجية لهذا النوع من الاعلام .

كما أن أياً ممن شمله الاستبيان لم يشير الى مصادر أخرى لحصوله على اللوائح الأخلاقية حيث جاءت فقرة (أخرى) بنسبة صفر ٪ .

ان وجود لوائح أخلاقية لدى المواقع الالكترونية العراقية من "إعداد العاملين في هذه المواقع"، والتي حصلت على المرتبة الأولى كمصدر للوائح الأخلاقية (بحسب نتائج الجدول رقم ٨)، يعني أن لدينا نواة يمكن التأسيس عليها في وضع لوائح شاملة وجامعة لكل التحديات الأخلاقية التي يواجهها منتجو الإعلام الجديد، كما أنه يعني أيضاً أن فكرة الاتفاق على لوائح أخلاقية لم تغب عن بال القائمين على المواقع الالكترونية العراقية .

الأمر الذي يعززهُ المصدر الذي احتل المرتبة الثانية " تقاليد عمل جري الأخذ بها"، ذلك أن تقاليد العمل هذه لا بد وأنها وضعت من خلال الممارسة الصحفية اليومية للعاملين في المواقع الالكترونية، وبالتالي فأنها تكاد تمثل

مصدراً واحداً أساسه شعور العاملين في المواقع الالكترونية العراقية بضرورة وجود إطار أخلاقي مرجعي يُرشد عملهم، فلجأوا لتحقيق ذلك الى إمكاناتهم الشخصية وخبراتهم الخاصة.

لكن في المقابل، فإن تقاليد العمل هذه التي يريد القائمون على المواقع الالكترونية العراقية أن يؤسسوا عليها لوائهم الاخلاقية، قد تكون تقاليد عمل تحتاج الى مراجعة وتقويم وذلك عبر الاطلاع على تجارب متقدمة في إدارة منصات الإعلام الجديد، أو من خلال الحصول على استشارات علمية بهذا الصدد .

المهم في نتائج هذا الجدول، انها تتحدث عن " وعي كامن " بأهمية وجود لائحة أخلاقية تُرشد العمل الصحفي الالكتروني، وان كان مصدرها وطريقة إعدادها، هما عاملين مهمين للخروج بلائحة أخلاقية تحقق الهدف في الوصول الى إعلام جديد أخلاقي، وبالتالي فإننا بحاجة الى التأسيس والبناء على الخطوة الأولى، أي وجود الوعي والرغبة في الوصول الى صحافة الكترونية أخلاقية، والبدء بإثارة نقاش عام بين منتجي الإعلام الجديد والمهتمين بهذا النوع من الإعلام، هواة ومحترفين وأكاديميين يُمهد ويوصل للخطوة الأهم وهي وضع وإعداد لوائح أخلاقية لمنتجي الإعلام الجديد، تحظى بالرضا والمقبولية والالتزام.

عاشراً: "الأخلاقيات" تشعل المنافسة بين الإعلام الجديد والتقليدي

الترتيب	الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
١	نعم	٤٠	٪٨٠
٢	احيانا	١٠	٪٢٠
٣	لا	صفر	صفر٪
المجموع		٥٠	٪١٠٠

جدول رقم (١٠) يبين قناعة المواقع الالكترونية العراقية في أن وجود لائحة أخلاقية ستساعدنا على منافسة الإعلام التقليدي

تكشف نتائج الجدول رقم (١٠)، أن ٨٠ ٪ من محرري عدد من المواقع الالكترونية العراقية التي شملها الاستبيان، قالوا أنهم (نعم) مقتنعون بأن وجود لائحة أخلاقية للإعلام الجديد ستكون أمراً مساعداً في منافسة وسائل الإعلام التقليدي من صحف مطبوعة وإذاعات وفضائيات.

بينما قال ٢٠ ٪ أنهم يعتقدون أن وجود مثل هذه اللائحة الأخلاقية في الإعلام الجديد (أحياناً) ما يكون عاملاً مساعداً في المنافسة مع الإعلام التقليدي، ولم يرفض هذه الفرضية أي ممن شمله الاستبيان، فكانت نتيجة الاجابة ب (لا) بنسبة صفر ٪ .

