

أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق دراسة تحليلية من المستوى الثاني

د. إنجي عباس أبو العز

الأستاذ المساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون بكلية الإعلام
جامعة بني سويف

مقدمة:

يشهد الفضاء الإعلامي انتشارًا متعاظمًا وغير مسبوقٍ لتقنيات وتكنولوجيا الإعلام، حيث بدأت تتشكل أنواع جديدة من الممارسات الإعلامية في ظل البيئة الرقمية، وبات الإعلام الرقمي بمنصاته المتعددة عبر الإنترنت؛ كشبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، والمنصات المرئية التلفزيونية والمسموعة وغيرها، حقيقة واقعة لا غنى عنها من قبل الجمهور المستخدم والقائمين بالاتصال، كما برهن على مدى قدرته في التأثير عليهم على الصعيد الأخلاقي، والاجتماعي، والسياسي، والثقافي. فمن سمات تلك البيئة الرقمية، دخول الكثيرين فيها، سواءً أكانوا متخصصين أم غير متخصصين، وظهور فئة من الفاعلين «الإعلاميين» الجدد، من المغردين، والمدونين، والصحفيين المواطنين، ومستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، وأصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الرقمي، وربما يتفوقون فيه على أهل الاختصاص الأصليين في كثير من الأحيان. كما ظهرت منصات اجتماعية حديثة يتم من خلالها الحوار، وأصبح لكل شخص في المجتمع القدرة على إنتاج محتوى وأن يرسله ويتفاعل مع الآخرين ويستقبل منهم أيضًا المحتوى الخاص بهم، ويعقّب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبشكل آني.

وقد أثارت كل تلك العوامل، من بروز تحديات أخلاقية شائكة ومثيرة للقلق للعاملين في المجال الإعلامي الرقمي، سواء أكانوا محترفين أم مواطنين، حيث تتعلق أخلاقيات الإعلام الرقمي بالمشكلات والممارسات والمعايير الأخلاقية المتنوعة لتلك الوسائل، كما تتضمن أسئلة حول كيفية استخدام المؤسسات الإعلامية لوسائل الإعلام الرقمية للبحث ونشر القصص، فضلاً عن كيفية استخدام النصوص أو الصور التي يقدمها المواطنون على نحو أخلاقي.

ويعد موضوع أخلاقيات الإعلام الرقمي ليس بالجديد في المجال البحثي والإعلامي، حيث يعتبر «جيمس مور» James Moor، الأب الروحي لفكرة الأخلاقيات الرقمية؛ وذلك من خلال مقالته المرجعية الشهيرة التي نشرها عام ١٩٨٥، بعنوان «ما هي أخلاقيات الحاسوب؟» What is Computer Ethics، والتي قد عرفها بأنها وسيلة لتحليل طبيعة تكنولوجيا الحاسوب وأثارها الاجتماعية، وما يترتب عن ذلك التحليل من صياغة لسياسات الاستخدام الأخلاقي لهذه التكنولوجيا. (Moor, 1985). وكانت أولى محاولات التأطير الأخلاقي للإعلام الرقمي، تعود إلى أواخر التسعينيات، من قبل هيئة ناشري الصحف الأمريكية، بالتعاون مع مؤسسات بحثية مختصة، في وضع أسس تلك الأخلاقيات منذ العام ١٩٩٨، محاولة تجنّب الانعكاسات السلبية المحتملة للنشر الإلكتروني على دقة الأخبار، ومخاطر استغلال قواعد البيانات، وتحقيق التوازن بين النزاهة المهنية والضغط التجاري. (بلفاسم، وآخرون، ٢٠٢١).

ومع مطلع الألفية الثالثة، برز مفهوم «أخلاقيات الإعلام الرقمي» بشكل كبير، وذلك موازاة مع الحضور المهيمن الذي باتت تتمتع به هذه الوسائل في المجتمعات الإنسانية، وجاء هذا ليشمل سلوك وطريقة استخدام الإعلام الرقمي بصفة عامة، وليس لدى الإعلاميين فقط. وتتسم هذه الأخلاقيات في العصر الرقمي، بأنها لم تتجاوز أو تلغ المنظومة الأخلاقية السابقة، بمصادرها الدينية والقيمية المتنوعة، بل أقرتها؛ لكنها أضافت إليها حزمة جديدة من القواعد الأخلاقية، ترتبط أساساً بحقول مثل: الخصوصية، والحقوق الفكرية، ومنع الإباحية. (Hagiu & Bortos, 2021).

ونظرًا لأن التقنيات الرقمية أصبحت مترسخة بشكل أعمق في حياة البشر، وهو ما ظهر بوضوح في العام ٢٠٢٠ وعمليات الإغلاق التي تعرضت لها الدول إزاء أزمة كوفيد-١٩، وحدث فوضى رقمية بدون أخلاق، نجد أهمية الحاجة لوجود مبادئ ومعايير وقوانين مشتركة لحماية البشرية من المشكلات اللاأخلاقية للإعلام الرقمي. (Gromova & Eferin, 2021). ومن هذا المنطلق، ظهرت أخلاقيات الإعلام الرقمي كجزء من مجال الأخلاقيات التطبيقية التي تهدف إلى الدراسة النقدية والمنهجية للقضايا الأخلاقية التي ترتبط بطريقة أو بأخرى بوسائل الإعلام الرقمي (Claussen, 2016).

وتحاول هذه الدراسة النقدية، النظر في التحولات الراهنة في بحوث وأخلاقيات الإعلام الرقمي، بالاعتماد على الأبحاث الحديثة في هذا المجال على الصعيد المحلي والإقليمي والدولي، ويستعرض هذا البحث ويناقد أبرز تلك التحولات على مستوى الموثيق الأخلاقية والقوانين المنظمة لعمل وسائل الإعلام الرقمية في الوضع الراهن، وأخلاقيات الجمهور المستخدم لتلك الوسائل وكذلك القائمين بالاتصال، بالإضافة إلى أخلاقيات وسائل التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، والنشر الرقمي، وأخلاقيات نشر وتحرير الصور الرقمية، وأخلاقيات المنصات المرئية والمسموعة، وأخيرًا، التطرق إلى أبرز الإشكاليات الأخلاقية التي أفرزتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال كالذكاء الاصطناعي وخوارزميات الصحافة الرقمية في المجال الإعلامي، والتي من

أبرزها تقنية «التزييف العميق»، و «انتهاك الخصوصية»، «وانتشار الأخبار الكاذبة»، والتي تعد من أكثر المواضيع تعقيدا وإثارة للإشكاليات في مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي، في ظل الترسانة الضخمة من المعدات والبرمجيات التي باتت تحاصر الإنسان في أكثر تفاصيل حياته اليومية دقة، وفي ظل تنامي أخطار التجسس والاختراق، والإمكانات التي تتيحها الشبكات الاجتماعية لخرق خصوصيات الأفراد.

موضوع الدراسة وإطارها المنهجي:

- موضوع الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى البحث في التحولات في أخلاقيات بيئة الإعلام الرقمي من منظور القوانين والتشريعات والقائمين بالاتصال والجمهور والوسيلة المستخدمة في بحوث ودراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي؛ حيث أن مجال الإعلام الرقمي متسع للغاية، وينطوي على كثير من التعريفات والمسميات وفقاً للدراسات والبحوث العربية والأجنبية، فمنهم من أشار لهذا الاصطلاح على إنه الإعلام الجديد، أو الإعلام الإلكتروني، أو الإعلام التفاعلي، أو الإعلام الهجين، الذي يضم العديد من المستحدثات والتطبيقات الرقمية مثل، شبكات التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، والصحافة الإلكترونية، والصورة الرقمية، والمنصات المرئية والمسموعة، بالإضافة إلى العديد من تطبيقات الإنترنت. وبالتالي، من الجدير بالدراسة التعرف عن قرب على أخلاقيات تلك الوسائل الرقمية، ومواثيق الشرف والأخلاقيات التي تحكم عملها، سواء أكانت تطبيق، أو خدمة أو وسيلة إعلامية، كل على حدة؛ لنتناسب مع الاختلافات، والسمات، والوظائف، والاستخدامات.

- أهداف الدراسة:

- (١) رصد الدراسات العلمية التي تناولت أبرز التحولات في أخلاقيات الإعلام الرقمي في المدارس الأكاديمية المختلفة من ناحية القوانين ومواثيق الشرف والتشريعات، والقائمين بالاتصال، والجمهور، والوسيلة المستخدمة.
- (٢) تحديد الموضوعات والمجالات البحثية التي تناولتها دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي.
- (٣) رصد الأطر المنهجية والنظرية والفكرية لدراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي.
- (٤) التحليل الكيفي للبحوث والدراسات المعنية بأخلاقيات الإعلام الرقمي.
- (٥) تقديم رؤية نقدية للتراث العلمي في مجال البحوث والدراسات التي تناولت أبرز التحولات مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي.
- (٦) تقديم مؤشرات كمية عن بحوث ودراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي للتعرف على أوجه القصور في بعض مجالات البحث.

- منهج العرض التحليلي:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات التحليلية من المستوى الثاني ذات الطابع الكيفي Meta Analysis، التي تعتمد على مراجعة وتحليل التراث العلمي من البحوث والدراسات والرسائل العربية والأجنبية السابقة، من خلال تحليل أبرز التحولات مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي، بما يسمح برصد التطورات والمسارات والرؤى الخاصة بالباحثين في هذا المجال من مختلف دول العالم.

- مجتمع وعينة العرض التحليلي:

يتحدد الإطار الموضوعي للدراسة في مجموعة البحوث والدراسات العربية والأجنبية المنشورة وغير المنشورة ذات الصلة بموضوع أخلاقيات الإعلام الرقمي، في إطار زمني محدد يمتد من عام ٢٠١٨م حتى عام ٢٠٢٢م، من حيث أطرها المنهجية، ومدخلها النظرية، ونتائجها؛ اعتماداً على أسلوب المسح بأسلوب العينة المتاحة للمكتبتين العربية والأجنبية عبر الإنترنت، على النحو التالي المبين في الجدول:

جدول رقم (١) قواعد البيانات التي تم الرجوع إليها في الدراسة

قواعد البيانات		
الدوريات المصرية	Research Gate	Google Scholar
اتحاد مكنتبات الجامعات المصرية	Scopus	Ebscohost
دار المنظومة العربية	Psyc Info	Emerald Insight
بنك المعرفة المصري	Embase	Science Direct
منصة الدوريات العربية	ERIC	Sage Publication
Algerian Scientific Journal Platform ASSP	Microsoft academic	Proquest
SEGA	Spring	Springer
Arcif	Taylor & Francis	Wiley Online Library
Sematic Scholar	EISevier	Inspec Direct

وتم البحث في هذه القواعد على المجالات العلمية الأجنبية التالية:

Journal of Cyber Policy, New Media & Society, International Journal of Legal Science & Innovation, International Journal of Law Management & Humanities, DME Journal of Law, Digital Journalism, Law, Identity and Values, Journal of empirical research on human research ethics, Journalism Practice, Digital Journalism, Cognition, Science, Heliyon, Media and Communication, communication and ethics in society, International Journal of Communication Studies, Journalism & Mass Communication Quarterly, International journal

of media, journalism, and mass communications. Digital Library Perspectives, Humanities and Social Sciences Series, Technology in Society, International Journal of Innovation, Creativity and Change, Cogent Social Sciences, Social Sciences and Business, Komunikator, Communication, Revista,, Studies in Comparative and National Law, Tuzla Journal of the faculty of humanities and social science, Seton Hall Law Review, Business Horizons, European Management Journal, California Law Review, Convergence, Information & Media, Current Issues in Tourism, Selçuk İletişim, Journalism Practice, Acta Academica, Journal of Experimental Psychology, International Journal of Media and Information Literacy, Journal of Management Information Systems, Journal of Media Law, Social Media & Society, Journalism & Mass Communication Educator, Electronic Media Ethics.

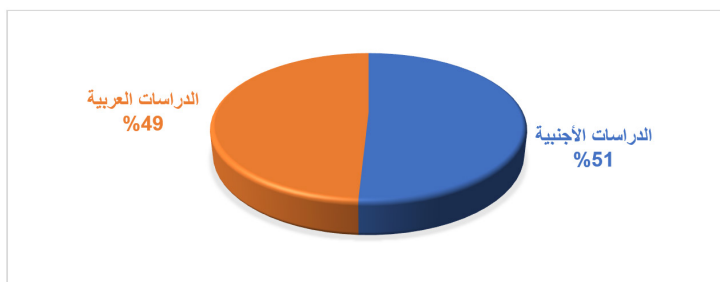
بالإضافة الدوريات المصرية مثل: المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، والمجلة المصرية لبحوث الإعلام، والمجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون، والمجلة العلمية لبحوث الصحافة - جامعة القاهرة، ومجلة البحوث الإعلامية - جامعة الأزهر، والمجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال - جامعة الأهرام الكندية، والمجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري - جامعة بني سويف، والمجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال - جامعة جنوب الوادي بالإضافة، إلى مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط - الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ومجلة الدراسات الإعلامية الصادرة عن المركز الديمقراطي العربي، ومجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال. **وكذلك الدوريات العربية،** والتي تضمنت، مجالات علمية محكمة من **العراق** وهي، مجلة آداب الفراهيدي، ومجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية، ومجلة آداب ذي قار، ومن **الكويت**، المجلة العربية للعلوم الإنسانية، وحوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، ومن **الإمارات العربية المتحدة**، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، ودراسات المستقبل، وأوراق السياسات الأمنية - جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ومن **الجزائر**، وتضمنت: مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الاجتماعية، ومجلة المعيار، ومجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، ومجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، ومجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، ودراسات في علوم الانسان والمجتمع، ومجلة الإحياء، وحوليات جامعة الجزائر، ومجلة المواقف، ومجلة الصورة والاتصال، ومجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، والمجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، ومجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية، ومجلة العلوم الإسلامية والحضارة، ومن **المغرب**، مجلة ليكسوس، ومن **السودان**، مجلة علوم الاتصال، ومن **فلسطين**، مجلة العربي للدراسات الإعلامية، ومن **الأردن**، مجلة دراسات.

وتم استخدام الكلمات المفتاحية العربية والأجنبية عند البحث في قواعد البيانات، كالتالي:

الكلمات الأجنبية	الكلمات العربية
Digital media Ethics	أخلاقيات الإعلام الرقمي
Social media ethics	أخلاقيات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي
New Media ethics	أخلاقيات الإعلام الإلكتروني
ethics OTT platforms	أخلاقيات الإنترنت

Internet ethics	الخصوصية الرقمية
Deep Fake	التزييف العميق
YouTube ethics	أخلاقيات المنصات الرقمية المرئية والمسموعة
Social networks ethics	المواثيق الأخلاقية للإعلام الرقمي
Digital media Code of ethics	أخلاقيات الإعلاميين والصحفيين
Citizen Journalism	صحافة المواطن
Ethical considerations	القيم الأخلاقية للصحفي/ الإعلامي الرقمي
Social responsibility	الضوابط والممارسات الأخلاقية للإعلام
Electronic news websites values	نظرية المسؤولية الاجتماعية

وبلغ إجمالي عدد الدراسات والبحوث العلمية حول موضوع أخلاقيات الإعلام الرقمي (١١٥) دراسة، تضمنت ٥٨ دراسة تنتمي للمدارس الأجنبية، و٥٧ دراسة تنتمي للمدارس العربية، كما مبين في الشكل التالي:



شكل (١) أنواع البحوث من حيث اللغة المنشورة بها حول أخلاقيات الإعلام الرقمي

وكما مبين في الشكل السابق، نجد أن هناك تقارباً شديداً بين نسبة الدراسات العربية التي بلغت (٤٩%)، لنسبة الدراسات الأجنبية التي بلغت (٥١%) بفارق بسيط لصالح الأخيرة، وهو ما يؤكد أن الدراسات المتعلقة بأخلاقيات وسائل الإعلام الرقمية، من الموضوعات التي تحظى باهتمام الباحثين على الصعيدين العربي والأجنبي على حدة سواء، حيث اكتسبت مسألة أخلاقيات الإعلام في السنوات الأخيرة أهمية قصوى، ويعد النقاش المتجدد حوله مطلوب وبشدة؛ سواء أكان على المستوى الأكاديمي، والمؤسسات الإعلامية، أو المراكز البحثية، أو المؤسسات الحكومية، أو منظمات المجتمع المدني، العربية والأجنبية. وقد أخذ موضوع أخلاقيات الإعلام أحجاماً لم يعرفها من قبل حتى في الدول الغربية، التي تتعم بقسط كبير من الحريات الإعلامية، إذ ظهرت الحاجة الملحة لتنزيه المهنة وتشجيع ممارستها على أساس قيم أخلاقية بعدما تبين أن تطبيق هذه القيم هو عنصر أساسي لنجاح وسائل الإعلام في أداء دورها وللحفاظ على مستواها المهني. وقد ظهر بوضوح أن غياب القيم الأخلاقية قد فتح الأبواب أمام كل أنواع الفساد الممكنة وأضعف ثقة

الجماهير بوسائل الإعلام، خصوصاً مع تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام وتقنياته بشكل متسارع؛ الأمر الذي يحث الباحثين في مختلف دول العالم بشكل عام، والدول العربية بشكل خاص، على ضرورة الاهتمام بهذا المجال البحثي المهم، وزيادة التوجه نحو إجراء مزيد من البحوث والدراسات المرتبطة بأخلاقيات الإعلام الرقمي، والموضوعات المرتبطة به بشكل كبير.

ويمكن تقسيم بحوث ودراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي إلى عدد من المحاور، على النحو التالي:

- المحور الأول: دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي من الناحية القانونية والتشريعات، ومواثيق الشرف الإعلامية في دول العالم
- المحور الثاني: دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي بين القائمين بالاتصال والفاعلين الجدد من المستخدمين
- المحور الثالث: دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية الرقمية
- المحور الرابع: دراسات تناولت إشكاليات تطبيق الضوابط الأخلاقية في الإعلام الرقمي

جدول رقم (٢) اتجاهات دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي

م	محاور الدراسات	عدد الدراسات		%
		دراسات عربية	دراسات أجنبية	
١	دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي من الناحية القانونية ومواثيق الشرف الإعلامية في دول العالم	١٢	١٣	٢٢%
٢	دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الفاعلين الجدد من الجمهور المستخدم، والقائمين بالاتصال	١٩	١١	٢٦%
٣	دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية الرقمية	٢١	١٢	٢٨,٧%
٤	دراسات تناولت إشكاليات تطبيق الضوابط الأخلاقية في الإعلام الرقمي	٥	٢٢	٢٣,٣%
الإجمالي		٥٧	٥٨	١٠٠

يشير الجدول السابق، إلى تنوع الدراسات التي تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي وتنوع موضوعاتها البحثية؛ فتصدرت الدراسات الخاصة بأخلاقيات الإعلام الرقمي وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية الرقمية المرتبة الأولى، بنسبة ٢٨,٧٪، بواقع ٣٣ دراسة من إجمالي عدد الدراسات،

أغلبها دراسات عربية، تليها في المرتبة الثانية الدراسات الخاصة بأخلاقيات الإعلام الرقمي بين الفاعلين الجدد والقائمين بالاتصال بنسبة ٢٦٪، بواقع ٣٠ دراسة، وركزت دراسات المرتبة الثالثة على إشكاليات تطبيق الضوابط الأخلاقية في الإعلام الرقمي بنسبة ٢٣,٣٪، بواقع ٢٧ دراسة، وأغلبها دراسات أجنبية، بينما جاءت المرتبة الرابع والأخير، دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي من الناحية القانونية ومواثيق الشرف الإعلامية في دول العالم بنسبة ٢٢٪، بواقع ٢٥ دراسة، بشكل يكاد يكون مناصفة بين الدراسات العربية والأجنبية، لصالح الأخيرة، وهو الأمر الذي يؤكد على أهمية دراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي على المستوى العربي والدولي على حد سواء.

ثانياً: عرض تحليلي كفي للدراسات والبحوث العربية والأجنبية في مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي:

المحور الأول: دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي من الناحية القانونية ومواثيق الشرف الإعلامية والتشريعات في دول العالم

اشتمل المحور البحثي الأول على ٢٥ دراسة، (١٢) عربية، و(١٣) أجنبية، والتي تناولت المواثيق الأخلاقية في الإعلام الرقمي من ناحية الإطار القانوني، ومواثيق الشرف والممارسة المهنية، والتنظيم، ومدى جدواها في ضبط بيئة الإعلام الرقمي في العالم العربي والغربي، وأهميتها للجمهور المستخدم والقائمين بالاتصال وما الإشكاليات الأخلاقيات التي تخلقها وسائل الإعلام الرقمية لأصحاب المهنة، فضلاً على ما تقترحه بعض الدراسات من نماذج لضبط وتنظيم التشريعات والممارسات الأخلاقية للإعلام الرقمي، على النحو التالي:

فيما يتعلق بإطار أخلاقيات الإعلام الرقمي من الناحية القانونية بالدول العربية، استهدفت دراسة (كدواني، ٢٠٢٠) من مصر، التعرف على مدى ملائمة وقدرة الضوابط القانونية التي وضعتها الدولة المصرية على تقنين وضبط الممارسة المهنية داخل البيئة الإعلامية الرقمية، في ظل ما يرتبط بها من إشكاليات قانونية وأخلاقية متنوعة، عبر تحليل قانون (تنظيم الصحافة والإعلام رقم ١٨٠ لسنة ٢٠١٨)، ولائحتي (الضوابط والمعايير المهنية)، و(الجزاءات والتدابير المالية والإدارية)، اللتان أقرهما المجلس الأعلى لتنظيم الإعلام عقب صدور القانون. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن المشرع المصري اعترف بالإعلام الرقمي، وحدد واجبات وحقوق العاملين به، وكفل لهم الانتماء لنقائبي الصحفيين أو الإعلاميين، ووضع أطراً أخلاقية لضبط الممارسات الإعلامية الرقمية، وأقر عقوبات وتدابير إدارية ومالية على من يخالفها. إلا أنها عكست إجمالاً، إخفاق المشرع عن استيعاب خصوصية الوسيلة وطابعها الدولي والجوانب التقنية والتفاعلية بها؛ حيث تمت صياغة نصوص القانون بطريقة نمطية، تسعى لتقييد الإعلام الرقمي والسيطرة عليه مثلما هو الحال مع وسائل الإعلام التقليدية، دون مراعاة الفروق الجوهرية بينهما، كما أفاض المشرع في استخدام العبارات الفضفاضة (كمقتضيات الأمن القومي والسلم العام)، فضلاً عن تجاهل المشرع لحقوق مستخدمي الإعلام الرقمي التي تشمل: الحق في الاتصال، والحصول على المعلومات وتداولها، ومشاركتها مع الآخرين، وحرية التعبير عن آرائه، وسرية بياناته وخصوصيته.