إن واحداً من عوامل ما تحظى به وسائل الإعلام التقليدي في منطقتنا وحول العالم من صدقية وموثوقية، هو - فضلاً عن عراقيتها وقدمها وتواصل آليات تغطيتها للأخبار في الذهنية الجمعية للجمهور - إلتزامها الى حل ما بحزمة من الضوابط والمحددات الأخلاقية التي " توارثها" الصحفيون زمناً بعد آخر، بل

وأصبحت جزءاً من شخصية الصحفي التي يندر أن يتخلى عنها، أو يسمح باتهامه بمخالفتها أو عدم الالتزام بها، وبالتالي فإننا أمام "محرمات" لا يمكن للصحفي المحترف في الصحف والإذاعات والفضائيات الاقتراب منها، ساهمت في تعزيز صورته كمدافع عن الحريات والحقوق العامة وحق اطلاع الجمهور على المعلومات، والدفاع عن المظلومين وفضح الظالمين، وغيرها مما حولت مهنة الصحافة الى "رسالة وهدف"، وليس مجرد مهنة يرتزق من ورائها صاحبها.

هذه الصورة الأخلاقية، التي وإن تعرضت للإهتزاز في العديد من المناسبات والتواريخ، لكنها ظلت بهذا الشكل أو ذاك رديفاً لمهنة الصحافة .

ومع كل الامكانيات التقنية غير المسبوقة التي وفرتها تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات ووظفها الإعلام الجديد عبر منصاتهِ المختلفة، ومع ما حققه هذا النوع من الإعلام من "اختراقات صحفية"، كان يصعب تصورها سابقاً ومع كل الجماهيرية التي تزداد ساعة بساعة في مجال الأنترنت، ظل يُنظر الى ما يصدر عن الإعلام الجديد في اماكن مختلفة من العالم بشيء من التشكيك، وشيء آخر من عدم الاهتمام .

وبرغم الدور " غير المتوقع ولا المسبوق" الذي اضطلع به الإعلام الجديد، في ثورات الربيع العربي، التي مثلما أرخت لتاريخ سياسي جديد للمنطقة ودولها وشعوبها، فقد أرخت أيضاً لتأريخ من التعاطي الجديد لوسائل الإعلام مع الحدث أو المعلومة أو الصورة، نقلاً وتوثيقاً وتغطيةً وملاحقة، برغم كل هذا، مازالت شرائح غير قليلة من الجمهور العربي " لا تثق كثيراً" بما يقوله الانترنت .

إنها ليست " أزمة ثقة"، إنما هو فراغ احترافي وأخلاقي يعاني منه الإعلام الجديد، وعلى منتجي ونشطاء وهواة هذا النوع من الإعلام المسارعة لملء هذا الفراغ، عبر تقديم إعلام جديد "محترف" في آلياته ووسائله وصياغاته وفنونه الصحفية المختلفة، و"أخلاقي" في تبنيه وتعبيره عن حزمة من القيم والاخلاقيات

إن توافر منتجات الإعلام الجديد على مرجعيات أخلاقية ربما سيحسم " المنافسة " بينها وبين وسائل الإعلام التقليدي، لصالح وسائل الإعلام الجديد، فمعطيات العصر وثقافته وظهور جيل الكتروني جديد لا يعتمد كثيراً على " آليات التعاطي التقليدية للصحف والاذاعات والفضائيات، ستكون جميعها عوامل لصالح النوع الجديد من الإعلام، كما أن المنتج الإعلامي ومهما كانت درجة تطوره وعصريته، سيظل "ناقصاً" إذا لم يكمله الجانب الأخلاقي، أخلاقيات تؤصلها ثقافات الشعوب والامم، وتُحدِّثها ثقافات الأجيال، جيلاً بعد جيل .

أبرز النتائج:

ويمكن تلخيص أبرز النتائج التي أظهرتها استمارة الاستبيان التي وزعت على عينة من محرري المواقع الالكترونية العراقية، بما يلي:

- ترى غالبية من شملها الاستبيان، من محرري المواقع الالكترونية العراقية، ضرورة الإلتزام بدليل إرشادي أخلاقي لمنتجي الإعلام الجديد.
- ظهر من خلال الاستبيان، أن أغلب محرري المواقع الالكترونية العراقية، مقتنعون بأن وجود لائحة أخلاقية للإعلام الجديد سيساعدهم في منافسة وسائل الإعلام التقليدي من صحف مطبوعة واذاعات وفضائيات.
- أظهر الاستبيان أن غالبية المواقع الالكترونية العراقية تعتمد بالفعل على لائحة أخلاقية بعينها، اما من اعداد العاملين في الموقع الالكتروني نفسه، أو هي عبارة عن تقاليد عمل جرى الأخذ بها، و لاتعتمد هذه المواقع على لوائح أخلاقية مقتبسة من فضائيات او صحف ورقية .
- أن غالبية القائمين على المواقع الالكترونية العراقية، يراعون بالدرجة الأولى " القيم والحساسيات الاجتماعية " في مقدمة ضوابط النشر الالكتروني، كما يستحضرون ضوابط أخرى قبل النشر مثل تلبية " رغبات القراء "

و"الالتزام بالقوانين النافذة"، تليها مراعاة "آراء زملاء العمل"، و"المنافسة مع المواقع الأخرى"، و "القناعة الشخصية" بضمون الخبر وحساسيته .

- أظهرت نتائج الاستبيان ان " الدين"، وان كان أحد ضوابط النشر التي يراعيها القائمون على المواقع الالكترونية العراقية، لكنه ليس في مقدمة هذه الضوابط .

- كما أظهرت نتائج الاستبيان أن المواقع الالكترونية العراقية تعتمد بالدرجة الأولى، الدقة، الاهمية، والحدثة، ومن ثم، السبق الصحفي، والإثارة، وأخيراً " المضامين الناقدة "، كمعايير (قيم إخبارية) لنشر الأخبار والصور والموضوعات المختلفة .

- ظهر من خلال الاستبيان إن المواقع الالكترونية العراقية، لا تعتمد كثيراً الصيغ والقوالب الاحترافية السائدة في الصحافة المطبوعة أو الفضائيات، قدر اعتمادها على "الاجتهاد الشخصي" للمحررين أو القائمين على المواقع الالكترونية العراقية في كتابة الاخبار، بالإضافة الى " النقل الحرفي من الصحف وكالات الانباء" .

- إن غالبية من شمله الاستبيان يعتقدون بضرورة الالتزام "بالأمانة الصحفية" من خلال وضع مصدر الخبر المنقول عند إعادة نشره في مواقع الكترونية أو مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها .

- أظهرت نتائج الاستبيان إن النسبة الأكبر من المواقع الالكترونية العراقية، لم يسبق لها أن قدمت اعتذاراً عن خبر غير صحيح تم نشره .

- ظهر من خلال نتائج الاستبيان، أن المواقع الالكترونية العراقية تعتمد في الحصول على الأخبار والمعلومات والصور على مراسليها ومحرريها بالدرجة الأولى، ومن ثم على "مواقع الكترونية أخرى" و "مصادر رسمية أو حكومية"، وبعدها كل من " وكالات الانباء" و " الفضائيات والاذاعات"، وأخيراً على ما تنشره " الصحف الورقية" .

توصيات للعاملين في المواقع الالكترونية :

في ضوء ما أظهرته نتائج توزيع استمارة الاستبيان على عينة من محرري ومشرفي المواقع الالكترونية في العراق ، يمكن تقديم بعض التوصيات ، وكما يلي :

بما أن هنالك توجه طاغٍ لدى المحررين الالكترونيين بضرورة الإسترشاد بلائحة أخلاقية للإعلام الجديد ، فإن اصدار مثل هذه اللائحة الأخلاقية أصبح أمراً ملحاً وضرورياً ، ويكون ذلك عبر مبادرة يتكفل بها عدد من نشطاء الانترنت والمهتمين به والباحثين ، للخروج بلائحة تُرشد العمل الصحفي الإلكتروني ، تأخذ بعين الاهتمام الشواغل الثقافية والاجتماعية والقيمية لمجتمعاتنا ، والتطورات التكنولوجية المتسارعة التي يشهدها هذا المجال ، وتستفيد من التجارب السابقة على هذا المستوى سواء كانت غربية ام عربية .

الاتفاق على ميثاق شرف إعلامي خاص بالصحفيين الالكترونيين ، يتعهدون بالالتزام طوعاً به ، وبما يجود العمل الصحفي الالكتروني وينطلق به الى آفاق أرحب .