وفي ذات الإطار، من الجزائر، هدفت دراسة (علال، ٢٠١٨)، إلى التعرف على البنود التنظيمية التي يوفرها كل من الجانب القانوني (قوانين الإعلام الجزائرية ١٩٦٨-٢٠١٤) وموثيق الشرف الإعلامية بالجزائر، وكذلك التعرف إلى مدى تماشيها مع مستجدات البيئة الاتصالية الراهنة وتطبيقات الإعلام الرقمي الجديد. وجاءت نتائج الدراسة لتؤكد وجود هوة بين النص القانون وتطبيقاته على أرض الواقع، وأن أخلاقيات الإعلام الرقمي في الجزائر قد فشلت من باب الممارسة وليس على مستوى النصوص التشريعية. وعلى الرغم من تخصيص القانون في الباب الخامس ما يخص وسائل الإعلام الإلكترونية، إلا أنه لم يعط تصنيفاً واضحاً لها، مثل المدونات، وشبكات التواصل الاجتماعي، وتحرير الصور، ومواقع صحافة المواطن وغيرها، ولم يشر إلى كيفية تعامل الصحفيين معها. إذ لم تعد أخلاقيات الإعلام التقليدي تتماشى مع مستجدات البيئة الاتصالية الراهنة، ما يستدعي ضرورة وضع ميثاق شرف إعلامي جديد ينص على حقوق وواجبات العاملين في الإعلام الإلكتروني (الرقمي)، وهو الأمر الذي توصلت إليه نتائج دراسة (البشير، وتومي، ٢٠٢٢). ومن نفس المنطلق، هدفت دراسة (سلامن، ومهنى، ٢٠١٩)، إلى الوقوف عند للضوابط الأخلاقية والقانونية للإعلام الرقمي، وتقديم المشكلات القانونية المثارة في هذه البيئة الإعلامية الجديدة، وأشارت النتائج إلى ضرورة تنظيم الإعلام الإلكتروني في العالم العربي؛ نظراً لصعوبة الرقابة عليه من الناحية العملية، وهذا راجع إلى خصوصيته اللامركزية. ولأن أخلاقيات الإعلام في الأصل مسألة ضمير؛ خاصة في ظل تأخر التشريعات التي تضبط هذه البيئة الإعلامية الرقمية.

كما تتناول دراسة (عيساني، ٢٠١٨) قراءة تحليلية (من منظور المعلومات والاتصالات) لقانون «مكافحة جرائم تقنية المعلومات» في دولة الإمارات العربية المتحدة، وتبنت الدراسة أسلوب تحليل محتوى المواد التي يشملها القانون، ومنها دليل أخلاقيات الإعلام الجديد والاتصال في الإمارات. وقد توصلت النتائج إلى أنه تأتي معظم الصياغات القانونية في نظام «مكافحة جرائم تقنية المعلومات» بطرق تدفع المستخدم إلى الالتزام بالمسؤولية الأخلاقية والاجتماعية أثناء التعامل مع وسائل الإعلام الجديدة، وأدوات الاتصال، أو تقنيات المعلومات الأخرى. كما كشفت القراءة التحليلية لمواد القانون «عن ثلاث أخلاقيات أساسية لاستخدام هذه التقنيات من منظور وسائل الإعلام: احترام الملكية الفكرية، واحترام خصوصية الناس وكرامتهم».

وعلى صعيد دول الاتحاد الأوروبي، أشارت دراسة (Bayer, et al., 2021)، أن المفوضية الأوروبية قد نشرت في ديسمبر ٢٠٢٠ مسوداتها لقانون الخدمات الرقمية وقانون الأسواق الرقمية، من خلال هذا المشروع التشريعي، تقدم اللجنة لوائح جديدة للاعتدال في المحتوى، وسلوكيات السوق لمنصات الإنترنت، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي. ويهدف هذا إلى حماية مجموعة واسعة من المصالح القانونية، بما في ذلك الصحة العامة، وخطاب المجتمع المدني.. وغيرها، وأوضحت الدراسة أن هذا القانون سيسمح للمفوضية بالضغط من أجل اتخاذ تدابير أكثر استهدافاً فيما يتعلق ببعض الأخلاقيات الرقمية، منها، منع خطاب الكراهية، فضلاً عن التضييق بشروط معينة، في حالة عدم الامتثال لقواعد قانون الخدمات الرقمية. كما أشارت دراسة (Huijstee, et. al., 2021) أن ظهور جيل جديد من الوسائط التي يتم التلاعب بها رقمياً - المعروف أيضاً باسم التزييف العميق - قد إثارة مخاوف كبيرة بشأن إساءة الاستخدام المحتملة. واستجابةً لهذه المخاوف، قامت هذه الدراسة بتقييم الجوانب التقنية والمجتمعية والتنظيمية للتزييف العميق في دول الاتحاد الأوروبي. وحددت الدراسة خمسة أبعاد لدورة حياة التزييف العميق التي

يمكن أن يأخذها صانعو السياسات والتشريعات في الاعتبار لمنع ومعالجة الآثار السلبية للتزييف العميق، والتي يمكن دمجها في الإطار التشريعي للذكاء الاصطناعي، وحرمة قانون الخدمة الرقمية وما بعدها، كما أشارت النتائج أن وجوب اتخاذ مجموعة من التدابير القانونية التنظيمية؛ للحد من أخطار التزييف العميق في دول الاتحاد الأوروبي.

أما فيما يخص دول آسيا، قدمت دراسة (Karnik, 2021) تحليلاً نقدياً للقانون الذي أصدرته وزارة الإعلام في الهند عام ٢٠٢١، حول قواعد تكنولوجيا المعلومات (إرشادات وسيطة ومدونة أخلاقيات الإعلام الرقمي)، حيث تم كشف الجوانب القانونية المختلفة لهذه القواعد، وكيف تؤثر على القطاعات المختلفة. وتم تقسيم التحليل إلى: أ. وسطاء وسائل التواصل الاجتماعي مثل فيسبوك وانستجرام، وتويتتر، ب. والمنصات الرقمية (Over the Top) مثل Netflix و Amazon Prime، ج. الأخبار ومزودو محتوى الشؤون الجارية مثل The Wire و LiveLaw. كما تم عقد مقارنة بين مختلف القوانين العالمية التي تنظم وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية في دول سنغافورة، والصين، وكوريا، وخلصت النتائج إلى أن القواعد الموضوعية بالقانون الهندي تبدو محاولة للحد من حرية التعبير، وهناك نية للهيمنة على الفضاء الافتراضي، وأن هذا القانون في حاجة ماسة إلى مراجعة قضائية، وأن المحكمة العليا أشارت إلى تلك القواعد غير خاضعة لأحكام للمقاضاة أو العقوبة، مما يجعل هذه القواعد تعتبر مجرد مبادئ توجيهية. وهو الأمر عينه الذي توصلت إليه نتائج دراسة (Kaur, 2020)، بالإضافة إلى التوصية بإصدار قانون صارم لحماية البيانات الخاصة بالمستخدمين وفترة الاحتفاظ بالبيانات، وآلية التحقق من العمر، وإمكانية التتبع، وتقديم مقترحات بناءة فيما يخص مدونة أخلاق الإعلام الرقمي بالهند، وفي سياق متصل، هدفت دراسة (Svati, 2021)، أيضاً إلى إلقاء الضوء على تنظيم المحتوى الإعلامي للمنصات الرقمية، في ضوء تأطير قواعد تكنولوجيا المعلومات، وما إذا كانت هذه المحتويات تشكل تهديداً للأخلاق المجتمعية خاصة في السياق الهندي أو أنها تصور الظروف المجتمعية السائدة ولا تحتاج إلى أي تنظيم. وتم استخدام منهج دراسة لحالة، والتحليل من المستوى الثاني فيما يتعلق بوسائل الإعلام والقوانين الدستورية في الهند بالتفصيل. وأظهرت النتائج، إنه من مسؤولية كل شخص وليس الحكومة فقط تنظيم المحتوى؛ لأن الأخلاق ليست مفهوماً ثابتاً؛ بل يستمر في التطور من وقت لآخر. فبدلاً من الحظر التام واتباع سياسة منع المحتويات «المسيئة»، ينبغي إدخال تنظيم متوازن مناسب.

ومن منطلق أهمية سن قواعد وقوانين منظمة لعمل وسائل الإعلام الرقمية لصالح الجمهور المستخدم لتلك الوسائل، انطلقت دراستي (Raina, et al., 2021) من الهند، و (Prapawong, 2018) من تايلاند، من فرضية ما إذا كانت القواعد الأخلاقية الجديدة مفيدة للجمهور بشكل عام أم لا، وقد أشارت الدراسة التي أجريت في الهند أن قلة قليلة من الجمهور على دراية بمزايا وعيوب قواعد تكنولوجيا المعلومات الجديدة لعام ٢٠٢١، حيث يتعذر على العديد من الأفراد معرفة المفهوم الكامن وراء تنفيذ تلك القواعد. بينما تناولت الدراسة التي أجريت في تايلاند كيفية تطوير وتنظيم وسائل الإعلام وأخلاقياته؛ لتوعية الجماهير المستخدمة؛ من أجل عدم انتهاك القواعد وانتهاك حقوق الآخرين، حيث تم تحليل محتوى الأخبار والأبحاث والمقالات والوثائق ذات الصلة في قضايا الأخلاق والتنظيم لوسائل الإعلام في تايلاند في الإعلام التقليدي ووسائل الإعلام الرقمي. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن التحكم في التشبيك بين نقابة المهنيين الإعلاميين

كأخلاقيات (ضبط النفس)، وسيطرة الدولة كقانون (رقابة من قبل الآخرين) مطلوب؛ من أجل تلبية طلب كل من الجمهور والحكومة؛ نظراً لدور وسائل الإعلام في بناء المعتقدات والمواقف العامة وعلاقتها بالتغير الاجتماعي. وفي سياق متصل، هدفت دراسة (ونس، وحرار، ٢٠٢١)، من مصر إلى التعرف على القواعد الأخلاقية للإعلام في ظل التحول الرقمي الذي أتاح العديد من الإمكانيات للجمهور المستخدم في وقت قياسي، الأمر الذي أدى لتفاقم العديد من المشاكل لعل أهمها مشكلة التضليل الذي خلقه الإعلام الرقمي وما ترتب عليه من صعوبة التأكد من مصداقية الأخبار المنشورة. وبالتالي وجوب وجود دور رقابي على وسائل الإعلام الرقمي، من خلال وضع معايير وقوانين منظمة تضعها المجتمعات وفقاً لقيم كل مجتمع؛ لتحقيق انضباط قيمي وأخلاقي مما ينتج عنه عدم إساءة استغلال تلك التقنيات في بث الشائعات والأكاذيب والتضليل الذي ينتج عنه تهديد الأمن القومي ومخالفة القيم العامة، وبذلك يتم الاستفادة من تقنيات التحول الرقمي ومزاياه في خدمة أهداف ومصالح الجمهور.

أما ما يخص تنظيم الممارسات المهنية الأخلاقية في الإعلام الرقمي في دول العالم، رصدت دراسة (علال، ٢٠١٩)، مختلف التجارب العالمية والعربية في مجال تنظيم استخدام الصحفيين لمواقع الشبكات الاجتماعية ومقارنتها مع التجربة الجزائرية، وفيما يخص نتائج الدراسة، فقد بينت التجارب العالمية أن استخدام الصحفي للإعلام الرقمي الإلكتروني يخضع لمواثيق أخلاقية وآليات المساءلة المتصلة بالإعلام التقليدي عموماً، وهناك تفاوت بين الدول الغربية في مجال تنظيم تلك الممارسات وتعيينها مع مستجدات البيئة الاتصالية الجديدة. في حين تخلفت الدول العربية عموماً والجزائر خصوصاً في هذا المجال، ولن تستقيم المعاملات على مواقع الشبكات الاجتماعية والمدونات عبر شبكة الانترنت، إلا بتغيير سلوك المستخدمين وممارساتهم وسلوكياتهم؛ ضماناً لنشر مبادئ احترام الذات البشرية والحريات الشخصية، والموضوعية والتحرري، والخصوصية، وتهميش الأقليات. وهو ما أكدت عليه أيضاً نتائج دراسة (بشريف، ٢٠١٨)، والتي أضافت بعداً يخص أخلاقيات المهنة الصحفية، من خلال الدعوة لضرورة تأطير المهنة الصحفية بأطر أخلاقية، تضمن حقوق الصحفيين العاملين في القطاع، وأيضاً حق المواطن في معلومة صحيحة وذو مصداقية، وتقف على الواجبات التي لا بد على مزاولة المهنة احترامها أثناء أدائه لمهنته، وذلك من خلال التقيد بمواثيق أخلاقيات المهنة والقانون الداخلي للمؤسسة الإعلامية، ومنه كفالة حق الجمهور في إعلام موضوعي، والمحافظة على نزاهة المهنة الإعلامية في الكفة الثانية، مع ظهور الوسائل الإعلامية الإلكترونية، التي طرحت من جديد، حتمية الضبط الأخلاقي، وهذا بوضع مواثيق لأخلاقيات المهنة الصحفية، تواكب وتضبط العاملين في تلك الوسائل الجديدة.

وفي إطار متصل، استهدفت دراسة (Díaz & Chaparro, 2020) تحليل مواثيق الشرف الإعلامية الأخلاقية في دول أمريكا اللاتينية، وتحديد مدى ملاءمتها للواقع الحالي للصحافة الآلية (الحوارزيمات - المعززة - الروبوت)، وما إذا كانت المبادئ الأخلاقية التي يمكن أن تضبط الصحافة الآلية يمكن العثور عليها ضمن هذه المواثيق، وتحديد مدى صلاحية المدونات الأخلاقية بتلك الدول بصفتها ومحتواها الحالي، لتكون بمثابة دليل مرجعي للأخلاقيات للمتخصصين في الصحافة الآلية الذين يعملون في هذه المنطقة الجغرافية، واعتمدت الدراسة على تحليل الوثائق لمدونات وقواعد السلوك في مختلف بلدان أمريكا اللاتينية، وبلغ عدد المدونات الأخلاقية التي تم تحليلها (١٨ مدونة)، واعتمدت في إطارها النظري على المبادئ السبعة للصحافة الآلية التي

وضعها الباحثان (Hollnbuchner & Dorr, 2017)، وقد أشارت النتائج، أنه من بين (١٨) مدونة أخلاقية تم تحليلها في دول أمريكا اللاتينية هناك ثلاث مدونات فقط تناولت المبادئ الأخلاقية للصحافة الآلية، وذلك في: (الدومينيكان - كولومبيا - السلفادور)، كما أن عمر هذه الوثائق قد تم تحديثها في تواريخ مختلفة (١٩٩٤ - ٢٠٠٦ - ٢٠١٢)، وبالتالي فهي تتخلف عن الركب التكنولوجي والتطور الكبير في مجال الإعلام الرقمي بشكل عام، والصحافة الآلية بشكل خاص، وهناك الحاجة لإعادة النظر فيها وتحديثها وفق متطلبات العصر الرقمي.

أما على صعيد الدول الأفريقية - غير العربية-، أوضحت دراسة (Mutua & Yanqiu, 2021) أن الانفجار الرقمي الذي شهدته إفريقيا بشكل عام قد أدى إلى جعل قوانين وأخلاقيات الإعلام التقليدي غير قابلة للتطبيق في التعامل مع حالات الإساءة وسوء الاستخدام عبر منصات التواصل الاجتماعي والإعلام الرقمي. وهدفت تلك الدراسة، التركيز على المعلومات الخاطئة / المضللة، والاهتمامات والتحديات الرئيسية في تنظيم المحتوى عبر الإنترنت الحالي في دولة كينيا، من خلال تقديم تحليلاً نقدياً للدراسات الخاصة بالمشهد التنظيمي الكيني، والقيود والمخاطر المرتبطة به. وتقدم نتائج الدراسة تطوير مفهوم تنظيم وسائل الإعلام والتربية الإعلامية Media Literacy Regulation and Media Literacy (MRAML)، من خلال دمج التربية الإعلامية كجزء من التنظيم السيبراني الحالي في الحد من المحتوى الضار عبر الإنترنت. ويهدف MRAML إلى تمكين مستخدمي الإنترنت الكينيين، من خلال خلق الوعي بالمواثيق واللوائح الأخلاقية الإلكترونية الحالية، وتطوير مهاراتهم في التفكير النقدي وتعزيز قدرتهم على تحديد ومعالجة المحتوى غير القانوني والضار عبر الإنترنت، وبالتالي ضمان فضاء إلكتروني كيني آمن ومتناغم وشامل.

وحاولت بعض الدراسات تقديم مقترحات لضبط وتنظيم الممارسات الأخلاقية للإعلام الرقمي، حيث هدفت دراسة (ربيع، ٢٠٢١) إلى تقديم تصور مقترح لمدونة سلوك أخلاقية يمكن أن تسهم في ضبط وتنظيم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي، من خلال رصد ما يتعلق بتنظيم استخدام الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي في مدونات السلوك المهنية والمواثيق الأخلاقية الخاصة بـ ٢٧ مؤسسة وهيئة إعلامية وصحفية عربية ودولية، وخلصت النتائج إلى أن هذه المواثيق الأخلاقية ومدونات السلوك المهنية التي تم الاطلاع عليها اشتملت على معايير وقواعد خاصة بتعامل الصحفيين مع الشبكات الاجتماعية، تؤكد بشكل عام على أن الأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الإعلام التقليدي تبقى صالحة في مجال الإعلام الاجتماعي الرقمي، ولعل هذا ما دفع هذه المؤسسات إلى اتخاذ إجراءات لضبط وتنظيم تعامل منتسبيها مع مواقع التواصل الاجتماعي، واستخدامها على النحو الإيجابي الذي يضمن استثمار إمكانيات هذه المواقع وشعبيتها في خدمة العمل الإعلامي المهني. وجاء التصور المقترح لمدونة سلوك كونه ميثاق تحريري يتضمن المعايير والقواعد المهنية التي يمكن أن تسهم في تنظيم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي، وتعتمد على مبدأ التنظيم الذاتي. وفي سياق التنظيم الذاتي لوسائل التواصل الاجتماعي، أشارت دراسة (Medzini, 2022)، لمصطلح أكثر عمقا وهو «التنظيم الذاتي المعزز/المحسن»، حيث هدفت الدراسة تعقب عملية تنظيم محتوى الفيسبوك، وكيفية تنظيمها ذاتياً، وكيفية انتقال نظامه التنظيمي الذاتي الأولي إلى «التنظيم الذاتي المعزز»، والذي يعتمد على وسطاء من الطرف الأول وطرف ثالث مستقل؛ لتحقيق التوازن بين المصالح العامة والخاصة بمرور الوقت وعبر الأنظمة. وتشير النتائج إلى أن الجهات الفاعلة القوية

مثل الفيسبوك يمكنها الابتكار في التنظيم الذاتي من خلال إعادة تخصيص المسؤوليات المتعلقة بالمحتوى للوسطاء، وبالتالي إنشاء أنظمة حوكمة متعددة المراكز.

وفي نفس السياق، قدمت دراسة (Mbinjama, 2020) تحليلاً سردياً نوعياً لأخلاقيات الخطاب وفقاً لنظرية الخطاب لهابرماس، لخمس منظمات غير حكومية مقرها جنوب إفريقيا حول تجاربها مع وسائل الإعلام الرقمية وأخلاقيات الإنترنت أثناء جائحة كوفيد-١٩. كما تم إجراء مقابلات متعمقة مع أصحاب العمل والمتخصصين في وسائل الإعلام الرقمية من تلك المنظمات، للتعرف على تجاربهم مع «المتغيرات الأخلاقية الثمانية»، وهي العدالة والخصوصية والوصول والدقة والحقيقة والكرامة الإنسانية والتنظيم وملكية المعلومات، خلال فترة الجائحة. وأشارت النتائج بوجود حاجة ملحة لوجود إطار عمل تنظيمي حول الأخلاقيات الإلكترونية وأهمية التنظيم الذاتي الذي يجب أن تتبعه المنظمات غير الحكومية للتعامل مع الانتهاكات الأخلاقية عبر المنصات الرقمية المختلفة. وفي الإطار ذاته، هدفت دراسة (متولي، ٢٠١٨) إلى محاولة بناء مشروع ميثاق أخلاقي للصحافة الإلكترونية لدول مجلس التعاون الخليجي في ضوء تجارب الموثيق الأخلاقية العربية. توصلت نتائج الدراسة لضرورة استحداث ميثاق شرف للصحافة الإلكترونية ينطلق من معايير مهنية وتقنية ومجتمعية وينسجم مع روح العصر مبنياً على تجارب الموثيق الأخلاقية العربية، وفي ضوء المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية محلياً وعربياً ودولياً والتطورات المتسارعة والمتعددة الوسائط في عالم الاتصال والإعلام. كما يجب أن يستند هذا الميثاق الى الميثاق العالمي لحقوق الإنسان وإلي روح مبادئ الأخلاقيات الصحفية والإعلامية، التي صدرت عن مؤسسات إعلامية عالمية وإقليمية عدة.