أن تُعدّ المواقع الالكترونية على اختلاف تخصصاتها لوائح داخلية خاصة بها ، تُنظم ما يفترض أن يُنشر أو لا يُنشر في هذه المواقع ، وتلزم العاملين فيها على إحترام بنودها وممارسة عملهم الصحفي على أساسها ، وتأمين الالتزام بأساليب كتابة الكترونية متقدمة تتناسب مع ما يشهده هذا النوع من الإعلام من تطورات.

ايلاء تدريب الصحفيين الالكترونيين الأهمية التي تتناسب مع الحاجة المتزايدة الى تدريب وتأهيل الصحفيين الالكترونيين على قواعد العمل الصحفي الاحترافي ، وبذل المزيد من الجهود من خلال نقابات واتحادات الصحافة في العراق والمنطقة لزج أكبر عدد ممكن من هؤلاء الصحفيين في برامج تدريب متطورة داخل العراق وخارجه ، والاستفادة القصوى من برامج التدريب عن بعد (عبر الانترنت) كونها تضع المتدربين فيها في صورة آخر التطورات التكنولوجية في الإعلام الجديد .

تنظيم ندوة أو مؤتمر علمي يعقد سنوياً ، تتكفل به مؤسسات أكاديمية او بحثية ، يناقش فيه المحررون الألكترونيون والباحثون الأكاديميون كل ما يتعلق بارساء اسس صحافة ألكترونية أخلاقية ، ويراجع اليات العمل الصحفي الألكتروني ، ويخرج بتقرير سنوي عن واقع الصحافة الألكترونية والتحديات التي تواجهها وسبل النهوض بها .

المصادر

أولاً: الكتب

١. د. أحمد عبد خضير: فلسفة الاخلاق عند جورج ادوارد مور، دراسة في فلسفته التحليلية. بيت الحكمة، بغداد ٢٠١١ .
٢. د. السيد بخيت: الانترنت وسيلة اتصال جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية. دار الكتاب الجامعي، العين، الإمارات العربية المتحدة ٢٠٠٤ .
٣. باتريك بتلر: أخلاقيات الصحافة، الجدل العالمي. ترجمة عبد الرحمن إياس مركز الصحفيين الدولي، واشنطن دي. سي ٢٠٠٣.
٤. بيل كوفاتش، توم روزنشتيل: المبادئ الأساسية للصحافة. ترجمة، فايزة الحكيم، احمد منيب. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة ٢٠٠٦.
٥. جمال الدين ناجي: وسائل الإعلام والصحفيون – موجز آداب المهنة . مركز التوثيق والإعلام والتكوين في مجال حقوق الإنسان، الرباط ٢٠٠٤.
٦. جوناثان بيغل: مدخل الى سيميائية الإعلام. ترجمة، محمد شيا. المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت ٢٠١١ .
٧. د. حسن عماد مكايي: أخلاقيات العمل الاعلامي، دراسة مقارنة، الطبعة الثالثة، الدار المصرية اللبنانية ٢٠٠٣ .

٨. حسن مظفر الرزوز: الجاهزية الالكترونية للبلدان العربية وانعكاساتها المحتملة على فرص تفعيل بيئة اقتصاد المعرفة. مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠١٢ .
٩. حسن مظفر الرزوز وآخرون: ثورة الصورة المشهد الإعلامي وفضاء الواقع . مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت ٢٠٠٨ .
١٠. خليل صابات: الصحافة رسالة واستعداد فن وعلم. الطبعة الثانية دار المعارف، القاهرة ١٩٦٧ .
١١. ديبرا بوتر: دليل الصحافة المستقلة .ترجمة، مفيد الديك. اصدارات مكتب برامج الاعلام الخارجي، وزارة الخارجية الاميركية ٢٠٠٦
١٢. د. رحيم مزيد: قناة الجزيرة وصراع الفضائيات. الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، القاهرة ٢٠٠٢ .
١٣. سعود صالح كاتب: الإعلام القديم والإعلام الجديد. مكتبة الشروق، جدة ٢٠٠٣ .
١٤. د. عباس مصطفى صادق: صحافة الانترنت، قواعد النشر الالكتروني الصحافي الشبكي. أبو ظبي ٢٠٠٣ .
١٥. عبد الحليم حمود: الانترنت إعلام ضد الإعلام. دار الهادي، بيروت ٢٠٠٨ .
١٦. هنري كيسنجر: هل تحتاج اميركا الى سياسة خارجية؟ نحو دبلوماسية للقرن الحادي والعشرين. الطبعة الثانية، دار الكتاب العربي، بيروت ٢٠٠٣ .
١٧. يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي: التسويق الإلكتروني . مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان – الأردن ٢٠٠٩ .