كما قدمت دراسة (Rozehnal, 2022)، من دولة التشيك، فهماً للمعايير الأخلاقية التي ينبغي تطبيقها على وسائل الإعلام الرقمية، وتم التطرق لمدى مناسبة أخلاقيات الإعلام التقليدية للشكل الجديد للإعلام الرقمي، وأشارت نتائج الدراسة، أنه على الرغم من تطور معظم مبادئ ومدونات الأخلاق الإعلامية خلال القرن الماضي، إلا أن تطبيق المعايير الأخلاقية على جميع أنواع وسائل الإعلام تعد غير فعالة في بعض القضايا التي تخص تحقيق الموضوعية المطلقة، ورغم ذلك يظل العمل الإعلامي لا يختلف في الفضاء الإلكتروني عنه في وسائل الإعلام التقليدية الأخرى، ولا يوجد سبب يدعو إلى تحسين الفضاء الإلكتروني من اللوائح الأخلاقية والقانونية التقليدية. ومع ذلك، فإن الاختلاف عن وسائل الإعلام التقليدية واضح ولا يمكن إنكاره، ولا تتبع لوائح وسائل الإعلام الرقمية القانونية الخاصة من تفرد هذه الوسائل، ولكن فقط من خصوصية تكنولوجيا نقل المعلومات، التي لا يمكنها في كثير من الأحيان التحقق من صحة المعلومات المنشورة من حيث دقتها، وصدقها، واكتمالها، وتوازنها.

وأشارت دراسة (علي، ٢٠٢١)، إلى كيفية تطبيق الضوابط الأخلاقية على الصحافة الرقمية في الفترة من ٢٠١٥-٢٠٢٠ في سياقات متعددة، وينتمي هذا البحث إلى الدراسات المرجعية من المستوى الثاني، وتقدم الدراسة رؤية مستقبلية للدراسات العربية في هذا المجال. وقد ركزت الدراسة على الضوابط الأخلاقية للذكاء الاصطناعي والصحافة الآلية، وصحافة المواطن، وصحافة البيانات، كما تطرقت للدراسات الحديثة حول تعليم الضوابط الأخلاقية للصحافة الرقمية في الجامعات والإشكاليات التي تواجه تطبيق الضوابط الأخلاقية في الواقع، وأهمها الانتحال والتلاعب بالصور والفيديوهات. أما دراسة (مهيرة، ٢٠١٨) فقد سعت إلى توضيح العلاقة التي

ترتبط بين أخلاقيات الإعلام الجديد مثل الحرية والالتزام في البيئة الإلكترونية من ناحية، وبين ضرورة نشر وتلقي المعلومة بشكل سريع يتواءم مع متطلبات العصر الحالي، وضرورة وضع مجموعة من المبادئ والقيم الأخلاقية التي تضبط الممارسة الإعلام عبر الفضاء الإلكتروني من ناحية أخرى. ولقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود صعوبة في وضع مبادئ وأسس واضحة لتنظيم النشر الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، خاصة في ظل وجود ثنائية ظهور معايير مهنية جديدة للعمل الإلكتروني، وهامش الحرية الذي يحظى به الإعلاميون في البيئة الإعلامية الحديثة، وكذلك عدم وجود مواثيق إعلامية ومبادئ أخلاقية عامة تشمل جميع الممارسات الإعلامية في الصحافة الإلكترونية. بينما اهتمت دراسة (Lestari, ٢٠١٩)، بمعرفة كيفية التحول في أخلاقيات الصحافة الرقمية بإندونيسيا، وكيف تنتهك الأخلاقيات من حيث المحتوى، وسلوك الصحفيين، من حيث: (الدقة، وتحديث المحتوى، واستتساخ الأخبار، والانتحال الذاتي المرتبط بإعادة تدوير الأخبار التي تم بثها من قبل، وكتابة عناوين مثيرة لا تتطابق غالبًا مع محتوى الأخبار، والتي يطلق عليها صحافة (clickbait)). وأشارت نتائج الدراسة، أن أخلاقيات الصحافة التقليدية وميثاق الشرف الإعلامي لا يناسب مع عصر الإعلام الرقمي عبر الإنترنت، وتعتبر مدونة الأخلاقيات مناسبة لتنظيم الجانب الأخلاقي لممارسات الصحافة التقليدية فقط، وليس عبر الإنترنت، وهذا ما يؤدي لوجود الكثير من الانتهاكات لأخلاقيات الإعلام الرقمي.

المحور الثاني: دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الفاعلين الجدد من الجمهور المستخدم، والقائمين بالاتصال

اشتمل المحور البحثي الثاني على ٣٠ دراسة، (١٩) عربية، و(١١) أجنبية، وقد تناول موضوعات تخص الجمهور الجديد وأخلاقيات الإعلام الرقمي، من حيث أخلاقيات صحافة المواطن والفاعلين الجدد المنتجين للمحتوى الرقمي، والاعتبارات الأخلاقية لإنشاء المحتوى والمشاركة فيه ومشاركته عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وكيفية مواجهتهم للتحديات الأخلاقية الناشئة من استخدامهم للإعلام الرقمي، مع التطرق للدور الأخلاقي الإيجابي لصحافة المواطن، وأخلاقيات استخدام الجمهور العام للإعلام الرقمي، وحول إشكالية الأخلاقيات الرقمية التي استحدثها المستخدمون في المجال العام الافتراضي، والتعرف على الآليات الفاعلة في تعزيز المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية والذاتية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، كما يتناول المحور أيضا، القائمون بالاتصال وأخلاقيات الإعلام الرقمي، من حيث القيم المهنية والأخلاقية للصحافيين والإعلاميين المحترفين، والتأثيرات الأخلاقية من استخدام الإعلام الرقمي في هيكلة بناء وتحرير الأخبار والمضامين في المؤسسات الإعلامية؛ للوقوف على أهم الأخلاقيات والضوابط المهنية والتقنية التي تحكم عملهم، وكيفية مواجهتهم للتحديات الأخلاقية الناشئة من استخدامهم للإعلام الرقمي ما بين شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع صحافة المواطن.

- فيما يخص الجمهور الجديد وأخلاقيات الإعلام الرقمي، نجد أنه في ظل بيئة الإعلام الجديد، بدأت تتشكل أنواع جديدة من الممارسات الإعلامية، والتي تعتمد بالأساس على المواطنين (الجمهور المستخدم)، و(الفاعلين الجدد أو الصحفي المواطن) في بناء وصياغة المضامين الإعلامية، وفيما يخص إعلام المواطن، سعت دراسة (كحيل، ٢٠١٩) من الجزائر، إلى استجلاء ماهية صحافة المواطن، والوقوف على أهم الأخلاقيات والضوابط المهنية والتقنية التي تحكمها،

وكيف يمكن معالجة الإشكالات والانزلاقات التي تتجر عنها من منظور وصفي تحليلي. وفي نفس السياق، اهتمت دراسة (Roberts, 2019) بالنظر في الآثار المترتبة على التحول من صحافة المواطن إلى مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال فحص كيفية معالجة الأخلاقيات على مواقع التواصل الاجتماعي مقارنة بمواقع صحافة المواطن، وتم تطبيق الدراسة على أشهر ستة مواقع في الولايات المتحدة الأمريكية: (اليوتيوب- فيسبوك - إنستغرام- تويتر- سناب شات- بينترست)؛ لمعرفة كيف تتناول المواقع الأخلاقيات من ناحية (التدريب- المحتوى - المعايير الأخلاقية وسياسات الخصوصية والتعامل مع المصادر)، وأوضحت النتائج، أن موثيق الشرف لا تضمن السلوك الجيد لصحافة المواطن، وأن صحفيي المواطن ليس لديهم وعي بالموثيق الأخلاقية لوسائل الإعلام الرقمية الجديدة، وربما يقاومون الموثيق المبنية على هذه القواعد أو نشرها على نطاق واسع، وأن الأخلاقيات في مواقع التواصل يتم تجاهلها وكتابتها بلغة غير مقننة، وتأييرها بعبارات سلبية، بدلا من المسؤولية والالتزام. وهو ما اتفق مع بشكل كبير، دراسة (Kvalens, 2020)، بأن غالبية المعضلات والاعتبارات الأخلاقية تكون ناتجة عن عدم وجود قواعد أو معايير ثابتة لمشاركة المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي من قبل المستخدمين، وكذلك التكيف مع طريقة عملها، مع الأخذ في الاعتبار أن وسائل الإعلام الرقمية هي شكل مجاني من أشكال الاتصال حيث لا يتم احترام القواعد فيها، على عكس وسائل الإعلام التقليدية أو عمليات الاتصال وجهاً لوجه. ووفقاً لذلك، هدفت دراسة (إبراهيم، والشطري، ٢٠١٩) من العراق، إلى إيجاد إطاراً أخلاقياً يحكم الممارسة الإعلامية الإخبارية في عصر العالم الرقمي، يتواءم مع طبيعة البيئة الثقافية العربية، في ظل انتشار ظاهرة «صحافة المواطن» التي قوضت المفاهيم القديمة بهذا الشأن، خاصة بعد الدعوات إلى ما يمكن أن يطلق عليه الإعلام الهجين أو الصحافة الجينية Layered journalism القائمة على المزج بين الصحافة الاحترافية التقليدية وصحافة المواطن، وتناولت الدراسة في إطار تحليلي كيفي لأبرز القضايا الأخلاقية التي نتجت من استخدامات الجمهور في عصر الإعلام الرقمي، وهي: (الأسماء المستعارة، والانتحال، والسرعة والشائعات والتصويب، والنزاهة والموضوعية،.. وغيرها). وفي إطار متصل، قامت دراسة (كريكط، وبوزيان، ٢٠٢١)، بمعالجة دوافع أخلقة الممارسة الإعلامية في الوسائط الإعلامية الجديدة، والمتطلبات الأخلاقية الأساسية الواجب توفرها من قبل الفاعلين الجدد في إطار ما يعرف بصحافة المواطن، وذلك بالنظر للإشكاليات الناتجة عن تطورات الممارسة الإعلامية والتجاوزات المسجلة والمرشحة للارتفاع، في ظل الانتشار المتزايد للوسائط الاتصالية والتكنولوجية وتزايد الإقبال عليها واستخدامها والحاجة إليها كآلية لدمقرطة الإعلام وتعزيز الممارسة الديمقراطية. وعلى صعيد آخر، أشارت بعض الدراسات للدور الأخلاقي الإيجابي لصحافة المواطن، حيث استهدفت دراسة (Nilsson, 2020) التعرف على اعتماد المؤسسات الإخبارية في السويد على استخدامهم الصور التي يرسلها الشهود العيان القريبين من الحدث، ومواقع التواصل الاجتماعي، ومدى التزام المؤسسات وصحفي المواطن بأخلاقيات النشر، بالتطبيق على تغطية الهجوم الإرهابي في استكهولم يوم ٧ أبريل ٢٠١٧. واعتمدت الدراسة في إطارها النظري على نموذج الهواة أو الشخص الأول ومدخل البيئة التكاملية لوسائل الإعلام، وأشارت النتائج أن صحافة المواطن التزمت بالأبعاد الأخلاقية في نشر الصور، وأوضحت التزام شهود العيان بمراعاة خصوصية الضحايا. وفي سياق متصل، تناولت دراسة (صبيح، ٢٠١٩) رؤية القائمين بالاتصال في أقسام صحافة المواطن بالمؤسسات الصحفية المصرية لتقنية صحافة المواطن، في ضوء الضوابط والمعايير والمسئوليات التي تؤكدتها

نظرية المسؤولية الاجتماعية، واعتمدت على أداتي المقابلات المتعمقة والملاحظة المباشرة، وأشارت النتائج، إلى وجود قدر كبير من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لدى المواطن الصحفي، ومدى التزامه بالمهنية والضوابط الاجتماعية والأخلاقية وموثيق الشرف الصحفية.

وبالإضافة لما قد يواجه الصحفيون الرقميون (الفاعلون الجدد) من تحديات أخلاقية معقدة فيما يتعلق بالمعلومات الخاطئة والأخبار المزيفة، أشارت كل من دراسة (Bakir & McStay, 2018)، (Lazer, et al., 2018)، و(Pennycook & Rand, 2019) أن مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، لا يعتمدون على دعم محرر أو صحفي لجعل محتوهم متاحًا للجمهور، فأخلاقيات وسائل الإعلام التقليدية تفشل في نطاق القضايا الأخلاقية التي تنشأ في ظل ظروف الاتصال المتغيرة جذريًا، ويمكن لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي لعب أدوارًا متعددة تتجاوز بكثير تلك الخاصة بالمحرر أو الصحفي. قد يكون لديهم أيضًا أسباب قوية للقلق بشأن المصادقية، والمصلحة العامة، ومدى موثوقية المعلومات، لكن نطاق عملهم أوسع وأقل تقييدًا بالمعايير والواجبات والتوقعات المهنية المحترفة.

أما بخصوص أخلاقيات استخدام الجمهور العام للإعلام الرقمي، وحول إشكالية الأخلاقيات الرقمية التي استحدثها المستخدمون في المجال العام الافتراضي، أوضح الباحثان (عثمان، وبن صغير، ٢٠٢١)، أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت مجالًا عموميًا افتراضيًا، يستقطب المواطنين للتعبير عن آرائهم وأفكارهم بحرية، بعيدًا عن كل أشكال التضييق القانوني والمهني الممارس على باقي وسائل الإعلام «التقليدية». وبالرغم من إيجابية هذه المواقع في صناعة وتداول الأحداث والأخبار إلا أن بعضها تحول إلى فضاءات رقمية للجرائم الإلكترونية واللاأخلاقية، نتيجة عدم التزام فئة من المستخدمين بالمسؤولية الاجتماعية والانضباط الأخلاقي والمهني في التعبير عن أفكارهم. وبفعل ذلك تحول الحوار والنقاش إلى مشادات عنصرية طائفية قد يتطور الأمر إلى الإشادة بالأعمال الإرهابية. ومن هنا ظهرت أهمية دراسة وتحليل كيفية احتواء الاستخدامات اللاأخلاقية للمجال العمومي الافتراضي من قبل المستخدمين، وفقًا لنظرية أخلاقيات النقاش والحوار للباحث الألماني هابرماس. وفي نفس السياق، أشارت دراسة (أبو زيد، ٢٠٢٠) إلى التجاوزات والأخطاء الأخلاقية للشباب الجامعي في مصر عند استخدامهم لمواقع التواصل الاجتماعي في ظل غياب موثيق الشرف وأخلاقيات مواقع التواصل الاجتماعي، من خلال الاستناد إلى نظرية تأثير الشخص الثالث، ونظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، بالتطبيق على عينة قوامها ٥٠٠ مبحوثًا من الشباب الجامعي في مصر بالتطبيق على موقع الفيس بوك، وقد أظهرت النتائج أن أغلب عينة الدراسة يقعون في الكثير من الأخطاء الأخلاقية عند استخدامهم للفيسبوك، مثل الحسابات بأسماء مستعارة، والمجهولية للبعد عن الرقابة الأسرية وكسب المزيد من الحرية، وعدم استخدام إعدادات الخصوصية، واختراق خصوصية الآخرين، وسرقة الملكية الفكرية، ونشر الأكاذيب والشائعات. وهو الأمر عينة الذي اهتمت دراسة (مصطفى، ٢٠١٩) بتناوله، حول غياب معايير الرقابة الذاتية لمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك بالانحراف والتجاوز من قبل هؤلاء المستخدمين، من خلال رصد مدى وعي الطلاب - دارسي الإعلام - بأخلاقيات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بمصر، ومدى انعكاس ذلك على ممارساتهم الفعلية عند تعاملهم مع وسائل التواصل الاجتماعي، وذلك في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام. وجاءت أهم النتائج، بعدم إدراك الطلاب لوجود قوانين تنظيم استخدام وسائل التواصل

الاجتماعي وخاصة في مصر، والتي تم إقرارها من مجلس الشعب في ٢٠١٨، بالإضافة إلى عدم تحري أغلبهم لصدق المعلومة أو الخبر قبل نشره من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بهم. وفي السياق ذاته، أشارت دراسة (Bicher & Fathy, 2020) أن الإعلام الرقمي وتقنياته قد سهلت للشباب المشاركة في مجموعة واسعة من الأنشطة، بما في ذلك إنشاء المحتوى الجذاب، وتشارك المحتوى عبر وسائل التواصل الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على مراجعات منهجية ناقشت الاعتبارات الأخلاقية للمشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي. ومن أبرز النتائج، أن الاعتبارات الأخلاقية لإنشاء المحتوى والمشاركة فيه ومشاركته عبر وسائل التواصل الاجتماعي قابلة للنقاش، بسبب عدم وجود معايير محددة، لأن المستخدمين ما زالوا يختبرون كيفية عمل الوسائط الاجتماعية والرقمية، والتبادل السريع للمعلومات، والقدرة أن تكون مجهول الهوية.

في حين، هدفت (الشقران، ٢٠١٨) إلى التعرف على الآليات الفاعلة في تعزيز المسؤولية الأخلاقية والاجتماعية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي، والخطوات العملية لأجل الحد من منشورات التطرف والارهاب، والعمل على تعزيز الحصانة الفكرية لأفراد المجتمع، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مسؤولية أخلاقية ووطنية قبل أن تكون حرية شخصية، وأن القيم التي تحكمنا في استخدامها لا تختلف عن تلك التي نتلقى بها في العلاقات الاجتماعية.

وفيما يتعلق بدول أفريقيا -غير العربية-، بحثت دراسة (Olugbenga, 2020) عن القضايا الأخلاقية في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بين طلاب المدارس الإعدادية. وتم عقد مقابلات مقننة، واستبيان شبه منظم؛ لعينة قوامها ١٣٥ تلميذاً في المرحلة الإعدادية بجنوب نيجيريا، للتعرف على أنشطتهم عبر وسائل التواصل الاجتماعي. وأشارت النتائج إلى أن الفيسبوك هو أكثر مواقع الشبكات الاجتماعية استخداماً من قبل أطفال المدارس المختارين، وحول أخلاقيات الاستخدام، تبين أن أكثر الموضوعات التي يتم التطرق إليها هي، المواد الإباحية عبر الإنترنت، وإرسال الرسائل النصية، والتحرش، والتتمر الإلكتروني، والقرصنة الإلكترونية، واستخدام اللغة المسيئة.

أما دراسة (Orge & et. al., 2020)، فقد تناولت أخلاقيات تعليقات المستخدمين على الأخبار في المواقع الإخبارية الإلكترونية بإسبانيا، حيث تم تحليل خطاب عينة من ٩٨٤٢٦ تعليقا من تعليقات المستخدمين عبر المواقع الإلكترونية الإخبارية، تم جمعها بين فبراير ومارس ٢٠١٩ من ثلاث صحف إسبانية رقمية رئيسية: *EiDiario.es* و *EiEspañol* و *EiConfidencial.com*. وقد تم استكشاف أخلاقيات الخطاب لتلك التعليقات؛ لتحديد تأثير المناقشات، واللغة المستخدمة، وقبول الحجج، وتقدير المشاركين، وكياستهم. وكشفت النتائج أن أقسام التعليقات في المواقع محل الدراسة ليس لها طبيعة حوارية، وأن المناقشات ذات جودة منخفضة. ومع ذلك، فإن درجة الاحترام المتبادل في التفاعل مقبولة، مع ملاحظة مستويات قليلة من سوء السلوك. بينما، انطلقت دراسة (Samuel & Buchanan, 2020) من فكرة أن العالم الافتراضي ليس مجرد صفحة على الإنترنت، وإنما هو امتداد ومكمل للحياة التقليدية، فيجب على الأفراد عدم التجرد من أخلاقهم وأدبهم لأن ذلك يعكس شخصيتهم، كما أن الغرض من الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي هو محاورة الآخرين وعرض الآراء وأفكارك والاطلاع على آراء الآخرين وأفكارهم والتفاعل معهم، فلذا يجب الاستفادة من هذه الوسيلة والالتزام بالسلوكيات والأخلاقيات الجيدة.

- أما فيما يخص القائمين بالاتصال وأخلاقيات الإعلام الرقمي، نجد أن مهنة الإعلاميين والصحفيين تشهد في الوقت الراهن تغييراً عميقاً، وهذا بفضل هيمنة تكنولوجيات الاتصال الرقمية التي أفرزت نماذج ووظائف جديدة على الممارسات الإعلامية، والتي انعكست على طبيعة إنتاج وبناء المضامين الإعلامية ونشرها. والحقيقة، أنها أثرت وبشكل كبير أيضاً على القيم المهنية والأخلاقية قائمين بالاتصال، وعلى هيكلية بناء وتحرير الأخبار والمضامين في المؤسسات الإعلامية، ومن هنا هدفت دراسة (العشري، ٢٠٢٠) إلى رصد وتحليل استخدامات الصحفيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وعلاقة ذلك بمدركاتهم نحو أخلاقيات الممارسة المهنية، وجاءت أهم النتائج، وجود علاقة ارتباطية بين درجة اعتماد الصحفيين على مواقع التواصل الاجتماعي ودرجة إدراكهم لتأثيرها على أخلاقيات الممارسة المهنية. ووجود علاقة ارتباطية بين وعي الصحفيين بتأثير مواقع التواصل الاجتماعي على أخلاقيات ممارسة المهنة ومدى اعتمادهم على مواقع التواصل. واختتمت الدراسة بعدة توصيات أهمها، ضرورة وضع مدونة تتضمن قواعد وأخلاقيات التعامل مع مواقع التواصل الاجتماعي؛ بما يساهم في استخدام الصحفيين لهذه الشبكات بالشكل الأمثل الذي يراعي أخلاقيات المهنة وقواعدها. وفي ذات السياق، تناولت دراسة (شواش، ٢٠٢١)، من الجزائر عدة محاور جوهرية عن طبيعة البعد الوظيفي والأخلاقي للمهنة الإعلامية والصحفية في البيئة الرقمية، كما تم التطرق إلى بعض التجاوزات الجديدة التي مست بشكل كبير نسقية المهنة، والقيم الأخلاقية وعلى الأداء المهني للصحافيين، مثل التلاعب بالمضامين، ودمجها في المواد الصحفية بغرض تحقيق الربح التجاري وزيادة التفاعل عليها، وهيمنة النموذج الجديد في الأداء المهني الذي يقوم على تجسيد "الصحفي - الكمبيوتر" أو «الجالس»، حيث أن الصحفي يفقد علاقته المباشرة مع الواقع الحقيقي والميداني وكذلك، تواصله المباشر مع الأحداث، ليهتم بالواقع التقني الافتراضي وبسرد الأحداث المزيفة. وبناء على التحليل النقدي، أكدت النتائج غياب المبادئ المهنية والأخلاقية المتعلقة بالممارسة الرقمية للصحفيين الجزائريين، وممارسات المواقع الإلكترونية التي تعرقل ممارسة الصحافة بكل حرية، وزيادة الاهتمام بالمنطق المالي على حساب المبادئ الأخلاقية والاجتماعية والثقافية، والتركيز على الممارسات التي تعمل على استقطاب الجمهور.

وهو الأمر عينه، الذي هدفت إليه دراسة (بوسنان، وشبيبي، ٢٠١٩)، حول توضيح سمات وأخلاقيات القائم بالاتصال في البيئة الرقمية التي تتميز بخصائص تفضلها عن بيئة الإعلام التقليدية، وتم طرح عناصر الموضوع في إطار نظريتي حارس البوابة والمسئولية الاجتماعية، كما اعتمدت الدراسة على مقاربات أخرى وهي مقاربة الإعلام الإسلامي ومقاربة الواجب الأخلاقي، وحول أبرز النتائج، ضرورة توفر القدرة على التعامل مع معطيات البيئة الرقمية في تصميم الرسائل الإعلامية وتحريرها ونشرها من قبل القائمين بالاتصال، وضرورة تفعيل العوامل الأخلاقية في هذه البيئة؛ للحرص على النشر المسؤول والملتزم الذي يعمل على البناء الإيجابي لمدركات وسلوك المتلقي. ومن نفس الزاوية، أشارت دراسة (Azoulay, ٢٠١٨) إن كانت الهوية الرقمية للإعلاميين وعلاقتها بالتكنولوجيات الرقمية التي توسعت كثيرا في مجال الممارسة الإعلامية تساعد على استخدام الصيغ الإبداعية، ومسايرة الأحداث، إلا أنها تقود أيضا لتخطي حقائق ومصادر الأخبار، وتجاوز مجال الأخلاقيات المهنية، ومثل هذه الممارسات الجديدة تتنافى والحقيقة الموضوعية للمضامين الإعلامية، ولمواثيق الشرف المهنية والأخلاقية. وقامت دراسة (عبد القوي، ومحمد، ٢٠٢٠)، برصد التأثيرات التي أحدثها النشر الإلكتروني على أساليب الممارسة المهنية والأخلاقية للصحفيين في الصحافة المحلية، ورصد مدى وعي واتجاهات والنزاهة الصحفيين بالصحف المحلية

بأخلاقيات مهنتهم. واستخدمت الدراسة نظريتي الحتمية القيمية، والمسئولية الاجتماعية كإطار نظري للدراسة، ووظفت منهج المسح، كما استخدمت تحليل المضمون والاستبيان كأدوات للدراسة. وتوصلت أهم نتائج إلى افتقار القائمين بالاتصال إلى الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية، مثل كثرة السرقات الصحفية، والتعيز، وعدم مراعاة الدقة في نشر الأخبار، وأكدت أيضاً أنه كلما ارتفع مستوى المفارقة القيمية لدى الصحفيين قلَّ مستوى التزامهم بالمعايير المهنية والأخلاقية الصحفية، مع التشديد على أهمية التدريب للصحفيين على الجوانب المهنية والأخلاقية؛ مما يفعل دور الصحافة المحلية ويرفع مستوى أدائها في خدمة المجتمع المحلي.

أما في دراسة (الداغر، ٢٠١٨)، فقد تناولت اتجاهات الإعلاميين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية بعد ثورة ٣٠ يونيو ٢٠١٣م، وحاولت الدراسة تقصي مدى التزام الإعلاميين بالضوابط المهنية والأخلاقية عند تغطية الأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية في مصر، وذلك تطبيقاً على عينة قوامها (١٩١) مفردة من العاملين بالمؤسسات الإعلامية المصرية المطبوعة والمسموعة والمرئية. وتوصي الدراسة بتفعيل دور نقابة الصحفيين باستحداث شعبة للإعلام الجديد بجانب شعب الإعلام التقليدي الأخرى، يوضع لها من الضوابط واللوائح والأخلاقيات ما يجعلها مصدراً من مصادر المعلومات المهمة للإعلاميين كافة، ومعرفة ما يدور فيها، وكيفية الاستفادة منها إعلامياً، وضرورة أن يلتزم ناشرو صفحات الشبكات الاجتماعية والصحف الإلكترونية ومحرروها إجراء التصحيحات فيما ينشره، وأن يقوموا بإجرائها بمجرد ظهور أية أخطاء أو معلومات غير دقيقة لمعلومات سبق نشرها.

ومن السعودية، سعت دراسة (الصبحي، ٢٠٢١) إلى التعرف على مدى وعي الصفوة الإعلامية لمفهوم أخلاقيات الإعلام الرقمي ومدونة أخلاقيات الإعلام والتزامهم بها، وتحديد معوقات تطبيقها، مثل أخلاقيات الإعلام الجديد على الموقع الإلكتروني وحسابات التواصل الاجتماعي للمؤسسة الإعلامية. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي، من خلال استقصاء الممارسات الأخلاقية في مهنة الإعلام للعاملين في الإعلام الجديد في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية، واستخدمت الدراسة أداة الاستبيان لجمع المعلومات من عينة مكونة من (٢٩٢) من القائمين بالاتصال. وتوصل النتائج، إلى أن معظم النخبة الإعلامية يؤيدون التزام وسائل الإعلام الإلكترونية بالتوقيع على ميثاق شرف مهني، و(٤٠٪) يؤكدون التزامهم بأخلاقيات العمل الإعلامي. أوصت الدراسة بضرورة تحديد مدونة أخلاقيات المهنيين الإعلاميين وتصنيفها بدقة، وضرورة العمل وفق متطلبات أخلاقيات الإعلام، ومراقبة وسائل الإعلام الجديدة وفق المعايير المحددة، في إطار مرجعية البلد الذي ينشأ فيه. أما من السودان، فقد استهدفت دراسة (وقيع الله، ٢٠٢٠) إلى الوقوف على مدى التزام الناشرين السودانيين على مواقع التواصل الاجتماعي بأخلاقيات نشر مضمون أخبارهم عليها في أوقات الأزمات. واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، في ضوء نظرية المسؤولية الاجتماعية. وأشارت أهم النتائج، أن معظم أفراد العينة يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، وأن أغلبهم يلتزمون بأخلاقيات نشر المضمون الخبري على تلك المواقع، وأن الأقلية منهم لا يلتزمون بتلك الأخلاقيات؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى ورود بعض الشائعات.

كما هدفت دراسة كرم الله (٢٠١٩) إلى إجماع أخلاقيات تعامل الناشرين السودانيين على مواقع التواصل الاجتماعي، مع مصادر أخبارهم ومعلوماتهم التي ينشرونها في أوقات الأزمات، ومثلت الأحداث التي مر بها السودان خلال الفترة من ٢٠١٨م/٢٠١٩م مرتكزاً لذلك،

وتوصلت الدراسة إلى أن العينة في معظمها تحافظ على سرية مصادرها، غير أنها تثق في مجموعات الأصدقاء والمقربين وزملاء مجموعة التواصل الواحدة، كمصادر للمعلومات؛ الأمر الذي قد يؤدي إلى النشر الكاذب، وانتشار الإشاعة؛ وهو أمر مرفوض أخلاقياً وقانونياً. بينما تناولت دراسة (شكاردة، وعيساوي، ٢٠٢١) البحث عن العناصر التي تساهم في فهم أعمق للظاهرة الاتصالية الرقمية، وما يمكن أن تحدثه من تغيرات على الهوية المهنية للصحفي على مستويات عدة، حيث توصلت نتائج الدراسة إلى أن الهوية المهنية للصحفي أصبحت مهددة في عقر دارها، بالإضافة إلى غياب أخلاقيات المهنة الصحفية، مما ساعد على انتشار مظاهر الابتزاز والتشهير غير القانوني للشخصيات والمؤسسات والمعلومات دون حسيب أو رقيب، الأمر الذي زاد من أخطار الجريمة الإلكترونية وجعل من المجال الرقمي غير آمن للمستخدمين. وفي نفس الإطار، استهدفت الدراسة (خليفة، ٢٠٢٢) رصد التأثيرات التي أحدثها التحول الرقمي في اتجاهات وأخلاقيات القائمين بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفي في المواقع الإلكترونية للصحف، واعتمدت الدراسة على نظرية المسؤولية الاجتماعية ونموذج تقبل التكنولوجيا TAM، واعتمدت على منهج المسح، كما استخدمت أداة الاستبيان الإلكترونية، وأجريت الدراسة على عينة قوامها ٦٢ صحفي يعملون في الصحف الإلكترونية، وأكدت النتائج على حرص القائمين بالاتصال على الالتزام بأخلاقيات العمل الصحفي في المواقع الإلكترونية للصحف التي يعملون بها. وهو الأمر عينه، الذي توصلت إليه دراسة (شمخي، وحسن، ٢٠٢٢) بالعراق، والتي هدفت إلى التعرف على الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال وانعكاسها على معايير المضامين الإخبارية في وسائل الإعلام الجديد. وقد كشفت النتائج وجود التزام كبير من قبل القائمين بالاتصال بالأخلاقيات المهنية، من خلال اعتماد معايير مهنية في عرض المضامين الإعلامية المحلية والعربية والدولية، وقد جاء في مقدمتها الصدق والدقة والتوازن.

المحور الثالث: دراسات تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي وفقاً لطبيعة الوسيلة الإعلامية الرقمية:

اعتمدت دراسات المحور الثالث على تناول أخلاقيات الإعلام الرقمي وفقاً لطبيعة ونوع الوسيلة الإعلامية التي يتم عبرها نشر المحتوى الإعلامي فيها من صور، وأخبار، وفيديوهات، وبيانات، وغيرها، سواء أكانت مواقع ومنصات إلكترونية إخبارية، أم شبكات التواصل الاجتماعي، أم منصات مرئية ومسموعة، وتضمن هذا المحور ٣٣ دراسة، منها (٢١) دراسة عربية، و(١٢) دراسة أجنبية، على النحو التالي:

- فيما يخص أخلاقيات المواقع والمنصات الإخبارية الإلكترونية والنشر الصحفي الرقمي، سعت دراسة (نجاعي، وجفافة، ٢٠٢٢) من الجزائر، إلى إبراز أهم التغييرات في المضامين القيمية للأخبار عبر المواقع الإلكترونية باعتبار أن القيم الأخلاقية التي تحكم الممارسة المهنية من أهم العناصر التي تحكم عملية انتقاء الأخبار ونشرها على نحو أخلاقي مهني، بالاعتماد على نظريتي المسؤولية الاجتماعية والحمية القيمية لوسائل الإعلام تجاه الأفراد خاصة والمجتمع عامة؛ وهو ما ينطبق بشكل خاص على منظومة الإعلام التقليدي نظراً لطبيعتها التي تمكن من التحكم في مضمونها، لكن ذلك قد لا ينطبق على الصحافة الإلكترونية بمواصفاتها التكنولوجية والتفاعلية الجديدة، مما فرض واقعا قيمياً وقانونياً جديداً، يتناسب وطبيعتها المتغيرة. كما بحثت دراسة (Raisul, 2020) في المعايير الأخلاقية والمعنوية لوسائل الإعلام الإخبارية البنجلادشية

عبر الإنترنت، وجدت الدراسة أن عددًا محدودًا جدًا من المواقع الإخبارية الإلكترونية العاملة هناك تتبع المعايير الأخلاقية، وأن أسلوب التغطية والآراء والمعلومات التي تقدمها غير دقيقة. بينما هدفت دراسة (صفوت، ٢٠٢٠) من مصر، في التعرف على أخلاقيات النشر الرقمي في المواقع الصحفية الإلكترونية، والتحديات التي تتعرض لها، وأساليب مواجهتها. وتستقى هذه الدراسة أهميتها من تزايد الاهتمام بقضية أخلاقيات الصحافة الرقمية في ظل تعدد التحديات والتجاوزات الأخلاقية والمهنية التي تواجهها، وقد أظهرت النتائج، أهمية استحداث تشريعات ومواثيق شرف خاصة بطبيعة الوسيلة الجديدة وأخلاقياتها يشترك في صياغتها خبراء في المجال الإعلامي والتقني مع ضرورة توفيق أوضاع المحررين الإلكترونيين بما يضمن لهم الحصول على حقوقهم وأداء واجباتهم، وأهمية التخطيط في المواقع محل الدراسة للتعامل مع آليات الذكاء الاصطناعي، وكيفية مواجهة التحديات التي يفرضها في مجال الإعلام والتي تؤثر بدورها في الأخلاقيات المهنية للعمل الصحفي وخاصة الرقمي.

واهتمت دراسة (حسن، ٢٠١٨) بضرورة دراسة المعايير الأخلاقية والقانونية لصحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والأجنبية، للوقوف على مدى مصداقيتها، ومدى الالتزام بها، والتعرف على الرؤى المختلفة التي حكمت طبيعة انتقائها ونشرها في كل من مصر، وبريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية. وقد أوضحت الدراسة أن المعايير المهنية والأخلاقية تعد النواة الضابطة والمنظمة لممارسة الإعلام بشكل عام، وغايتها وعدم الالتزام بها قد ساعد الكثيرين من رواد الصحافة الإلكترونية والعالمين بها على الخروج عن القيم والأخلاق والآداب العامة للمجتمع -بشكل عام- وعن مهنة الصحافة بشكل خاص، الأمر الذي أدى إلى وجود انفلات في عمل الصحافة الإلكترونية والمواقع الإخبارية. بينما هدفت دراسة (جدي، ٢٠١٨)، من الجزائر، إلى التعرف على أخلاقيات الممارسة الإعلامية والتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني، والتي تضمنت الضغوط التجارية، والدقة، والمصادر، والخصوصية، والإطار التنظيمي القانوني، ووسائل جمع الأخبار، وأكدت نتائج الدراسة على إن المدونات الأخلاقية على الإنترنت، والتي تلقي الإجماع محلياً يجب أن تكون ملزمة، مما يساهم في الاستقلالية المهنية للصحفيين، وأن الأخلاقيات التقليدية «الصحافة» والنظرية لا توفر الدعم الكافي لهؤلاء الصحفيين في بيئتهم الإعلامية الرقمية الجديدة، مثل المواقف المهنية، وتصور دور صحفي الإنترنت. بالإضافة إلى ما هدفت إليه دراسة (مليزي، وبن شاعة، ٢٠٢٠) في التعرف على مدى التزام المواقع الإخبارية الإلكترونية الجزائرية بالمعايير الأخلاقية والمهنية، وتناولت الدراسة تحليل موقع الشروق أونلاين. وكشفت النتائج، أن العدد الكبير لزوار الموقع ليس بالضرورة مقياساً لالتزامه بالقيم المهنية الإخبارية، وأنه لازالت صحيفة الشروق الإلكترونية بعيدة عن الالتزام بالمعايير المهنية لتغطية الإخبارية (الموضوعية، المصدقية، الدقة) وهو ما يضعف ثقة الجمهور بها، كما أن الصحف الإلكترونية في الجزائر مازالت متأثرة بنمط العمل في الصحف الورقية.

وفي سياق متصل، اهتمت دراسة (هاشم، ٢٠٢٢) من مصر، برصد الضوابط المهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية خلال الفترة من عام ٢٠١٣م حتى العام ٢٠١٨م من مختلف المدارس البحثية بأحاء العالم، وسعت الدراسة للوصول إلى رؤية مستقبلية واقتراح أجندة بحثية لتطوير المعايير المهنية والأخلاقية التي يمكن أن تحكم الصحافة الإلكترونية على نحو يجعل هذا الوسيط الصحفي أكثر مصداقية وفاعلية، في مجال الضوابط والمهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية.

ومن مصر أيضاً، استهدفت دراسة (التلاوي، ٢٠١٨) رصد وتحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامي في المواقع الإلكترونية الإخبارية بما يتوافق مع المعايير الأخلاقية التي وضعها "هابرماس Habermas" في نظرية أخلاقيات الخطاب، فيما يتعلق بأشكال التحيز في العرض، وتضليل الرأي العام، والدقة، والالتزام بالموضوعية، ورصد وتحليل التجاوزات الأخلاقية للخطاب الإعلامي في المواقع الإخبارية. وكشفت نتائج الدراسة، ارتفاع معدلات التحيز في الخطاب الإعلامي في المواقع الإلكترونية عينة الدراسة، الأمر الذي يعكس غلبة الطابع السياسي الأيديولوجي على الطابع المهني الموضوعي، حيث تباينت معايير التحيز المهنية بين المواقع حيث تقدمت في مواقع مقابل اخفاقها في الأخرى، وربما يرجع ذلك إلى طبيعة المادة الإعلامية المقدمة في وسائل الإعلام البديل، والتي تتطلب إعادة الهيكلة بما يتفق مع البنود والمواثيق الأخلاقية التي تحكم بيئة العمل الإلكتروني. وتوضح أبرز النتائج إلى حرص بعض المواقع على تحرى الدقة إلى حد ما أثناء التغطية الإخبارية، لاسيما في بعض المعايير دون الأخرى مثل: تجنب تشويه الحقائق، واستخدام الصور المضللة. ومن العراق، تناولت دراسة (جيجان، ٢٠١٨) التعرف على مدى التزام المواقع الإلكترونية العراقية بأسس الممارسة الصحفية المسؤولة اجتماعياً وبالمهنية في تغطيتها للأزمة السياسية في العراق وتطوراتها على نحو منظم، ومراعاتها للمبادئ الأخلاقية، من خلال تحليل لتوجهات النخبة العراقية. وأشارت أبرز النتائج، إلى عدم رضا النخبة بشكل عام وخاصة النخبة السياسية والإعلامية لملاحم معالجة المواقع محل الدراسة للقضايا والأزمات السياسية العراقية، وكذلك إجماع العينة على متوسطة مستوى التزام المواقع الإلكترونية العراقية بالمسؤولية الاجتماعية في معالجة القضايا والأزمات السياسية العراقية.

أما في إطار دول أمريكا الجنوبية، هدفت دراسة (Villanueva, et.al, 2020) إلى التعرف على المعالجة الأخلاقية للأخبار من خلال المنصات الإخبارية الرقمية بولاية تشيواوا (المكسيك)، بالتركيز على ثلاثة محاور أساسية هي: أ- حقوق الإنسان: (حماية الضحية - حماية المتهم - المساواة بين الأطراف). ب- الأخلاقيات: (الاستشهاد بالمصادر - الحياد والإنصاف - الأحكام القيمية المدعومة بالأدلة). ج- العنف: (استخدام اللغة العنيفة - العنف الصريح - العنف نحو الفئات الضعيفة). وقد تم إنشاء مرصد إعلامي لجمع وتحليل ٩١١٥ تقريراً إخبارياً عن أحداث عنيفة من فبراير إلى يونيو ٢٠١٩ ونشرته ١٢ منصة إخبارية رقمية في تشيواوا من خلال معايير محددة تقيس مدى التزام تلك المواقع بالمعايير والاعتبارات الأخلاقية عند معالجة أحداث العنف. وأثبتت نتائج الدراسة التحليلية أن ٥٩,١% من التقارير الإخبارية، قد استوفت جميع المعايير التسعة المرغوبة. وأوضحت النتائج أيضاً، أن المنهجية المستخدمة والبيانات التي تم تحليلها، تسعى إلى تطوير صحافة أخلاقية ومسؤولة اجتماعياً.

وركزت دراسة (Rashid& Zreyazb, 2020) على التعرف على مشاكل التعامل مع أخلاقيات الإعلام في بيئة الاتصال الجديدة، وتشخيص طبيعة علاقة هذا الاتصال من خلال مواقع الصحافة العربية في سياق أخلاقيات الإعلام. توصلت نتائج الدراسة إلى عدد من الاستنتاجات بشأن غياب أخلاقيات الإعلام في بعض الخطابات عبر مواقع الصحافة العربية لأسباب مختلفة منها، انتشار خطاب الكراهية الظاهر، والتحريض عليه، وظاهرة تسييس الخطاب، وإعادة تصنيع الواقع، واعتماد أسلوب الكراهية، والإثارة والمبالغة في اللغة البنيوية، وظاهرة عدم ذكر مصادر المعلومات وتأطيرها والمعالجات السطحية. ولخصت هذه الدراسة رؤية علمية لجميع الظواهر والأسباب التي تقف في طريق الالتزام بأخلاقيات الإعلام الرقمي.