ثانياً: البحوث والدراسات

١. د. جاسم محمد الشيخ جابر: الصحافة الالكترونية العربية، المعايير الفنية والمهنية، دراسة تحليلية لعدد من الصحف الالكترونية العربية. مؤتمر "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، جامعة البحرين، نيسان / ابريل ٢٠٠٩.
٢. د. رضا عبد الواحد أمين: استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الانترنت. مؤتمر "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، جامعة البحرين، نيسان / أبريل ٢٠٠٩ .
٣. د. فؤادة البكري: الهوية الثقافية العربية في ظل ثورة الاتصال والإعلام الجديد. مؤتمر "الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة...لعالم جديد"، جامعة البحرين، نيسان / أبريل ٢٠٠٩ .
٤. مرسي بشري: شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية، نظرة في الوظائف. مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٩٥، كانون الثاني / يناير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠١٢ .
٥. محمد ابو الرب: دور الخطاب الدعوي التقني في بروز المجتمعات الشخصية . مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٩٧، آذار / مارس، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠١٢ .
٦. محمد بنهلال: الإعلام الجديد ورهان تطوير الممارسة السياسية. مجلة المستقبل العربي، العدد ٣٩٦، شباط / فبراير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت ٢٠١٢ .
٧. محمد قيراط: أزمة أخلاقيات الصحافة. صحيفة البيان، دبي، ٢٠٠٩/١٢/٤
٨. نادي دبي للصحافة: صحافة المواطنة.. تحدي المجهول. منتدى الإعلام العربي التاسع، دبي، آيار / مايو ٢٠١٠ .

٩. د. ولاء مهدي الجبوري: مفهوم الخير في فكر وادي الرافدين. بحوث المؤتمر الفلسفي التاسع، بيت الحكمة، بغداد ٢٠٠٩ .

ثالثاً: التقارير

١. ايدين وايت، الأمين العام للاتحاد الدولي للصحفيين، كلمة في مؤتمر مبادرة الصحافة الأخلاقية ، دبي ٢٠٠٩ .
٢. البنك الدولي للتعليم في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، تقريره للعام ٢٠٠٨ .
٣. الشبكة العربية لمعلومات حقوق الانسان: شبكة اجتماعية واحدة، ذات رسالة متمردة، الانترنت في العالم العربي .القاهرة ٢٠٠٩ .
٤. برنامج الأغذية العالمي التابع للأمم المتحدة، تقريره للعام ٢٠١٢ .
٥. شبكة الصحفيين الدوليين: ندوة عبر الهاتف مع ارينا يوكوفا المدير العام لمنظمة التربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، في ٣ / ٥ / ٢٠١١ .
٦. مارتن فاكلر: الإعلام الجديد يعجز عن إبعاد اليابانيين عن وسائل الإعلام التقليدية . صحيفة الشرق الاوسط، عن خدمة " نيويورك تايمز"، العدد ١١٥٥٢ في ١٥ تموز/ يوليو ٢٠١٠ .
٧. نادي دبي للصحافة: "نظرة على الاعلام العربي ٢٠٠٩ - ٢٠١٣ " ، التقرير الثالث، صدر في دبي، في شباط / فبراير ٢٠١٠ .
٨. نادي دبي للصحافة: "نظرة على الاعلام العربي"، التقرير الأول، صدر في دبي، في نيسان / أبريل ٢٠٠٧ .
٩. هيئة تنظيم قطاع الاتصالات الأردنية، احصائية أصدرتها في عمان، في حزيران / يونيو ٢٠١٢ .

١٠. وزارة التجارة والصناعة - مملكة البحرين، بيان صحفي لمناسبة اسبوع الانترنت الخليجي، صدر في النماة، في ١٩ / ١١ / ٢٠١١ .

رابعاً: الصحف ووكالات الأنباء

١. صحيفة الأهرام، القاهرة، العدد ٥٤٧٩٨ في ٢٧ / ٤ / ٢٠١٢ .
٢. صحيفة الزمان، لندن، في ١٧ / ١٠ / ٢٠١٢ .
٣. صحيفة 26 سبتمبر، صنعاء، العدد ١١٠٨ في ٨ / ١ / ٢٠٠٤ .
٤. صحيفة الشرق الأوسط، لندن، العدد ١٢٣٤٢ في ١٢ / ٩ / ٢٠١٢ .
٥. صحيفة المساء، الرياض، في ٢٢ / ٥ / ٢٠٠٩ .
٦. صحيفة المصري اليوم، القاهرة، في ٨ / ١ / ٢٠١٢ .
٧. صحيفة الوقت، البحرين، العدد ١٣٦٦ في ١٧ / ١١ / ٢٠٠٩ .
٨. صحيفة الوسط ، البحرين، العدد ٣٦١٧ في ٢٥ / ٩ / ٢٠١٢ .
٩. صحيفة الوسط ، البحرين، العدد ٢٣٤٧ في ٨ / ٢ / ٢٠٠٩ .
١٠. صحيفة الوسط، البحرين، العدد ٢٩٠٦، في ٢١ / ٨ / ٢٠١٠ .
١١. وكالة الأسيوشيتد برس، في ٥ / ١٠ / ٢٠١٢ .
١٢. وكالة الأنباء الاردنية، بترا، ٢٠١٢ .
١٣. وكالة رويترز في ٣ / ٦ / ٢٠١٠ .
١٤. وكالة الصحافة الفرنسية في ٢٢ / ١١ / ٢٠٠٥ .
١٥. وكالة الصحافة الفرنسية، في ١٣ / ١١ / ٢٠١٢ .

خامساً: المصادر الإلكترونية

١. أنباء موسكو.
<http://anbamoscow.com/aworld/20120605/375461175.html>
٢. المملكة الاردنية الهاشمية، رئاسة الوزراء
http://www.pm.gov.jo/arabic/index.php?page_type=news&part=1&id=8257
٣. الوكالة التونسية للإنترنت
<http://www.ati.tn/ar/index.php?id=60&rub=26>
٤. جامعة منيسوتا، مكتبة حقوق الانسان: دستور الولايات المتحدة الأمريكية
<http://www1.umn.edu/humanrts/arab/us-con.html>
٥. ربيكا بلود: أخلاقيات التدوين ، تدويناتي الخاصة ، نصائح و مساعدات عملية يحتاجها المدون . ترجمة، أحمد نصر عجيزة، مراجعة: رحاب بسام.
http://tawasol.blogspot.com/2005/05/blog-post_111715886180758426.html
٦. شبكة الصحفيين الدوليين. IJN <http://ijnnet.org/ar/node/55318>
٧. Human Rights Watch قانون جرائم المعلوماتية العراقي ينتهك حرية التعبير، أحكام فضفاضة مبهمة وعقوبات وحشية تهدد الإعلام والنشطاء، ١٢ تموز / يوليو ٢٠١٢
<http://www.hrw.org/ar/news/2012/07/12>
٨. مراسلون بلا حدود: قانون لحماية الصحفيين: تعويذة تشريعية عقيمة وحتى خطرة، العراق ٦ / ٩ / ٢٠١١ .

٩. مدونة تجمع المدونين المغاربة

<http://maghreb-tadwin.blogspot.com>

١٠. ويكيديا (الموسوعة الحرة)

http://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%86%D8%B8%D8%A7%D9%85_%D8%AA%D8%B4%D8%BA%D9%8A%D9%84_%D8%B3%D9%8A%D9%85%D8%A8%D9%8A%D8%A7%D9%86

١١. CNN في ٢٢ / ١١ / ٢٠١٠

<http://arabic.cnn.com/2010/scitech/11/22/ipad.digitalnewspaper/index.html>

مطبوعات وزارة الثقافة والشباب
المديرية العامة للإعلام والطباعة والنشر
مديرية الطباعة والنشر - دهوك