ومن إفريقيا، قيمت دراسة الباحثين (Apuke & Omar, 2021) التحديات والقضايا الأخلاقية للمواقع الإخبارية عبر الإنترنت في نيجيريا، من خلال إجراء المقابلات مع الصحفيين في جالينجو بنيجيريا ومحاضري الاتصال الجماهيري في جامعة حكومية. وأشارت النتائج إلى ارتفاع معدل الممارسات غير الأخلاقية في المواقع الإخبارية النيجيرية من وجهة نظر المبحوثين. وأن الأخبار الكاذبة قد احتلت المرتبة الأولى يليها الافتقار إلى الموضوعية، وانعدام الحياء، وانتهاك الخصوصية، وخطابات الكراهية، والإثارة. علاوة على ذلك، وجدت الدراسة أن الرغبة في نشر الأخبار، والافتقار إلى التدريب المهني والتنظيم، والاهتمام السياسي كانت من العوامل الرئيسية التي تشجع الممارسات غير الأخلاقية في تلك الوسائل. أثبتت الدراسة أيضاً أنه يمكن التحقق من الممارسات غير الأخلاقية بين وسائل الإعلام عبر الإنترنت إذا تم تنظيم ممارسي وسائل الإعلام عبر الإنترنت أيضاً من خلال الترخيص وتعرضهم للتدريب. وفي إطار مختلف، يتناول تأثير التقنيات الحديثة في أخلاقيات المحتوى الإخباري الرقمي في المواقع الإلكترونية، اهتمت دراسة (Lewis, et al., 2019)، بالتعرف على المخاطر القانونية والأخلاقية التي يمكن أن تنتج عن استخدام صحافة الخوارزميات في إنتاج محتوى أخباري، مما يدخلها تحت طائلة قضايا التشهير والقذف. كما اهتمت الدراسة بمراجعة الحالات القانونية التي تم عرضها أمام المحكمة العليا في أمريكا، واختبرت علاقة الصحافة الآلية بقوانين القذف والتشهير في السياق الأمريكي، كما ركزت على المسؤولية القانونية للمؤسسات الإخبارية حينما تقوم بكتابة ونشر الأخبار عبر المواقع الإلكترونية، وأشارت النتائج إلى أن تحديد الخطأ في حالة القذف والتشهير باستخدام الخوارزميات أمر معقد؛ لا سيما أن المؤسسات الإخبارية ليس لديها قدرة على تبني واستخدام آليات دفاع مشابهة للمستخدم في الشركات المهتمة بالخوارزميات. وفي إطار متصل، وركزت دراسة (Hassoun & Ali, 2019) على التحديات الأخلاقية التي نشأت عن استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة، واعتمدت على المراجعة المنهجية المتعمقة والنقدية للدراسات الخاصة بتوظيف الذكاء الاصطناعي في الصحافة، وخلصت نتائج الدراسة إلى أن تقنيات الذكاء الاصطناعي تعتبر القيمة المضافة للصحافة في العصر الرقمي، خاصة قدرتها على التغلب على المشكلات الجوهرية التي تواجه الصحافة المعاصرة، ومكافحة الأخبار الزائفة، وغيرها. ووجدت الدراسة أيضاً أن الذكاء الاصطناعي في الصحافة يثير قضايا مهنية وأخلاقية على وجه الخصوص؛ مثل تفويض الإبداع وغياب المراقبة والتحيز والشفافية والإنصاف واستخدام البيانات وجودة البيانات.

- أما فيما يخص المعالجة الأخلاقية للصور الرقمية عبر الإنترنت، هدفت دراسة (Ahmad, 2021) إلى التعرف على المعايير الأخلاقية والقانونية في نشر الصور في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وذلك لتحسين مستوى المسؤولية الاجتماعية في الصحافة الأردنية، وأظهرت أن حجم المخالفات الأخلاقية الذي تم رصدها في المواقع الأردنية كانت أعلى في الأخبار من الصور المنشورة. وقد أوصت الدراسة بضرورة مراجعة وتعديل ميثاق أخلاقيات مهنة الصحافة؛ من أجل تحسين استخدام الصور ونشرها في الصحافة الإلكترونية. وفيما يخص نشر الصور الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية بين القيمة الإخبارية وأخلاقيات المهنة، سعت دراسة (بورحلي، وغزال، ٢٠٢٠) من الجزائر، إلى التعرف على جدلية نشر تلك الصور في البيئة الرقمية، وبين ضرورة استخدامها والاعتماد عليها، كعنصر مكمل للخبر الصحفي كونها ذات قيمة إخبارية مضافة إليه تدعم مصداقيته، وتكرس حرية التعبير، وتجسد السبق الصحفي، وبين مسؤوليته الاجتماعية؛ باعتبار ذلك انحرافاً عن أخلاقيات المهنة الصحفية، وأخلاقيات نشر الصور؛ بما يشكل انتهاكاً

لخصوصيات الأفراد، وخلصت النتائج إلى ضرورة مراعاة المحددات الحقوقية والقانونية، والتوازن أثناء التعامل مع هذا النوع من الصور. أما ما يخص أخلاقيات إنتاج وتحرير الصور الرقمية، استهدفت دراسة (صلاح الدين، ٢٠١٨)، التعرف على الطريقة التي يتم بها التغيير الرقمي في الصور الصحفية، وتحليل الدراسات التي تناولت مواثيق الشرف الأخلاقية للمصورين. واعتمدت الدراسة على مسح الأدبيات فقط. وأظهرت النتائج، أن التكنولوجيا الرقمية أوجدت عدة تحديات في إنتاج الصورة، تمثلت في تغيير تفاصيل الصورة عن طريق الحذف أو cropping أو الخداع Dodging، وأن مواثيق الشرف العربية والأمريكية توجد بها مبادئ عامة ومعايير لضمان الحياد في الصحافة المصورة. ومن زاوية تلقي المستخدمين للصور الرقمية المزيف، أضافت دراسة (Wrestling, 2019)، من الولايات المتحدة الأمريكية، أنه يمكن أن يصبح النظام الإدراكي البصري للدماغ البشري هدفاً للتلاعب بسهولة، لأن الفرد كقاعدة يؤمن بما يراه، والأمثلة على ذلك هي الأوهام البصرية، والصور ذات الأشكال المتعددة، والحيل السحرية التي توضح لنا ماذا مدى نحن في الواقع «نصدق أعيننا» . وأشارت النتائج، وجود انخفاض ملحوظ في ثقة المستخدمين لوسائل الإعلام الرقمية في مصداقية الصور، بسبب الاحتمالات العديدة المتقدمة لتحرير الفعال وتقنيات التزييف العميق.

- أما فيما يخص أخلاقيات المنصات الرقمية المرئية والمسموعة، أكدت دراسة (بن جاوحدو، ٢٠٢٢)، من الجزائر، على تغلغل الرقميات إلى كل مفاصل الصناعات الإعلامية، خاصة المجال السمعي البصري، مما استوجب تحديات كبيرة استلزمت تحديد العلاقة بين الأخلاقيات والممارسة، فتعدد المصادر وفبركة المعلومات أصبح أحد رهانات المشهد الإعلامي الرقمي مما يقود إلى صعوبة تقييم مصداقية المعلومات على نحو دقيق. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الثقة في المحتوى الرقمي المرئي والمسموع لا تزال موجودة، والأخلاقيات مُقدمة على عنصرى الإثارة والسبق، أما الالتزام بأخلاقيات المهنة غالباً ما تتسبب في مشاكل مهنية أغلبها مع مدراء العمل، وذلك راجع للطبيعة التجارية لأغلب وسائل الإعلام الرقمية. أما فيما يخص صحافة الفيديو، هدفت دراسة (كتاكت، ٢٠٢٢)، إلى اختبار العلاقة بين التزام صحافة الفيديو بالمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة، ودورها في معالجة قضايا وأحداث المجتمع المصري، واعتمدت الدراسة على منهج المسح بشقيه (الوصفي والتحليلي)، وأسلوب المقارنة المنهجية، وتمثلت عينة الدراسة في ٦٧٨ مفردة من الجمهور العام، تم تطبيقها عن طريق الاستبانة الإلكترونية. وتوصلت النتائج إلى أن اتجاهات معالجة القضايا في صحافة الفيديو إيجابية بنسبة ٤٣,٠٧٪، وجاء الالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية أهم عوامل بقاء صحافة الفيديو من وجهة نظر الجمهور المتابع. بينما استهدفت دراسة (عبد الشافي، ٢٠٢١) رصد التجاوزات في فيديوهات الأطفال عبر اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها، وذلك بتحليل (٧٠) مقطع فيديو كعينة من فيديوهات الأطفال المنشور عبر موقع اليوتيوب، كما ضمت عينة الدراسة الميدانية (٢٠٠) خبير من الأساتذة الأكاديميين، والخبراء الممارسين للعمل الإعلامي الموجه للأطفال. وأظهرت أهم النتائج، أن نسبة تصل إلى ٧٠٪ من فيديوهات الأطفال المنشورة على اليوتيوب، تحتوي على أنماط مختلفة من التجاوزات (اللفظية، والسلوكية، والقيمية أو الأخلاقية)، كما أن النسبة الأكبر من عينة الخبراء يروا أن ناشري فيديوهات الأطفال على اليوتيوب (لا تلتزم على الإطلاق) بمبادئ المسؤولية الاجتماعية، وأخلاقيات النشر الواجبة، كما يرى ٥٤٪ منهم أن (هناك حاجة ماسة) لوضع قواعد ومعايير ملزمة ترتبط بالمسؤولية الاجتماعية، وتطبيق أخلاقيات النشر مع فيديوهات الأطفال باليوتيوب.

ومن زاوية أخرى، استهدفت دراسة (مطهر، ٢٠١٨)، معرفة اتجاهات الجمهور العربي نحو مدى التزام قناتي الجزيرة والعربية الحدث بالضوابط الأخلاقية عند نشر مقاطع الفيديو المعروضة بمواقع التواصل الاجتماعي بنشراتها الإخبارية بخصوص أحداث بلدان الربيع العربي، واستخدمت الدراسة المنهج المسحي، وطبقت على عينة قوامها (٤٢٤) مبحوثاً من الجمهور العربي من مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي، وممن يتعرضون لقناتي الجزيرة والعربية الحدث معاً. وتوصلت النتائج إلى وجود اتجاهات سلبية بين أوساط الجمهور العربي (عينة الدراسة)، إذ حملت معظم العبارات اتجاهاً سلبياً مرتفعاً عند توظيف قناتي الجزيرة والعربية الحدث بنشراتها الإخبارية لمقاطع الفيديو المتعلقة بالأحداث الجارية ببلدان الربيع العربي التي تنتشر عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

- ومن ناحية أخلاقيات شبكات التواصل الاجتماعي، هدفت دراسة Komarova & Bogdanova, 2022) إلى تحليل ومقارنة الأخلاق الرقمية في نصوص وسائل التواصل الاجتماعي الروسية والإنجليزية. حيث تم تحليل نصوص شبكات التواصل الاجتماعي والمنديات والمدونات والمراسلين حول موضوعات الهجرة والمهاجرين، وأظهرت النتائج أن النبرة السلبية والحيادية تسود في نصوص وسائل الإعلام الإنجليزية، بينما في الروسية جاءت النصوص محايدة وإيجابية وسلبية. ورغم ذلك، لا تزال مشاكل التعصب العرقي والتمييز الديني تتطلب دراسة ومواصلة تطوير الأدوات التنظيمية. كما انطلقت دراسة (Lee & Wei, 2022) من الصين، من زاوية تعرض شبكات التواصل الاجتماعي وخدماتها لكثير من التحديات؛ بسبب افتقارها إلى المبادئ الأخلاقية، مما أدى إلى التلاعب بالمستخدمين، ونشر أخبار كاذبة تتعلق بالتطعيم ضد فيروس كورونا المستجد، من خلال خوارزميات متحيزة تؤدي إلى الاستقطاب الاجتماعي. واعتمدت الدراسة على مراجعة منهجية للأدبيات لتحديد القيم الأساسية اللازمة لإنشاء مبادئ توجيهية لخدمات وسائل التواصل الاجتماعي المسؤولة. كما تم إجراء مقابلات متعمقة مع الخبراء، وتم اقتراح إطار عمل وإرشادات لكل مجال من المجالات الثلاثة: حماية الخصوصية، وزيادة الوعي، والسيطرة على الإساءة. وقدمت نتائج الدراسة مجموعة من الإرشادات مع المبادئ القابلة للتنفيذ وتدخلات التصميم ذات الصلة التي يمكن للممارسين استخدامها لتقديم خدمات وسائل التواصل الاجتماعي المسؤولة.

وعلى الصعيد الأفريقي، تناولت دراسة (Cheng & Mugari, 2020) التحديات الأخلاقية والقانونية لمنصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها الأمن القومي في زيمبابوي، من خلال التحليل من المستوى الثاني للدراسات التعرف على التهديدات التي تشكلها وسائل التواصل الاجتماعي، حيث أدى الاستخدام غير المسؤول لتلك الشبكات إلى نشأة مشكلات اجتماعية غير مرغوب فيها، مثل: العنف والإرهاب واستغلال الأطفال في المواد الإباحية ونشر أخبار كاذبة. وتكشف النتائج، أنه لمواجهة التهديدات التي تسببها وسائل التواصل الاجتماعي، لجأت معظم الدول إلى وضع أطر تنظيمية صارمة تجرم وتعاقب بعض إجراءات وسائل التواصل الاجتماعي التي يُنظر إليها على أنها تهديدات للأمن القومي، كما كشفت النتائج على عدم وجود قانون محدد للتعامل مع تهديدات وسائل التواصل الاجتماعي، مما يتعارض مع الإطار القانوني الحالي في زيمبابوي.

ومن الكويت، هدفت دراسة (عيساني، ٢٠١٩)، إلى التعرف على ماهية الأخلاقيات المهنية التي تدار بها الحسابات في كل من فيسبوك وتويتر، ودراسة وتحليل سياسات وشروط

إدارة الحساب على الشبكتين، وعناصرها، والقواعد الأخلاقية التي بنيت عليها. واعتمدت الدراسة على تحليل المحتوى للعناصر الأساسية في صفحات الشروط والسياسات. وتوصلت النتائج إلى أنّ شروط وسياسات كل من فيسبوك وتويتر تحدّثت عن سياسة الخصوصية وشروط الخدمة، إلاّ إنها بطرق غير أخلاقية تحرمه من «حق المعرفة»، ولا تحمي خصوصيات المستخدم ولا تحترمها، وتنتهك وبشكل صارخ حقوق الملكية الفكرية وتتعدى عليها، كما تنتهك حق المستخدم في التحكم في محتويات حسابه التي وضعها بنفسه، وتتعدى على هذا الحق بمشاركتها مع شركائها من المؤسسات التجارية بعلمه ودون علمه.

ومن زاوية أخرى، سعت دراسة (توفيق، وكدواني، ٢٠٢٠) من مصر، استكشاف واقع الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية باختلاف أنماطها (الصحف الورقية- صحافة المواطن)، بالتطبيق على الصفحات الخاصة بأخبار محافظة أسبوط عبر موقع فيسبوك، وذلك بتحليل سياسات وضوابط النشر عبر تلك الصفحات، والمنشورات التي تنشرها، وتعليقات القراء عليها من جانب، وإجراء دراسة ميدانية على القائمين بالاتصال على تلك الصفحات من جانب آخر، وذلك في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. وقد خلّص النتائج إلى أنّ الصحافة الإقليمية في صورتها الجديدة على الشبكات الاجتماعية نجحت إلى حد بعيد في أداء وظائفها وفقاً لفروض نظرية المسؤولية الاجتماعية. وقد أثبتت الدراسة أنّ السياسة التحريرية تتحكم في الأداء الصحفي على الشبكات الاجتماعية بشكل كبير، والتي بدت واضحة تماماً من خلال المادة الصحفية المنشورة وطريقة التعامل مع تعليقات القراء؛ وهو ما يمثل إطاراً مهنيّاً وأخلاقياً يحكم الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية. وفي سياق متصل، من المغرب، أشارت دراسة (استيتو، ٢٠٢٢) أنه من بين المنصات التي أضحت أحد أهم مصادر المعلومات للصحفيين على الشبكة، مواقع التواصل الاجتماعي، ويكاد لا يخلو أي عمل صحفي من البحث المعمق فيها، كما أضحت وسيلة لضمان أكبر قاعدة جماهيرية، وبالتالي تعد مصدراً مهماً للدخل عبر بوابة الإعلانات. لكن بالمقابل تكون أحياناً هذه المنصات نافذة على أفكار ذات طبيعة خطيرة كالأيديولوجيات المتطرفة أو هويات خفية تنشر محتوى مزيف ومضّر، أحياناً يخلق بيئة خصبة للأخبار الكاذبة، التي لا تحترم قواعد العمل الصحفي ولا أخلاقياته.

وأشارت دراسة (الجبوري، ٢٠٢٠) أنّ البحث في مصداقية الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي (تويتر، فيسبوك، تويتر)، تعد ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، خاصة في ظل المنافسة الشديدة بين مختلف وسائل الإعلام، وطبيعة الأحداث التي تميز المرحلة، اللتين فرضتا سرعة في التغطية الإخبارية لم يعد معها ثمة وقت للتأكد من صحة المعلومات أو دقتها، مما جعلها تفتقر إلى المعايير الأخلاقية في أسس تغطيتها، فضلاً عن سوء تقديم الأحداث في هذه المواقع، وجاءت هذه الدراسة للتعرف إلى مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي والعوامل المؤثرة في هذه المصداقية من وجهة نظر الجمهور في دولة الإمارات العربية المتحدة، على اعتبار أنّ مصداقية هذه المواقع وما تبثه من مضامين إخبارية تعد اليوم من بين المحددات المهمة التي تساهم في معرفة اتجاهات الناس واختياراتهم.

وفي إطار أخلاقيات استخدام المحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام الرقمي بوسائل الإعلام التقليدية، أشارت دراسة (سعدي، وسلامي، ٢٠١٩)، أنه بسبب سهولة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وسرعة انتشارها، أصبحت مصدراً للمعلومات والأخبار كثير من المؤسسات

الإعلامية في الجزائر وخاصة الإخبارية منها، فانتشرت حسابات متخصصة مختلفة حول المعلومات العامة حول القضايا المهمة في الشأن الوطني والإقليمي وكذا العربي، إلا أن الإشكالية المهمة التي تثيرها الدراسة، هي هل يمكن الثقة بالمعلومات التي تنقلها وسائل الإعلام الجزائرية من هذه الحسابات؟ أم هناك أخلاقيات من الواجب إتباعها من قبل الإعلاميين الاستفادة ما تنشره شبكات التواصل الاجتماعي. وأوضحت النتائج، أن تفعيل انتقاء المعلومات الإعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي من قبل الإعلاميين على اختلاف أنواعهم وتخصصاتهم بات أمراً واقعياً ومهنياً، ويجب التحلي بأخلاقيات التأكد والتحري من المعلومات والمضامين التي يقدمها الصحفي المواطن عبر تلك المواقع. وعلى نحو متصل، بحثت دراسة (بومشطة، ٢٠٢١) في إشكالية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأخبار في القنوات الفضائية، ومدى استفادة الإعلام التقليدي من إمكانات الإعلام الاجتماعي، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وأداة تحليل المضمون التي تم تطبيقها على عينة من برنامج «نشرتكم» بقناة الجزيرة. خلصت النتائج إلى أن هذا النوع من الإنتاج الإخباري في القنوات الفضائية يسعى إلى إشراك الجمهور في صناعته عن طريق ما ينشرونه في تلك الشبكات الاجتماعية، ويعتمد البرنامج بشكل كبير على ما يدونه الصحفيون والسياسيون في موقع تويتر حول القضايا السياسية والإنسانية الراهنة إلا أنه من ناحية أخلاقيات المهنة، يسجل أن مهما كانت مشاركة الجمهور في هذا الإنتاج إلا أن تدخل القناة (حراس البوابة) في اختيار المضامين التي تتناسب مع سياستها الإعلامية، يبقى المسيطر ويبقى عنصر المصداقية والحياد نسبي وغير مجسدة بشكل مطلق.

بينما تناولت دراسة (صابر، ٢٠١٩)، الضوابط الأخلاقية لاستخدام المنصات الاجتماعية من منظور الثقافة العربية، خاصاً مع انتشار بعض الممارسات للأخلاقية والبعيدة عن أخلاقيات وسلوكيات الثقافة العربية. وتعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية والتي اعتمدت على المقابلات المقننة لعينة من أساتذة الجامعات المصرية كخبراء أكاديميين، وتوصلت أبرز النتائج إلى أن أهم الضوابط الأخلاقية التي يجب أن يتحلى بها الشباب عند استخدامهم للمنصات الاجتماعية هي التحلي بالفضيلة ونشر القيم الدينية وتنمية هذه القيم في نفوس الشباب وبين أفراد المجتمع، بالإضافة إلى الالتزام بالقيم الثقافية والعادات والتقاليد الإسلامية الجادة، مع المطالبة بوضع ضوابط أخلاقية لاستخدام تلك المنصات للحفاظ على الهوية والثقافة العربية. وفي نفس السياق، هدفت (Apdillah, et al., 2022) إلى شرح أخلاقيات الإعلام والاتصال في العصر الرقمي الحالي، والمتمثلة في وسائل التواصل الاجتماعي بسنغافورة، وأشارت الدراسة أنه نظراً لسهولة استخدام تلك الوسائل، غالباً ما يتجاهل المستخدمون الالتزام بأخلاقيات وآداب الاتصال، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات، ومن نتائج الدراسة يمكن ملاحظة أن أخلاقيات وسائل التواصل الاجتماعي، لا تزال مطلوبة، حيث يواجه المستخدمون تحدياً كبيراً؛ لأن مسؤوليتهم عن حرية التعبير يجب أن تكون مصحوبة أيضاً بمسؤولية أخلاقية.

المحور الرابع: دراسات تناولت إشكاليات تطبيق الضوابط الأخلاقية في الإعلام الرقمي:

اعتمدت دراسات المحور الرابع على أبرز الإشكاليات الأخلاقية التي نتجت من استخدام التكنولوجيات الحديثة، منها تقنية الذكاء الاصطناعي، وتأثيراتها على مجال الإعلام الرقمي، وتحديدًا إشكالية الخصوصية الرقمية، وخصوصاً عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي تتضمن بيانات

المستخدمين وأمانهم عبرها، وكذلك تقنية التزييف العميق (Deepfake) التي تهدد الخصوصية الرقمية للمستخدمين والتعدي الأخلاقي عليهم، بالإضافة إلى نشر الأخبار الكاذبة والمفبركة. وبلغ عدد الدراسات في هذا المحور ٢٧ دراسة، منها (٥) دراسات عربية، و(٢٢) دراسة أجنبية. حيثاهتمت الدراسات التي تم إجراؤها في بيئات الدول الأوروبية وأمريكا الشمالية بشكل كبير بدراسة العلاقة بين تقنيات الذكاء الاصطناعي وأخلاقيات الإعلام الرقمي، فمن الولايات المتحدة الأمريكية، قدمت دراسة (Müller, 2020) نظرة عامة واسعة على القضايا الأخلاقية الناشئة عن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي والروبوتات، مثل: الخصوصية، التلاعب، والتعتيم، والتحيز، وتأثيرات الاستقلالية. وأشارت الدراسة أن استخدام البيانات حالياً، تعد إحدى المشكلات الأخلاقية المتعلقة بالذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الآلية بسبب عدم وجود قوانين وقواعد مخصصة. كما يجادل كلاً من (Siau & Wang, 2018) بأن أمان وخصوصية البيانات تشكل أخطار كبيرة ليس فقط للمستخدمين، ولكن أيضاً للمطورين والحكومات نتيجة استخدام تلك التقنيات. ومن إيطاليا، هدفت دراسة (Monti, 2019) إلى تحليل الإشكاليات الأخلاقية والقانونية لـ الصحافة الآلية، على وجه الخصوص، وتبحث في حرية المعلومات والتركيز على قضية المسؤولية، فالواجب الأخلاقي يجب أن يكون ضرورة للاستخدام الصحيح والموضوعي والدقيق للبيانات، فطالما تأثرت صناعة الإعلام بشدة بالتغيرات التكنولوجية من منافسة وسائل الإعلام الجديدة وتحديات الويب ٢.٠، والتي أدت إلى إنشاء طريقة جديدة لإنتاج الأخبار «الصحافة الآلية، والصحافة الروبوتية، وصحافة كتابة الأخبار، والصحافة الخوارزمية». وهدفت هذه الدراسة أيضاً، إلى الإشارة للنموذج الإيطالي للمساعدة على فهم كيف يمكن تأطير المحتوى الصحفي الإلكتروني في نطاق الأنظمة القانونية الأوروبية، مع اقتراح حلول وإرشادات تخص إشكالية المسؤولية، واستخدام البيانات في البيئة الرقمية، حيث أشارت النتائج أن النظام الإيطالي قد طور على نطاق أوسع فكرة حرية المعلومات، ولديه مناهج متعددة لهذا الموضوع.

ومن البوسنة، أشارت دراسة (Vatreš, 2021) أنه في عصر الواقع الاجتماعي الجديد المميز بوسائل الإعلام، أصبحت عملية نشر المعلومات المضللة ظاهرة شائعة بشكل متزايد، وأن إشكالية التزييف العميق - التزوير الرقمي، باتت ظاهرة واقعية لتتسبب الفيديوهات والصوت. وإنه يمثل نقطة التحول في سياق إنتاج وتوزيع المحتوى المرئي والمسموع الوهمي. ومن هنا تقدم هذه الدراسة نظرة أعمق للتعريف ذاته، والعوامل المحددة التي تساهم في قبول التزييف العميق، مع التركيز بشكل خاص على آثارها على الصحافة الموثوقة ووظيفتها الاجتماعية. وتوضح النتائج، دور التزييف العميق في عملية إنشاء واستقبال المحتوى الإعلامي، بالإضافة إلى مشكلة ظهور تآكل ثقة الجمهور داخل بيئة الإعلام الرقمي.

وعند البحث عن إجابة لسؤال لماذا أصبح التزييف العميق مقبولاً على نطاق واسع من قبل مستخدمي الإنترنت والشبكات الاجتماعية والمنصات عبر الإنترنت؟ حددت دراسة (Caldera, 2020) من الولايات المتحدة الأمريكية، ثلاثة عوامل للإجابة على هذا التساؤل: وهي، (١) التصور المقنع والدعم السمعي، (٢) التوزيع على نطاق عالمي، (٣) استحالة وجود حدود واضحة بين الصواب والخطأ. وقد أشارت الدراسة، أن عمليات التزييف العميق قد تقدمت لدرجة أنه لا يمكن تمييزها تقريباً عن مقاطع الفيديو الأصلية، وباستخدام مزيج من الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي، ستستمر التكنولوجيا الكامنة وراءه في التقدم؛ مما يؤدي لحدوث مشاكل أخلاقية كثيرة، منها،

انتهاك الخصوصية، وانتشار المقاطع الإباحية المزيفة سواء أكانت للمشاهير أم الأفراد العاديين، والمعروف أيضًا باسم «الإباحية غير الطوعية» involuntary porn أو «المواد الإباحية غير الرضائية» nonconsensual pornography، والتي تتضمن «توزيع صور أو مقاطع فيديو جنسية صريحة لشخص آخر دون موافقة الفرد أو علمه»، فضلاً عن إمكانية إنشاء مثل هذا المحتوى بشكل بسيط ومجاني في الغالب، تعد عاملاً مهماً أيضاً في التوزيع الواسع النطاق. وهو الأمر الذي تناولته أيضاً، دراسة (Kietzmann et al., 2020)، للباحثين من دول الاتحاد الأوروبي وبريطانيا، وقد تم طرح الإشكالية الأخلاقية للتزييف العميق المتمثلة في الأصوات الشهيرة التي يثق بها المستخدمين في وسائل الإعلام الرقمية، فتوليف المقاطع المرئية والمسموعة تمثل البعد الأكثر أهمية الذي يميز التزييف العميق عن غيرها من المعلومات المضللة من حيث المصادقية وكثافة التأثير على الجمهور، ما يجعله خطيراً بشكل خاص؛ لأنه يستغل ضمناً الميل البشري الطبيعي للاعتماد على الإدراك من خلال حاسني البصر والسمع، وتم وضع نموذج R.E.A.L. كإطار عمل لإدارة مخاطر التزييف العميق، والمتمثل في: تسجيل المحتوى الأصلي لضمان عدم الإنكار، وكشف التزييف العميق مبكراً، والدعوة إلى الحماية القانونية، والاستفادة من الثقة بشكل إيجابي لمواجهة سوء الاستخدام. وفي سياق متصل، اتفقت دراسة كلا من (Chesney and Citron, 2019)، و(Baccarella et al., 2018)، أنه على الرغم من الفوائد التي ستوفرها تقنية التزييف العميق في بعض المجالات، إلا إنها ستضر بالمجتمع، وتقوض الصحافة الرقمية بشكل خاص مما سيؤدي إلى خسائر كبيرة، فالتزييف العميق يزيد من أخطار ظاهرة الأخبار المزيفة بطريقة درامية، وعلى صعيد وسائل التواصل الاجتماعي ينتج عن استخدام تلك التقنية نتائج غير مرغوب فيها، مثل التمر الإلكتروني، والتحرش الإلكتروني، وإساءة استخدام الخصوصية.

وفي إطار متصل، ولكن على صعيد الدول العربية، تناولت دراسة (عبد الفتاح، ٢٠١٩)، من مصر، مفهوم الخصوصية في البيئة الرقمية، والعوامل التي تهددها وتندر بانقراضها، عبر تحليل التحولات الضاغطة على خصوصية الأفراد في المجال الافتراضي، والتحديات التي باتت تواجه خصوصية البيانات؛ بما يؤسس لمفهوم الانكشاف المعلوماتي، وكيفية مقاومة انتهاك الخصوصية على الصعيد التقني والقانوني والسياسي، من خلال مسح الأدبيات المرتبطة بالخصوصية الرقمية والانكشاف المعلوماتي. وفيما يخص الخصوصية الرقمية وعلاقتها بالذكاء الاصطناعي، باعتبارها أبرز الإشكاليات الأخلاقية في الإعلام الرقمي، تناولت دراسة (كمال، ٢٠٢٢)، موضوع حماية الخصوصية الرقمية البيومترية لدى مستخدمي تطبيقات التزييف العميق، والتي تتمثل خطورتها فيما تتطلبه من جمع وتخزين سمات (بيومترية) حيوية مختلفة مثل: الوجه، وقزحية العين، وبصمات الأصابع؛ مما أدى لاختراق الخصوصية لمستخدمي تلك التطبيقات. وتم التطبيق على عينة من قوامها (٣٩٠) طلبة الجامعات المصرية، كما تم تطبيق مقياس دافع حماية الخصوصية، والذي يشير إلى الإجراءات المستخدمة لتجنب سرقة المعلومات الشخصية والحيوية الحساسة، مع تطبيق الأبعاد الفرعية الخمسة للمقياس: (الشدة المدركة، والقابلية للتأثير المدركة، والكفاءة الذاتية، وفعالية الاستجابة، والمكافآت)، وفقاً لنظرية دافع الحماية PMT، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن عوامل انتشار تطبيقات التزييف العميق -بين الطلاب- جاءت بسبب مجانية التطبيقات، وسهولة الاستخدام، وأن أبرز الدوافع لاستخدام تطبيقات التزييف العميق، تمثلت في، استخدام التطبيقات بغرض الترفيه والمحاكاة الساخرة، والأغراض الإجرامية، والابتزاز، وأغلبها دوافع غير أخلاقية. وفي سياق متصل، هدفت دراسة (العثماني، ٢٠٢١)، من الإمارات العربية المتحدة، التعرف على

التداعيات السلبية لتقنية التعرف على الوجه والخصوصية الرقمية والحريات الفردية، وربط الأنظمة البيومترية باستخدام الخصائص الفسيولوجية الفريدة، وأشارت النتائج أن مخاطر تقنيات التزييف العميق وتطبيقات التعرف على الوجه تكمن في إمكانية سرقة البيانات الحيوية، والتحيز العرقي، وانتهاك الخصوصية.

وبالرجوع للصين والولايات المتحدة الأمريكية، أضافت دراسة (Chen, et al., 2022) بُعداً جديداً إلى معضلة الخصوصية، وهي أن الإشارات الفسيولوجية مثل: ضربات القلب والتنفس يمكن التقاطها عن بعد من الوجوه البشرية باستخدام كاميرا ملونة عادية تحت الضوء المحيط. ويمكن استخدام هذه التقنية، التي يشار إليها باسم التصوير الضوئي عن بُعد (rPPG)، لجمع الحالة الفسيولوجية للمستخدمين الذين يقفون أمام الكاميرا. ولتجنب إساءة استخدام تقنية rPPG للخصوصية، طورت هذه الدراسة ما يسمى PulseEdit، وهي خوارزمية جديدة وفعالة يمكنها تعديل الإشارات الفسيولوجية في مقاطع فيديو الوجه دون التأثير على المظهر المرئي، وبالتالي حماية الإشارة الفسيولوجية للمستخدم من التعرض للكشف. وأظهرت النتائج التجريبية أن PulseEdit يمكنه تحرير الإشارات الفسيولوجية في مقاطع فيديو الوجه بشكل فعال ومنع قياس معدل ضربات القلب بناءً على تقنية rPPG. من الممكن استخدام تلك التقنية في سيناريوهات الحماية ضد خوارزميات الأمان المرئية، واكتشاف التزييف العميق، كما تظهر القدرة على التحايل على خوارزميات الأمان المرئية ودورها المهم في دعم تصميم الأنظمة المقاومة للهجوم على خصوصية المستخدمين. واعتمدت دراسة (Bode, 2021)، من أستراليا، على دراسة الحالة لاكتشاف التزييف العميق على فيديو قصير مدته حوالي ٣ دقائق، وتم نشره عبر قناة يوتيوب (YouTube (VFX، والذي بدوره انتشر بسرعة من قبل المستخدمين عبر الفيسبوك وتويتر. حيث أشارت التعليقات على الفيديو، أن الغالبية العظمى من المشاهدين لم يدركوا أنه مفبرك؛ نتيجة استخدام تقنية التزييف العميق. وهدفت هذه الدراسة أن تكون نقطة انطلاق لدراسة أكبر ستعمل في نهاية المطاف على رسم خريطة لأنواع الوسائط الرقمية التي تم التلاعب بها عبر الإنترنت، والاهتمام بأبعادها الجمالية والأخلاقية والثقافية. واتفقت معها دراسة (Agarwal & Lim, 2020) من الولايات المتحدة الأمريكية، حول خطورة المحتوى المفبرك لمثل هذه الصور ومقاطع الفيديو المضللة، ومع الاستخدام الواسع النطاق للهواتف المحمولة أصبحت تقنيات التحقق البيومترية شائعة في العالم، وتكمن خطورتها بشكل أساسي في تخزين البيانات الحيوية الحساسة مثل: بصمات الأصابع، وقزحية العين، مما يهدد خصوصية الجمهور المستخدم. وهو نفس الأمر الذي هدفت إليه دراسة (Kwok, 2021) من ماليزيا، من خلال الإشارة لمخاطر الاستخدام الضار لمقاطع الفيديو المزيفة العميقة في عمليات الاحتيال والخداع، وإساءة استخدام البيانات البيومترية، والتطورات السريعة في تقنية التزييف العميق، وتأثيرها المحتمل على انتحال الشخصيات الحقيقية.

وفيما يخص العلاقة بين أخلاقيات الصحافة والأخبار المزيفة، مع تقنية التزييف العميق، أشارت دراسة (Temir, 2020)، من تركيا، أنه أصبح من السهل حتى على المستخدمين العاديين عرض الأخبار كما لو أن شخصاً ما قال شيئاً لم يقله أو ذهب إلى مكان لم يزره من قبل. واستخدمت الدراسة طريقة التحليل الوصفي، حول المشكلات الاجتماعية العامة التي تسببها تقنية التزييف العميق، وكيف أن الصحافة الموثوقة معرضة لخطر الاختفاء إذا لم يتم اتخاذ تدابير سريعة وفعالة حيال تلك التقنيات. وهو الأمر الذي تناولته أيضاً دراسة (Wahl-Jorgensen &)

(Carlson, 2021) حول تقنية «التزييف العميق» ومستقبل للأخبار المزيفة في بريطانيا والولايات المتحدة الأمريكية، والتي تمت على مدار ١٨ شهراً من ١ يناير ٢٠١٨، حتى ١ يوليو ٢٠١٩ عندما أظهر بحث Google Trends أن المصطلح بدأ ينتشر لأول مرة، بعد وقت قصير من تغيير فيديو نانسي بيلوسي، رئيس مجلس النواب الأمريكي، والمتداولة عبر مواقع التواصل الاجتماعي. واستناداً إلى تحليل موضوعي شامل لقصص إخبارية باللغة الإنجليزية حول هذا الموضوع، مأخوذة من Nexis UK، قد أشارت نتائج الدراسة، أن الردود الصحفية على التزييف العميق كشفت عن مخاوف أعمق حول مستقبل بيئة المعلومات ودور الصحافة في هذه البيئة، وهذه المخاوف، من أن الطبيعة السمعية البصرية للتزييف العميق تجعلها أكثر تصديقاً من أشكال الأخبار المزيفة الأخرى، مما تؤدي إلى مخاوف بشأن التسليح الوشيك للتزييف العميق من قبل «جهات فاعلة سيئة» لديها الموارد والإمكانات. كما أن مصداقية المحتوى الإعلامي ودور الصحفيين في تقديم محتوى تم التحقق منه للجمهور، أصبحت على المحك. وأهمية تسليط الضوء على الالتزام بالمعايير الصحفية والمهنة للصحافة كحصن ضد التفتيق والدفاع عن الحقيقة.

ومن جنوب إفريقيا، تناولت دراسة (Bert & Mbinjama-Gamatham, 2020) تقييم الجانب المظلم للتكنولوجيا في المجتمع المعاصر - وخصوصاً الأفريقي، وتحديدًا في سياق الأفعال البغيضة في الفضاء الافتراضي للإنترنت، على سبيل المثال ما يُعرف باسم «الإباحية المزيفة»، والتي يتم تداولها في شكل فيديوهات، عن طريق إنشاء مقاطع فيديو إباحية مع تطعيم وجوه «المشاهير» بأجساد الممثلين الإباحيين، مما يشكل معضلة أخلاقية خطيرة تتعلق بالخصوصية. وطرح نتائج الدراسة تساؤلات مستقبلية حول ما الشروط التي يجب أن تفي بها (مدونة) الأخلاقيات الإلكترونية لتكون قادرة على التأثير بشكل كبير على سلوك المستخدمين عبر الإنترنت « بشكل معقول » لتحقيق الانخفاض في معدلات الجريمة والإساءة الإلكترونية. وافترضت الدراسة أن الإجابة على هذا التساؤل مستمدة من نظرية أخلاقيات الخطاب والفعل التواصلية عالم متعدد الثقافات، لوضع الأساس لأخلاقيات الإنترنت.

وعلى صعيد آخر، واهتمت دراسة (Gerguri & Jahiri, 2018) من كوسوفو، بموضوع انتهاك الصحافة الإلكترونية للخصوصية الفردية للسياسيين في كوسوفا، بالتطبيق على معالجة وسائل الإعلام الإخبارية عبر الإنترنت لنشر صورة بالأشعة السينية تظهر مناطق بالجسم لنائبة معارضة بالبرلمان، وأوضحت الدراسة أن قضية الخصوصية عبر الإعلام الرقمي تظل أكبر مشكلة أخلاقية تواجه الصحفيين - ليس فقط في كوسوفو، ولكن على المستوى العالمي أيضاً. كما اعتمد الإطار النظري للدراسة على نظرية الخصوصية، واعتمد الإطار المنهجي على دراسة الحالة وأداة تحليل المضمون للأخبار المنشورة في موقعين إخباريين في كوسوفا خلال فبراير ٢٠١٦، وأوضحت أبرز النتائج، أن كل من وسائل الإعلام عبر الإنترنت قد انتهكت المبادئ الأخلاقية والخصوصية، وأنهم توقفوا عن الامتثال للنظريات الأخلاقية واللوائح القانونية وآليات التنظيم الذاتي.

وبخصوص تقنية التزييف العميق ومصداقية الإعلام الرقمي، سعت دراسة (ملح، ٢٠٢١) من العراق، إلى التعرف على تقنية التزييف العميق وأثرها على تهديد مصداقية الإعلام الإلكتروني من خلال إجراء مسح على عدد واسع من التزييف الذي جرى في المواقع الإلكترونية، وتوصلت أهم نتائج الدراسة إلى تنامي أعمال التزييف في الأخبار والصور والفيديو، مع تحديد الطرق والأدوات التي يمكن من خلالها تحديد نوع الصور والفيديوهات والأخبار المزيفة، وأظهرت

أنه أصبح ليس من الصعب اكتشاف التزييف الذي يحدث على الصورة أو الخبر أو الفيديو. وهو الأمر عينه الذي أكدت عليه دراسة (Shen & Lee, 2022)، من الولايات المتحدة الأمريكية، والتي تعد من أبرز الدراسات التجريبية التي درست كيف أثرت الموضوعات الإخبارية التي تحتوي على فيديو حقيقي أو فيديو مزيف عميقاً على مصداقية تلك الأخبار ونية مشاركتها من قبل الإعلاميين والجمهور. عندما كان هناك تطابق بين المواقف الموجودة مسبقاً ومحتوى مقاطع الفيديو، اعتقد المستخدمين أن مقاطع التزييف العميق متطابقة تماماً مع مقاطع الفيديو الأصلية، وكان لديهم نوايا أعلى لمشاركة المحتوى المزيف، مما أثار المخاوف بشأن اختيار الصحفيين خطأً مقاطع فيديو التزييف العميق كدليل سمعي بصري لتقاريرهم الإخبارية، كما تقدم هذه الدراسة أدلة على مستويات مختلفة من القابلية للتأثر بالأخبار المزيفة وأهمية التربية الإعلامية الرقمية، فيما يتعلق بالتزييف العميق الذي من شأنه أن يمنع التفكير المتحيز. وهو الأمر الذي اتفقت معه أيضاً نتائج دراسة (Sohrawardi, et. al, 2020)، بأن تأثيرات التزييف العميق الأخلاقية فيما يخص نشر الأخبار المزيفة له آثار تضر بمجال الأخبار، وقدمت الدراسة تصورات الصحفيين وإجراءاتهم الحالية وتوقعاتهم فيما يتعلق بهذه الأداة، للتغلب على الأخبار الزائفة واكتشاف التزييف العميق، وكذلك التعريف التقني لكيفية تصميم نظام للكشف عن مقاطع فيديو التزييف العميق التي يمكن استخدامها من قبل الصحفيين للتغلب على الإشكاليات الأخلاقية والمهنية في عرض الأخبار.