رقم	ناقص	ناقص بروتوكول	رقم
-----	------	---------------	-----

٢٠١١

- | | | |
|-----|--|------------------|
| ١- | بایلوژیا گهردی و خانه ی | و. دیان جمیل |
| ٢- | مایکروبیولوژی | و. دیان جمیل |
| ٣- | رومان خودیکا ژیانیه - ج ١ | د. عارف حیو |
| ٤- | شورشین جه ماوه ری ئه ره ب | د. فاضل عمر |
| ٥- | رۆلی دهقی دنافا کرنا درامایا کوردیدا | شفاقان قاسم |
| ٦- | تطور الاعلام الكردي | حسین صدیق |
| ٧- | الروایة التاریخية | د. جمال خضیر |
| ٨- | تافگه لیگه ریان ل روئاهیبیا پرا جینوتی | ته حسین نافشکی |
| ٩- | هن ئالبین جفاکی کوردی دکولتوری گه لیری دا | نزار محمد سعید |
| ١٠- | هینری ماتیس | فهیمی بالایی |
| ١١- | شونوارین ده قهرا دهوکی | عزته فندی |
| ١٢- | سترانین عه مه ری عه قدی ژ کانیا چرافی | هزرقان عبد الله |
| ١٣- | فن وعمارة الكورد | رنا فتحی الأومری |
| ١٤- | فه ره نگا زمانی په رتیبیا / کوردی - په رتی | د. فاضل عمر |
| ١٥- | بزا قفا شانوی (ل ئاکری، ئامیدی، زاخو) | رفعت رجب جه مال |

٢٠١٢

- | | | |
|-----|---|------------------------|
| ١٦- | Gotinên li ber mirinê | دیا جوان |
| ١٧- | سالین په نابهری ژ ژیانان ئیحصان نوری پاشا | موسه دهق توفی |
| ١٨- | ئالایی کوردستانی - فه کۆلینه ک دیرۆکی | یوسف صبری |
| ١٩- | جاره ک ژ جارا (کورته چیرۆکین فلکلوری) | دیا جوان |
| ٢٠- | زمانقانی تیکستی | شورشفاقان عادل احمد |
| ٢١- | جودا کرنا کاری لیکدا ی ژ کاری خودان ته واوکه ر و بهرکار | دلبرین عبدالله علی |
| ٢٢- | دادابیزم دهوژانا نوپخوازا کوردیدا | ارشد حیو |
| ٢٣- | نچیرا کۆلان (شانویا ب هه فت وینه یان) | و. شالیکیوی بیکه س |
| ٢٤- | ژ بو ته (هه لبه ست) | دیا جوان |
| ٢٥- | اللغة الكردية في منطقة بهدينان | ت. کریم فندی |
| ٢٦- | تینگه هه کی یاسایی بو روژنامه فانی | هه کار عبد الکریم فندی |
| ٢٧- | دهوک في اواسط القرن الماضي | جمیل محمد مصطفی |
| ٢٨- | به هائی (شیخ تاها عبدالرحمن مایی) | د. عبدالرحمن مزوری |
| ٢٩- | بنه مایین درامای د حیکایه تین مه لا مه حمودی | ئارام یوسف ابراهیم |

٢٠٦

- بازیدیدا
- ۲۰- میژوویا ئیکه تیا قوتابیین کوردستانئ
- ۲۱- دئ چها ژ بو زارۆکان نفیسی
- ۲۲- چه گهر، چند شیره تین دهروونی
- ۲۳- بابه تین سینه مایی و فوتوگرافی
- ۲۴- خیزانا به خته وهر
- ۲۵- ژیان ل نافه کوردان دا (میژوویا ئیزدیان)
- ۲۶- سهراتینن فهشارتی و ناشووپی
- ۲۷- جونیکرنا گیره کین زمانی کوردی
- ۲۸- په یوه ندی و گه هاندن دراگه هاندنی دا
- ۲۹- سته کهۆلمی ته چ دیتیه بیژه ؟
- ۴۰- ئامیدی (العمادیة) دراسة في التاريخ السياسي
- ۴۱- القصة الكردية القصيرة (قراءة مقارنة)
- ۴۲- زهنگینی هیژا
- ۴۳- زانستئ جوانکاریئ دهۆزانا کوردیدا
- ۴۴- سمکۆیی شکاک
- ۴۵- هیومانیزم د هۆزانا نو یا کوردی دا
- ۴۶- علماء قدموا الى الموصل من الكرد ومن كوردستان
- ۴۷- میژوویا کوردستانئ یا که فن
- ۴۸- گه نجینه
- ۴۹- فرهنگا تیرمین ویزه بی
- ۵۰- نهینین ديارده و رهفتارین جفاکی
- ۵۱- ریزمانا زمانی کوردی
- ۵۲- نه مانا هندهک په یقین زمانی کوردی
- ۵۳- دور المهارات الريادية للمديرين
- ۵۴- ریبهرئ رۆژنامه فانییا سه ربخوه
- ۵۵- المعوقات الاجتماعية والسياسية للتسامح في المجتمع الكردي
- ۵۶- سه رهلدان و وه رارا جۆرین نوو یین نه ده بی
- ۵۷- علماء الكورد وكوردستان
- فرست طب عبدالله
- و. هزرقان
- حاجی رهمزان بیسکی
- رمزی ئاکری
- صبریة صالح حسن
- و. داود خدیده
- و. کافین نه جیب
- صدیق حجی ولی
- حسین سه دیق
- باقی نازیئ
- رجب جمیل حبیب
- عبدالکریم یحیی
- و. ماجد محمد ویسی
- مسعود یاسین چه لکی
- فاخر حه سه ن گولی
- ریزان شغان ئیسف
- جاسم عبد شلال
- محمد صالح طیب - ریبهر جعفر
- مسعود خالد گولی
- باقی نازیئ
- عبدالجبار عبدالرحمن
- باقی نازیئ
- محمد ابراهیم ئامیدی
- دلشاد طه میرو علی
- برهان یحیی حمو حاجی
- د. محمد سعید حسین
- دریاس مصطفی سلیمان
- صالح شبخو الهسنیانی