ومن أوروبا، انطلقت دراسة (Hughes, et al., 2021) من فكرة انتشار المعلومات المضللة من خلال تقنية التزييف العميق بسرعة عبر وسائل التواصل الاجتماعي والمواقع الإخبارية الإلكترونية، مما أدى إلى تحيز أحكام المستخدمين (الأخلاقية) على الأفراد والجماعات. وتم إجراء دراسة شبة تجريبية لفحص التأثير النفسي للتزييف عميق على المشاهدين، بلغ إجمالي عدد العينة ٢٠٣٣ مجوئاً، وتم تعرض المشاركون إما لمحتوى حقيقي أو مزيف عبر الإنترنت، وبعد ذلك تم قياس مواقفهم (الضمنية) ونواياهم في المشاركة. وأشارت النتائج أن تقنية التزييف العميق تسمح بسرعة وفعالية لمنشئها بالتلاعب بالتصورات العامة للهدف في كلا المحورين الإيجابي والسلبي، ولا يدرك الكثيرون أن التزييف العميق ممكن، ويجدون صعوبة في اكتشافه عندما يتعرضون له، ولا يعمل الوعي أو الاكتشاف على حمايتهم من تأثيره. ومن روسيا، هدفت دراسة Levitskaya & (Fedorov, 2020) التعرف على آليات التلاعب بوسائل الإعلام من خلال نشر الأخبار المزيفة عبر الإنترنت، وأشارت الدراسة أن أغلب المستخدمين لا يميزون بين الأخبار المزيفة وأنواع الأخبار الأخرى، من خلال استخدام تقنيات تلاعب متطورة تجمع بين معلومات موثوقة ومزيفة. وأوضحت النتائج أنه يمكن أن تستند مكافحة المعلومات المضللة إلى كل من الخوارزميات التكنولوجية (الحاسوبية) والتحليلات النوعية، وأن التربية الإعلامية الرقمية للجمهور المتلقين، يمكن أن تساهم بشكل فعال في تنمية التفكير التحليلي والكفاءة الإعلامية للفرد، وأضافت النتائج أن الأخبار المزيفة تنتشر بشكل متزايد على وسائل التواصل الاجتماعي، كما أن إخفاء الهوية على الإنترنت هو عامل تمكين رئيسي لها، وبالتالي انطلقت من الولايات المتحدة الأمريكية، دراسة (Wang, et.al, 2018) من تساؤل رئيس وهو «هل التحقق من الهوية فعال في ردع الأخبار الكاذبة؟»، حيث تم استخدام مجموعة بيانات (تمتد من عام ٢٠٠٩ إلى عام ٢٠١٦) من منصة وسائل اجتماعية واسعة النطاق، والتحقق بشكل تجريبي في تأثير التحقق من الهوية على إنشاء الأخبار المزيفة ومشاركتها. وأظهرت النتائج، أن التحقق من الهوية قد لا يردع الأخبار الكاذبة في الواقع.

وعلى صعيد آخر، في الوقت الذي يزداد فيه انتهاك أخلاقيات الإعلام الرقمي، وانتشار الأخبار والمعلومات المضللة والخاطئة، وما ينتج عن ذلك من ضرر يلحق بالمجتمع، ظهرت بعض المنصات الإلكترونية التي تحاول أن تؤدي دوراً فاعلاً في تقييم مصداقية الإعلام في الوطن العربي، في محاولة منها لتشجيع المؤسسات الإعلامية على الالتزام بمبادئ العمل الصحفي والمعايير المهنية والأخلاقية، وذلك عبر التحقق من المواد الصحفية من خلال العنصر البشري أو باستخدام بعض برامج وأدوات التحقق الإلكتروني، ومن هذا المنطلق تناولت دراسة (قطب، ٢٠٢١) التعرف على أهم الأدوار التي تقوم بها المنصات الإلكترونية المستقلة العاملة في تقييم المحتوى الإعلامي بالتطبيق على منصتي؛ «أخبار ميتر» المعنية بتقييم المواقع الإعلامية، «ومنصة ده بجد؟» المعنية بتقييم المحتوى عبر صفحات التواصل الاجتماعي، والتعرف على آلية ومنهجية التقييم التي تستخدمها كلتا المنصتان. وأظهرت النتائج أن فريق «أخبار ميتر» يُقيّم محتويات خبرية منتقاة من المواقع الإعلامية العشرة الأعلى قراءة في مصر، عن طريق الإجابة على مجموعة من (١٩ سؤالاً) تمثل المعايير الواجب توافرها في أي محتوى إعلامي، التي يتم استخلاصها من موثيق الشرف الإعلامي على المستويين المحلي والدولي. أما فريق المنصة الإلكترونية «ده بجد؟»، فإن يقيم المحتوى من خلال التحقق من النصوص والتحقق من الفيديو، ثم عمل تصميم يضم المنشور الخاطئ وجواره المنشور الصحيح (باللونين الأخضر والأحمر) مع نشر تاريخ كل منهما، وذكر المصادر التي تم الوصول إلى حقيقة التدوين من خلالها، ووضع روابط للمصدر الذي كان مصدر المعلومة الخاطئة تحت عنوان «مين نشر الإشاعة».

أما على مستوى الدول الأوروبية، فقد هدفت دراسة (Paolo, 2020)، إلى الخروج من دائرة أخلاقيات الصحافة التقليدية إلى ممارسات التدقيق للمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني، وتحديد معايير إدارة المحتوى في مكافحة المعلومات المضللة التي تمارسها المنصات الرقمية، بموجب خطة عمل الاتحاد الأوروبي ضد المعلومات المضللة ومدونة قواعد الممارسة الأخلاقية والمهنة، مما يشكل تحولاً في إدارة محتوى وسائل الإعلام الإخبارية الرقمية. وأشارت أبرز النتائج، أن وجود منصات رقمية مصممة للتحقق من المعلومات ودقتها، يؤثر على كيفية توزيع المحتوى الإخباري على الجمهور، وبالتالي على حرية وسائل الإعلام. وأن هذا المحور يوفر فرصة فعلية لتحسين جودة الأخبار والحق في تلقي المعلومات.

ثالثاً: رؤية نقدية ومؤشرات كمية للدراسات العربية والأجنبية في أخلاقيات الإعلام الرقمي:

تم تحليل الدراسات السابقة العربية والأجنبية، وعددها (١١٥) دراسة من خلال عدد من الفئات التحليلية، تحددت في: تخصص الدراسة، وسنة النشر، وبلد إجراء الدراسة، ووعاء النشر، ونوع الدراسة، والمنهج المستخدم، وأداة الدراسة، والإطار النظري المستخدم، وموضوعات الدراسة، على النحو التالي:

١- تخصص الدراسات:

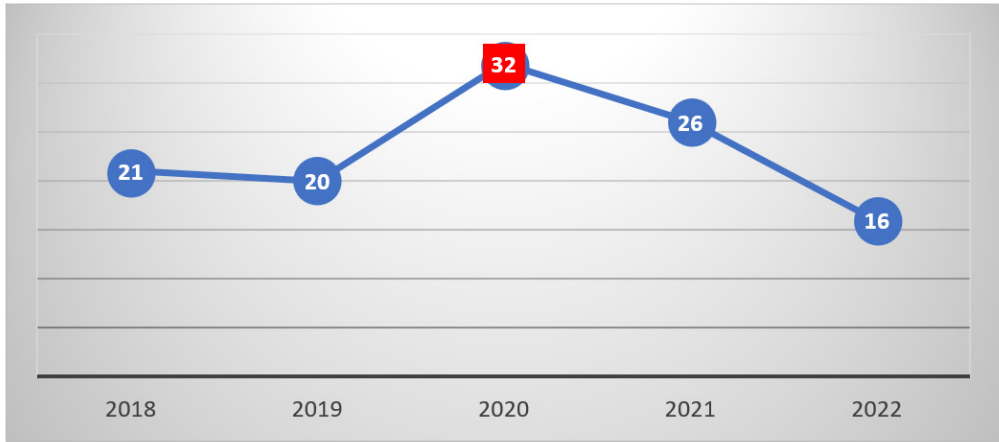
جدول رقم (٣) تخصص الدورات الخاصة بدراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي

النسبة المئوية	التكرارات	التخصص
٦٦,١	٨٠	علوم الإعلام والاتصال الرقمي
١١,٦	١٤	القانون والتشريعات
٦,٦	٨	الأمن المعلوماتي ونظم المعلومات
٤,١	٥	علم النفس المعرفي والتجريبي
٣,٣	٤	إدارة الأعمال
٢,٥	٣	العلوم الإسلامية والحضارة والتاريخ
٢,٥	٣	التكنولوجيا والابتكار
١,٧	٢	العلوم السياسية والأمنية
٠,٨	١	الدراسات المستقبلية
٠,٨	١	السياحة
	* ١٢١	الإجمالي

تتوعدت مجالات الدراسات التي اهتمت بأخلاقيات الإعلام الرقمي، وكانت النسبة الأكبر من هذه الدراسات في تخصص علوم الإعلام والاتصال الرقمي بنسبة بلغت ٦٦,١٪، بواقع (٨٠) دراسة من إجمالي عدد الدراسات، ثم ظهر تخصص القانون والتشريعات بنسبة ١١,٦٪، بواقع (١٤) بحثاً علمياً، بفارق نسبي كبير بلغ ٥٤,٥٪، حيث تطرقت هذه الدراسات لأخلاقيات الإعلام الرقمي من المنظور القانوني، ونصوص القوانين والمدونات الأخلاقية المنظمة للعمل الإعلامي داخل الدول، والعقوبات المفروضة في حال المخالفة، وأطر مكافحة الجرائم وتقنيات المعلومات، مثل دراسات: (عيساني، ٢٠١٨)، و (Prapawong, 2018)، و (علال، ٢٠١٨)، و (سلامن، ومهنى، ٢٠١٩)، و (Karink, 2021)، و (Bayer, et. al, ٢٠٢١)، و (البشير، وتوني، ٢٠٢٢). ثم جاءت الدراسات المختصة بالأمن المعلوماتي ونظم المعلومات بنسبة ٦,٦٪ من إجمالي عدد الدراسات، بواقع ٨ دراسات، وارتبطت هذه البحوث بتناول التقنيات الحديثة التي تمكن الأفراد والدول من انتهاك الخصوصية الرقمية للمستخدمين للمنصات الرقمية والإعلامية، مثل تقنية التزيف العميق، والسياسات السيبرانية، مثل دراسات: (Westling, 2019)، و (Mutua & Yanqiu, ٢٠٢١)، وتناول عدد محدود من الدراسات مجال علم النفس المعرفي والتجريبي، بنسبة ٤,١٪ بواقع (٥) دراسات مثل، دراسة (Pennycook & Raud, 2019)، و (Cheng&Mugari, 2020). بينما جاءت تخصصات الدراسات المستقبلية والسياحة، بشكل محدود للغاية، بواقع دراسة لكل منهما

بنسبة (٨,٠٪)، مثل دراسة (عبد الفتاح، ٢٠١٩)، والتي تناولت مفهوم الانكشاف المعلوماتي، وكيفية مقاومة انتهاك الخصوصية على الصعيد التقني والقانوني والسياسي مستقبلاً، بينما تناولت دراسة (Kwok, 2021) في جزء منها التطورات السريعة في تقنية التزييف العميق، وتأثيرها المحتمل ليس فقط على الإعلام، وإنما أيضاً على مجال السياحة وتثير الدعوة لإجراء المزيد من الدراسات حول الاستخدامات المفيدة للتزييف العميق.

٢ - سنوات النشر:



شكل (٢) الإطار الزمني لدراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي عينة الدراسة

من خلال الشكل السابق، نجد أن هناك تباين في عدد دراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي - عينة الدراسة - ارتفاعاً وهبوطاً منذ عام ٢٠١٨م حتى ٢٠٢٢م، والتي بلغت (١٨,٣٪)، بواقع ٢١ دراسة عام ٢٠١٨م، حتى شهد ارتفاعاً عام ٢٠٢٠م، ووصلت نسبة هذه الدراسات إلى ٢٧,٢٪، بواقع ٣٢ دراسة، والتي بلغت ذروة ارتفاعها من إجمالي عدد الدراسات في مجال بحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي، بفارق نسبي بلغ ١٠,٤٥٪ عن عام ٢٠٢٠م، مما يعكس الاهتمام بدراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي، وتأكيد أهمية الظاهرة في الفترة الأخيرة مقارنةً بالأعوام السابقة، وقد يرجع ذلك إلى انتشار زيادة استهلاك الإعلام الرقمي من قبل الجمهور والقائمين بالاتصال على حدة سواء، وزيادة تبني الجمهور الدولي والإقليمي والمحلي للمنصات الرقمية والمضمون الذي تبثه، وزيادة المحتوى غير الأخلاقي وما تبعه من تداعيات وإشكاليات كبيرة في الاستخدام، وكيفية العمل على ضبط البيئة الإعلامية عبر الفضاء الافتراضي من ناحية، وتحقيق المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام من جهة، وتثقيف الجمهور الجديد بما يقدم عبر تلك الوسائل الرقمية، مما زاد اهتمام الباحثين بإجراء المزيد من الدراسات حول موضوعات أخلاقيات الإعلام الرقمي، والاهتمام

المعروض فيها، في ظل غياب تشريعي وقانوني ملزم في كثير من الدول، وعدم وجود موثيق شرف تحكم عمل وسائل الإعلام الرقمية، بالإضافة إلى أن فترة الإغلاق الكامل خلال جائحة فيروس كورونا كانت من أهم الأسباب التي أدت إلى زيادة معدلات استخدام الإعلام الرقمي في العالم، فلم يعد قطاع الاتصالات في زمن كوفيد-١٩ يقتصر على التواصل التقليدي والبحث عن المعلومات، بل بات يشكل العمود الفقري لاستهلاك الإعلام الرقمي من قبل الأفراد والحكومات والشركات لضمان استمرارية النشاط الاقتصادي والاجتماعي في ظل التباعد الاجتماعي والإغلاق الكامل في معظم دول العالم، (الجورمازي، ٢٠٢٠)، وكذلك ازدياد الهجمات الالكترونية، والأخبار المزيفة وحالات الاحتيال الرقمي التي تستمر الذعر العام والبلبلة المحيطة بوباء كوفيد-١٩، وانتهاك الخصوصية الذاتية. وخلال العام ٢٠٢١م، ما بث أن انخفاض عدد الدراسات التي تهتم بأخلاقيات الإعلام الرقمي والعودة لمعدلاتها الطبيعية قبل العام ٢٠٢٠م، وربما عام ٢٠٢٢م لم ينته بعد، لذا، فإن عدد الدراسات الخاصة بموضوعات أخلاقيات الإعلام الرقمي قابلة للزيادة من ١٦ دراسة إلى أكثر من ذلك حتى تاريخ إعداد تلك الدراسة. ومن التتبع الزمني لموضوع الدراسة نجد هناك أهمية ملحوظة، وزيادة في أعداد تلك الدراسات كل عام بشكل متقارب إلى حد ما، نظرًا لأهمية الموضوع وظهور مشكلات بحثية جديدة في مجال الإعلام الرقمي بشكل دوري.

٣- أنواع البحوث من حيث بيئة إجرائها:

جدول رقم (٥) دول إجراء دراسات وبحاث أخلاقيات الإعلام الرقمي

النسبة المئوية	التكرارات	دول إجراء الدراسات
٤٩,٦	٥٧	دول عربية
١١,٣	١٣	دول أوروبا
١١,٣	١٣	دول أمريكا الشمالية
١١,٣	١٣	أكثر من دولة /قارة
٨,٧	١٠	دول آسيا
٥,٢	٦	دول إفريقيا (غير عربية)
١,٧	٢	دول أمريكا الجنوبية
٠,٩	١	أستراليا
	١١٥	الإجمالي

يتضح من الجدول السابق، التقارب الشديد بشكل ملفت في عدد دراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الدول العربية والدول الأجنبية بفارق دراسة واحدة فقط لصالح الأخيرة، فعدد الدراسات

العربية المجمع من الوطن العربي - الدول العربية، هي: مصر، الجزائر، الإمارات، العراق، السودان، السعودية، اليمن، تونس، سوريا، فلسطين، الكويت، المغرب، قطر، ليبيا، الأردن - بلغت (٥٧ دراسة) بنسبة ٤٩٪، من إجمالي عدد الدراسات، وتصدرت الدراسات في مصر والجزائر، والعراق، والإمارات الصدارة في بحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي، على التوالي، أما بخصوص إجمالي عدد البحوث المجمع من الدول الأجنبية التي أجرت دراسات وبحوث في هذا المجال؛ بلغت (٥٨ دراسة) بنسبة بلغت ٥١٪، وتصدرت دول أوروبا - الدول الأوروبية، هي: بريطانيا، ألمانيا، التشيك، النرويج، السويد، روسيا، إيطاليا، البوسنة، فرنسا، إيرلندا، تركيا، هولندا، كوسوفو، إسبانيا، بلجيكا - وأمريكا الشمالية والتي تمثلت في دولة الولايات المتحدة الأمريكية فقط، والدراسات جمعت بين أكثر من دولة أو قارة صدارة تلك الدراسات، بعدد (١٣) دراسة بنسبة ١١,٣٪ لكل منهما، بإجمالي (٣٣,٩٪)، ومن أبرز الدراسات التي جمع بين أكثر من قارة (دولة)، دراسة (Pennycook & Raud, ٢٠١٩) والتي طبقت على دولتي تركيا وكندا، ودراسة (Samuel & Buchanan, ٢٠٢٠)، والتي طبقت على أمريكا وبريطانيا، ودراسة (Komarova, ٢٠٢٢)، وطبقت على دولتي روسيا وبريطانيا، ودراسة (Kietzmann et al., ٢٠٢٠)، والتي طبقت على كل من بريطانيا، وكندا، وإيطاليا، وهولندا، ودراسة (Chen, et al., ٢٠٢٢)، وطبقت على دولتي أمريكا والصين، حيث تم ذلك في إطار المقارنة بين أخلاقيات وسائل الإعلام الرقمي الرقمية في أكثر من مجتمع، والمقارنة بين الأطر القانونية والتشريعية التي تخضع لها وسائل الإعلام الرقمية، مع رصد وتحليل كيفية اختراق الخصوصية من خلال تقنية التزييف العميق في كثير من الدول، ومدى تأثيرها على أخلاقيات الإعلام الرقمي والمستخدمين.

تلته الدراسات التي أجريت في دول آسيا - الدول الآسيوية، وهي: الهند، الصين، تايلاند، إندونيسيا، بنجلاديش، سنغافورة، ماليزيا - بعدد (١٠) دراسات بنسبة ٨,٧٪، وأخذت دراسات دولة الهند تليها الصين الصدارة، ثم الدراسات التي أجريت في الدول الإفريقية - لا تشمل الدول العربية وهي: كينا، نيجيريا، جنوب إفريقيا، زيمبابوي - بواقع (٦) دراسات، بنسبة ٥,٢٪، وتصدرت دولتي جنوب إفريقيا ونيجيريا تلك الدراسات، ثم دول أمريكا الجنوبية بواقع (٢) دراستين، شملت دراسة في المكسيك والأخرى شملت كل دول القارة الجنوبية، بنسبة (١,٧٪)، وأخيرا دول أستراليا بواقع عدد (١) دراسة، بنسبة (٠,٩٪).

ومن واقع الأرقام السابقة، نجد أن كل قارات العالم ممثلة، من حيث تطبيق دراسات حول أخلاقيات الإعلام الرقمي؛ نظرا لأهمية هذا الموضوع، وإن كان تركيز موضوعات مثل القوانين ومواثيق الشرف الخاصة بالإعلام الرقمي شغلت أكثر دول قارات (إفريقيا، وآسيا، والوطن العربي) بشكل كبير، بينما شغلت الموضوعات المتعلقة القضايا الأخلاقية والتقنيات الحديثة التي تخترق خصوصية الجمهور المستخدمين للإعلام الرقمي دول قارة (أمريكا الشمالية، وأوروبا) بشكل أكبر.

٤- وعاء النشر:

جاءت أغلب البحوث التي وجدتها الباحثة في إطار أخلاقيات الإعلام الرقمي، منشورة في مجلات علمية محكمة، وعدد قليل للغاية منشور في مؤتمرات علمية دولية، ولم يتم الاستعانة بأي رسائل للمجستير سواء أكانت منشورة أو غير منشورة تتناول ذات الموضوع.

٥- نوع الدراسات:

جدول رقم (٥) نوع دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي حسب دول الإجراء

الدول النوع	عربية	أوروبية	أمريكا	أمريكا	آسيا	إفريقيا	أستراليا	أكثر من دولة	%
دراسات وصفية	٥٦	١٢	١١	٢	٩	٦	٠	١٢	٩٣,٩
دراسات تجريبية	٠	١	٢	٠	٠	٠	١	١	٤,٣
دراسات استكشافية	١	٠	٠	٠	١	٠	٠	٠	١,٧
الإجمالي	٥٧	١٣	١٣	٢	١٠	٦	١	١٣	١٠٠

وفقاً للجدول السابق، جاءت الدراسات الوصفية في الترتيب الأول بين دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي بنسبة (93.9%) بواقع 108 دراسة، بينما جاء في الترتيب الثاني بفارق كبير الدراسات التجريبية بنسبة بلغت (4.3) % بواقع 5 دراسات، وهي، دراسة، (Chen, et al., 2022)، و (Agarwal & Lim, 2020)، و (Bode, 2021)، و (Chen & Lee, 2022)، و (Sohrwardi et al. 2020)، و (Hughes , et al., 2021)، وهي دراسات تمت في دول غير عربية، وهي أمريكا والصين وأستراليا، وإيرلندا، والتي تركزت كلها في المحور الرابع للدراسات محل الدراسة، في حين بلغت نسبة الدراسات الاستكشافية التي تهتم باستكشاف ظاهرة معينة (1.7%) بواقع دراستين فقط والتي جاءت في الترتيب الثالث، وهما دراستي (جدي، ٢٠١٨)، و (Kwok, 2021)، والتي تم إجرائهما في دولتي الجزائر، وماليزيا.

ويتضح من البيانات، تزايد الدراسات ذات الطابع الوصفي مقارنة بالدراسات الاستكشافية والتجريبية، حيث اعتمدت الدراسات العربية والدراسات الأجنبية على الدراسات الوصفية، بما يتناسب مع طبيعة العلوم الاجتماعية والظواهر الاجتماعية، ويشير ذلك إلى انتقاد كثير من الدراسات للبعد التفسيري وتوقفها عند مرحلة الوصف فحسب، وانفردت الدراسات الأجنبية بالدراسات التجريبية؛ وهو ما يشير للحاجة إلى إيلاء المزيد من الاهتمام للدراسات التجريبية حول أخلاقيات الإعلام الرقمي سواء أكانت العربية أم الأجنبية على حدة سواء، خاصة في المسائل التقنية التي أثرت على أخلاقيات المحتوى الرقمي بشكل كبير.