۲۰۱۳

- ۵۸- دیرۆکا دنفه گریئ
- ۵۹- نوجه ژ کاغەین بو ئەنته رینتیئ
- ۶۰- التدخل الانساني من قبل الامم المتحدة
- ۶۱- اخلاقيات الاعلام الجديد
- یورگن ئۆسته ر هامل - نیلس بیئ
- بیته رسون - و. ئەبدولحه مید بامه رنی
- ئازاد نسری
- خدر شنگالی
- د. رحیم مزید علی

مطبوعات المشاريع المشتركة
المديرية العامة للإعلام والطباعة والنشر
مديرية الطباعة والنشر – دهوك

ث	لايه ن	نغيسه ر	نافي پرتوكي
		٢٠١٢	
١ -	كوبه ندا سه رده م يا قوتابيين	به لافوكا سالانه	زمانی دايکی
٢ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	ئهمين عه بدولقادر	تيور و ته كننيكين شروفه كرنا رؤمانی
٣ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	يونس احمد	رائحة الورد (قصص قصيرة)
٤ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	حسب الله يحيى	الكتابة بالحبر الأبيض
٥ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	ئدریس عه لی دئیرگژنیکی	ئو ستیرا ته قیای (هه لبه ست)
٦ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	محهمه عه لی یاسين	هه فوه غه ری بای
٧ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	دهمها تئیرکی	Hest diaxivin (هه لبه ست)
٨ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	سه لمان شیخ مهمی	د عه شقا ته دا (هوزان)
٩ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	فه هیل محسن	دی رويباره کی که مه کلیل.....
١٠ -	ئیکه تيا نغيسه رين كورد/دهوك	خالد حسين	رۆزه کی هو گو ت
١١ -	کومه لا هه لبه ستفانين گه نج	کومه لا هه لبه ستفانين گه نج	داستانه کا هه لپه سارتي
١٢ -	رئیکراوا سيما	پروفيسور د.سابر عه بدوللا	سيما ٢



هذا كتاب مهم لعموم الصحفيين ودارسي الإعلام والمهتمين به. هو يستعرض آخر التطورات التكنولوجية في مجال الاتصال الجماهيري الإلكتروني. فإنه أيضاً يلقي الضوء على تجارب الإعلام الإلكتروني العالمي في مجال الالتزام الطوعي بما يفترض أن ينشر إلكترونياً أو لا ينشر. لينتهي باقتراح لأئحة أخلاقيه لمنتجي الإعلام الجديد مرتكزة على الخصوصية الثقافية والاجتماعية والدينية لشعوب هذه المنطفه. وبما لا يتلم حربه الصحافه او يحول دون الاستفادة القصوى من الممكثات التكنولوجية الاتصاليه متسارعه التطور في التعبير عن تطلعات وهموم وارهء الملايين المتزايده من مستخدمى الإعلام الرقضى.