٦- مناهج وأساليب الدراسات:

جدول رقم (٦) مناهج وأساليب دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي

الدول المنهج	عربية	أوروبية	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	إفريقيا	أستراليا	أكثر من دولة	المجموع	%
المسح	٤٤	٨	٦	١	٤	٤	٠	٤	٧١	٦١,٧
أكثر من منهج	٦	٢	٢	٠	٣	٢	١	٦	٢٢	١٩,١
تحليل المستوى الثاني	٦	٠	١	٠	٣	٠	٠	٠	١٠	٨,٧
المقارن	١	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٢	٧	٦,١
التجريبي	٠	٠	٣	٠	٠	٠	٠	١	٤	٣,٥
دراسة الحالة	٠	٠	١	٠	٠	٠	٠	٠	١	٠,٩
الإجمالي	٥٨	١٣	١٢	٢	١٣	٦	١	١٣	١١٥	١٠٠

يعكس الجدول السابق، تنوع المناهج والأساليب التي اعتمدت عليها بحوث ودراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي؛ فجاء في المرتبة الأولى منهج المسح بنسبة (٦١,٧%) بواقع ٧١ دراسة من إجمالي عدد الدراسات، ويتفق ذلك مع تخصص أغلب الدراسات في مجال الإعلام، حيث تعتمد البحوث العلمية في دراسة الظواهر الإعلامية على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني في إطار دراسة مضمون الوسيلة الإعلامية وجمهورها. وجاء في الترتيب الثاني، استخدام أكثر من منهج بنسبة (١٩,١%)، بواقع ٢٢ دراسة، تضمنت أغلبها استخدام منهج المسح مع المنهج المقارن، مثل دراسة (نجاعي وجفافة، ٢٠٢٢)، و(حسن، ٢٠١٨)، و(كتاكت، ٢٠٢٢)، و(مهيرة، ٢٠١٨)، (ربيع، ٢٠٢١). وكذلك ومنهج دراسة الحالة مع منهج المسح، مثل دراسة (Wang & Siau, 2018)، و(Gerguri & Jahiri, 2018)، و(Bakir & Mcstay, 2018)، ومنهج المسح ودراسة الحالة والتجريبي كما في دراسة (Bode, 2021).

وجاء منهج التحليل من المستوى الثاني Meta-Analysis في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (٨,٧%)، بواقع ١٠ دراسات، والتي جاءت لرصد أبرز التحولات والتطورات في أخلاقيات الإعلام الرقمي، مع تقدم رؤية نقدية للأطر التنظيمية والتشريعية والضوابط الأخلاقية لوسائل الإعلام الرقمية في كثير من الدول، كما في دراسة (Papawong, 2018)، و(Mutua & Yanqiu, 2021)، (Kaur, 2020)، و(على، ٢٠٢١). وظهر المنهج المقارن في المرتبة الرابعة بنسبة (٦,١%)، بواقع ٧ دراسات مثل دراسة (Campo & Domínguez, 2020)، و(paolo, ٢٠٢٠)، و(Monti, ٢٠١٩)، وقدمت تلك الدراسات في إطار المقارنة بين مواثيق الشرف الإعلامية الأخلاقية في دول أمريكا اللاتينية، وتحديد مدى صلاحية المدونات الأخلاقية بتلك الدول بصفتها ومحتواها الحالي لتكون بمثابة دليل مرجعي للأخلاقيات للمتخصصين في الإعلام الرقمي، والمقارنة بين

تأطير المحتوى الصحفي الإلكتروني، ومعايير إدارة المحتوى في مكافحة المعلومات المضللة التي تمارسها المنصات الرقمية، ومدونة قواعد الممارسة الأخلاقية والمهنة، في دول الاتحاد الأوروبي. وتم استخدام المنهج التجريبي بنسبة (٣,٥%)، بواقع ٤ دراسات، منها، دراسة (Wang, et al., 2018)، من خلال التحقق بشكل تجريبي في تأثير التحقق من الهوية على إنشاء الأخبار المزيفة ومشاركتها عبر الإعلام الرقمي، ودراسة (Hughes, et al., 2021)، والتي تم إجراء دراسة شبة تجريبية لفحص التأثير النفسي للتزييف العميق على المستخدمين لوسائل الإعلام الرقمية. وقد يفسر قلة إجراء الدراسات التجريبية، صعوبة اتخاذ الإجراءات المنهجية وضبطها في الدراسات التجريبية. وجاء في المرتبة الأخيرة، استخدام منهج دراسة الحالة، والتي جاءت في دراسة واحدة فقط بنسبة (٠,٩%)، وهي دراسة (Medzini, 2022)، حيث اعتمدت الدراسة على دراسة حالة الفيسبوك كأحد أشهر شبكات التواصل الاجتماعي، والتعرف على كيفية تنظيم الفيسبوك لنفسه ذاتيًا.

نستخلص مما سبق، تنوع المناهج والأساليب المنهجية المستخدمة في دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي، والاعتماد بشكل أكبر على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وقلة الاعتماد على المناهج الأخرى، مما يستدعي إجراء مزيد من الدراسات باستخدام كل من المنهج التجريبي والمقارن، ودراسات الحالة؛ لفهم الظاهرة ودراستها بشكل أعمق.

٧- أدوات الدراسات:

جدول رقم (٧) أدوات دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي

الدول الأدوات	عربية	أوروبية	أمريكا الشمالية	أمريكا الجنوبية	آسيا	إفريقيا	أستراليا	أكثر من دولة	المجموع	%
تحليل المضمون	٣٣	١٠	٨	٢	٩	٣	١	١٠	٧٦	٦٦,١
الاستبيان	٢٣	١	٢	٠	١	٠	٠	٠	٢٧	٢٣,٥
الاختبارات	٠	١	٤	٠	٠	٠	١	٣	٩	٧,٨
تحليل الخطاب	٢	١	١	٠	٠	١	١	١	٧	٦,١
مقابلات متعمقة	٣	٠	١	٠	٠	٣	٠	٠	٧	٦,١
الملاحظة	٣	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٠	٣	٢,٦
الإجمالي	٦٤	١٣	١٦	٢	١٠	٧	٣	١٤	١٢٩	١٠٠

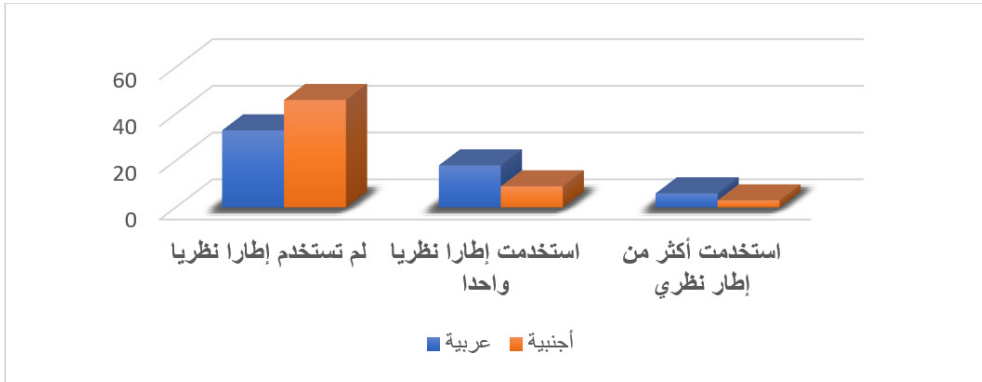
يلاحظ من الجدول السابق أن مجموع التكرارات (ن=١٢٩)، والذي يمثل عدد أدوات جمع البيانات التي استخدمتها الدراسات التي رجعت إليها الباحثة، جاء أكبر من حجم العينة (ن=١٥)، والتي تمثل العدد الفعلي لعينة الدراسات التي تناولت أخلاقيات الإعلام الرقمي، وذلك يرجع إلى أن هناك بعض الدراسات قد استخدمت أكثر من أداة بحثية.

كما يتضح، تنوع الأدوات المستخدمة في دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي؛ تصدرها أداة تحليل المضمون بنسبة (٦٦,١٪)، بعدد ٧٦ دراسة، ثم أداة الاستبيان بنسبة (٢٣,٥٪) بواقع ٢٧ دراسة، ويتفق ذلك مع ارتفاع نسبة اعتماد الدراسات على منهج المسح بشقيه التحليلي والميداني، في كل الدول عينة الدراسة.

كامل اعتمدت دراسات أخرى على أدوات تجريبية مثل عقد الاختبارات، بنسبة (٧,٣٪)، بعدد ٩ دراسات، ولا نجد منها أي دراسة عربية، وجاء أغلبها في دولة أمريكا، واعتمدت بعض الدراسات على أداة تحليل الخطاب، بنسبة (٦,١)، بواقع ٧ دراسات في كل الدول باستثناء دول أمريكا الجنوبية وآسيا، ونفس النسبة ذهبت لأداة المقابلات المتعمقة بنسبة (٦,١)، بعدد ٧ دراسات، والتي تركزت بشكل أساسي في الدراسات العربية والإفريقية، وجاءت أداة الملاحظة في المرتبة الأخيرة، بواقع ٣ دراسات تشكل (٢,٦٪) من إجمالي الدراسات وجميعها دراسات عربية.

ورغم تنوع أدوات دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي، يلاحظ بشكل عام ارتفاع نسبة الاعتماد على أداة تحليل المضمون في تلك الدراسات بمختلف الدول عينة الدراسة، مما يستلزم التركيز بشكل أكبر على الأدوات البحثية الأخرى في إطار المحاولة لفهم كافة أبعاد الظاهرة والوصول إلى تفسيرات أكثر عمقاً.

٨- الإطار النظري للدراسات:



شكل (٣) مدى توفر إطار نظري في البحوث محل الدراسة

استخدمت بعض الدراسات أطراً نظرية محددة، وجمعت دراسات أخرى بين أكثر من نظرية، في حين لم تستخدم بعضها أي أطر نظرية، ويشير الشكل السابق، على مستوى الدراسات الأجنبية، إلى أن العدد الأكبر منها (٤٨) دراسة لم تستخدم أي إطار نظري، بينما (٧) دراسة استخدمت إطارا نظريا واحدا، في حين استخدمت (٣) دراسات فقط مدخل تكاملي من أكثر

من إطار نظري، بإجمالي بلغ (١٠) دراسات استخدمت أطر نظرية، أما على مستوى الدراسات العربية، فإن العدد الأكبر أيضًا لم يستخدم إطارًا نظريًا وبلغ عددها (٣٣) دراسة، في حين استخدمت (١٨) دراسة إطارًا نظريًا واحدًا، في حين استخدمت (٦) دراسات أكثر من إطار نظري، بإجمالي بلغ (٢٤) دراسة استخدمت أطر نظرية، وبلغ إجمالي عدد الدراسات العربية والأجنبية التي استخدمت أطر نظرية من إجمالي عينة الدراسات (٣٤) دراسة، ويوضح الجدول التالي أبرز الأطر النظرية التي تم الاستعانة بها في تلك الدراسات، والتي تنوعت ما بين نظريات علمية ونماذج تطبيقية، على النحو التالي:

جدول (٨) الأطر النظرية المستخدمة في دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي

دراسات أجنبية		دراسات عربية		الأطر النظرية المستخدمة		
%	ك	%	ك			
٢٨,٦	٤	٥٧,١	١٦	نظرية المسؤولية الاجتماعية	نظريات	
١٤,٣	٢	٧,١	٢	نظرية أخلاقيات الخطاب		
٠,٠	٠	٣,٦	١	نظرية المجال العام		
٠,٠	٠	٧,١	٢	نظرية حارس البوابة		
٠,٠	٠	٣,٦	١	نظرية تأثير الشخص الثالث		
٠,٠	٠	١٠,٧	٣	النظرية الحتمية القيمية		
٠,٠	٠	٣,٦	١	نظرية المزاج العام		
٠,٠	٠	٣,٦	١	النظرية دافع الحماية PMT		
٧,١	١	٠,٠	٠	نظرية الخصوصية		
٧,١	١	٠,٠	٠	نظرية حوار الثقافات		
١٤,٣	٢	٠,٠	٠	نظرية الفعل التواصلي لهبرماس		
٠,٠	٠	٣,٦	١	نموذج تقبل التكنولوجيا TAM		نماذج
٧,١	١	٠,٠	٠	نموذج إدارة التزييف العميق REAL		
٧,١	١	٠,٠	٠	نموذج اختبار الانعكاسات المعرفي		
٧,١	١	٠,٠	٠	نموذج الهواه (الشخص الأول)		
٧,١	١	٠,٠	٠	نموذج التربية الإعلامية وتنظيم الإعلام MRAML		
الدراسات التي تضمنت إطارًا نظريًا (ن = ٣٤)						

ويلاحظ من الجدول السابق ارتفاع نسبة اعتماد دراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي على معطيات «نظرية المسؤولية الاجتماعية»، في الدراسات العربية والأجنبية على حد سواء، حيث بلغت نسبتها في الدراسات العربية ٥٧,١٪، بواقع ١٦ دراسة، من أبرزها دراسة (الداغر، ٢٠١٨)، و(صبيح، ٢٠١٩)، و(العشري، ٢٠٢٠)، (وقيع الله، ٢٠٢٠)، وفي الدراسات الأجنبية بنسبة ٢٨,٦٪، بواقع ٤ دراسات، ومنها، دراسة (Raisul، 2020)، و(Mbinjama-Gamatham & Bert، ٢٠٢٠)، وقد يرجع ذلك إلى ملائمة تلك النظرية بشكل كبير لموضوع أخلاقيات الإعلام بشكل كبير، وكذلك أبعاد النظرية الثلاث وهي، ما يتصل بالوظائف التي ينبغي أن يؤديها الإعلام المعاصر، وما يتصل بمعايير الأداء، وما يتصل بالقيم المهنية والأخلاقية التي ينبغي مراعاتها في العمل الإعلامي. (أبولعز، ٢٠١٨).

وبخصوص الدراسات العربية، جاء في المرتبة الثانية استخدام «نظرية الحتمية القيمية» ١٠,٧٪، بواقع ٣ دراسات، وشملت دراسات (عبد القوي، ومحمد، ٢٠٢٠)، و(شكاردة، وعيساوي، ٢٠٢١)، و(نجاعي، وجفافة، ٢٠٢٢) وبفارق نسبي كبير عن نظرية المسؤولية الاجتماعية. ورغم انخفاض نسبة استخدام نظرية الحتمية القيمية، فهي من النظريات المناسبة -العربية المنشأ- لدراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي، وتتطلب من فكرة أن «مركزية المسألة الأخلاقية» سر تطور أي مجتمع أو حضارة، ويمكن فهم «التفكك» وتعطل الفعل الاجتماعي «الفعال» في المجتمعات الانتقالية وأزمات المجتمع المعاصر، بعامل اهتزاز القيمة أو إبعادها واستبعادها من التفكير والمداولة العقلية والسلوك، أو التخلي عنها جزئياً أو كلياً، وكلما ازداد الوضع الإعلامي بعداً عن المرجعية القيمية والأخلاقية برزت الحاجة إلى الحتمية القيمية من جديد. (عزي، ٢٠١٣). كما تم استخدام بعض الأطر النظرية بشكل محدود في الدراسات العربية، مثل «نظرية حارس البوابة»، و«نظرية أخلاقيات الخطاب»، بنسبة ٧,١٪، بواقع دراستين لكل منهما، وتساوت نسبة استخدام كل «نظرية تأثير الشخص الثالث»، و«نظرية المجال العام»، و«نظرية المزاج العام»، و«النظرية دافع الحماية» **Protection Motivation Theory**، بالإضافة إلى «نموذج تقبل التكنولوجيا TAM» بواقع دراسة واحدة لكل منهم بنسبة ٣,٦٪ لكل دراسة. والملفت للنظر استخدام دراسة عربية واحدة (كمال، ٢٠٢٢) لنظرية مستحدثة وهي «نظرية دافع الحماية»، وهي تقدم أطارا واسع الاستخدام لفهم الاستجابة للمحفزات التي تقيم الأفراد من تهديد محتمل. تشمل هذه المحفزات رسائل الخوف التي تشجع الأفراد على اتخاذ تدابير وقائية أو الامتناع عن الأنشطة التي قد تضر بهم أو بالآخرين. وتتدرج هذه النظرية ضمن نظريات القيمة المتوقعة التي تفرض المواقف أو المعتقدات ستؤدي إلى سلوكيات لاحقة (Shillair، 2020).

بينما جاء نظريات المرتبة الثانية بالنسبة للدراسات الأجنبية في استخدام «نظرية أخلاقيات الخطاب» و«الفعل التواصلي» للعالم يورجن هابرماس Habermas's discourse ethics and notion of communicative action في عالم متعدد الثقافات، لوضع الأساس لأخلاقيات الإنترنت، بواقع دراستان لكل نظرية، بنسبة ١٤,٣٪ لكل دراسة، منها على سبيل المثال دراسة: (Mbinjama-Gamatham & Bert، 2020)، و(Mbinjama، 2020). وقدمت بعض الدراسات الأجنبية نماذج وأطر نظرية مستحدثة، منها «نظرية الخصوصية» في دراسة (Gerguri & Jahiri، 2018)، و«نظرية حوار الثقافات» في دراسة (Levitskaya & Fedorov، 2020)، وتم الاعتماد بشكل أكبر على النماذج النظرية أكثر في الدراسات الأجنبية، ومنها: «نموذج إدارة

التزييف العميق» (Caldera, 2020)، و «نموذج اختبار الانعكاسات المعرفي» (Pennycook & Rand, 2019)، و «نموذج الهوية» (Nilsson, 2020)، و «نموذج التربية الإعلامية وتنظيم الإعلام» (Mutua & Yanqiu, 2021)، بنسبة ٧,١٪، لكل دراسة.

ومن الملفت للنظر، استندت معظم الدراسات الأجنبية إلى أدبيات البحوث السابقة في مقارنة النتائج التي توصلت إليها، بديلاً عن استخدام أطر نظرية، وكذلك الاعتماد على بعض المدخل، والمقاربات، والمبادئ النظرية مثل، (مدخل البيئة التكاملية لوسائل الإعلام، مدخل قانوني وأخلاقي، مقارنة الواجب الأخلاقي، والمبادئ السبع للصحافة الآلية).

وبشكل عام، يلاحظ اهتمام الباحثين ببعض النظريات الإعلامية وارتفاع نسبة استخدامها في دراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي دون غيرها من النظريات الأخرى. مما يستلزم ضرورة توجيه اهتمام الباحثين والدارسين بالأطر النظرية الجديدة والمستحدثة التي تتناسب القضايا والإشكاليات الأخلاقية الجديدة التي خلفتها التقنيات الحديثة في مجال الإعلام.

٩- أجندة الموضوعات ونتائج الدراسات:

- أشارت بعض الدراسات العربية والأجنبية -في المحور البحثي الأول- لعملية تنظيم الممارسات المهنية في الإعلام الرقمي، والمقارنة بين مختلف التجارب العالمية والعربية في هذا الصدد، والتي أشارت أهم نتائجها، بوجود تباين واضح في المعايير المهنية والأخلاقية الصحافية في تفاصيلها من دولة لأخرى ومن بيئة إعلامية لأخرى، وأن التجارب العالمية لها السبق في إلزام الإعلام الرقمي بالمدونات وموثيق الشرف الأخلاقية، ووضع آليات المساءلة من خلال قانون ملزم وفعال، في دول مثل: بريطانيا، ودول الاتحاد الأوروبي، والولايات المتحدة الأمريكية، (Bayer, et al., 2021)، و(علال، ٢٠١٩). في حين أشارت بعض نتائج الدراسات التي أجرت في بيئات عربية، خاصة من مصر، والجزائر، أبرزها دراسات كلا من (سلامن، ومهنى، ٢٠١٩)، و(علال، ٢٠١٨)، و(كدواني، ٢٠٢٠)، و(البشير، وتومي، ٢٠٢٢)، و(ونس، وجرار، ٢٠٢١)، و(حسن، ٢٠١٨)، وبيئات إفريقية، خاصة كينيا وجنوب إفريقيا، ونيجيريا أهمها دراسة كلا من (Mutua & Yanqiu, 2021)، و(Mbinjama, 2020)، و(Apuke & Omar, 2021) أن القوانين موجود من الناحية النظرية، ولكنها لم تتجح في استيعاب خصوصية الإعلام الرقمي، وسماتها المميزة، ففي ظل غياب الضوابط التشريعية المنظمة للإعلام الرقمي تنتشر فوضى النشر وانتهاك الأخلاقيات، وتجاوز كل الأعراف المهنية والأخلاقية؛ الأمر الذي يتطلب تطوير معايير أخلاقية تتناسب معها. وهو الأمر الذي اتفقت أيضاً معه نتائج دراسة (Díaz & Chaparro, 2020)، التي عكست تراجعاً في الجانب التنظيمي والأخلاقي للإعلام الرقمي في دول أمريكا اللاتينية كما في الدول العربية والإفريقية. في حين اختلفت معهم نتائج دراسة (ربيع، ٢٠٢١)، من مصر، والذي أكد بشكل عام على أن الأخلاقيات التقليدية التي يلتزم بها الصحفيون في الإعلام التقليدي تبقى صالحة في مجال الإعلام الرقمي، ودراسة (عيساني، ٢٠١٨) من دولة الإمارات العربية المتحدة، والتي أشارت نتائجها التزام القائمين بالاتصال والمستخدمين للإعلام الرقمي بالمسؤولية الأخلاقية والاجتماعية؛ نتيجة لوجود تشريع قانوني ملزم وراوع. وبالتالي يمكن إيلاء المزيد من الاهتمام بالتجربة الإماراتية في مجال تنظيم القانوني والأخلاقي للإعلام الرقمي، للاستفادة من آليات التنفيذ على أرض الواقع.

- وفيما يخص دول آسيا، أشارت نتائج العديد من الدراسات، أبرزها دراسة كل من، (Kaur, 2020)، و(Karnik, 2021)، و(Svati, 2021)، و(Raina, et al., 2021)، و(Prapawong, 2018)، و(Lestari, 2019)، وجود قوانين ومواثيق شرف مهنية، في تنظيم وسائل التواصل الاجتماعي والوسائط الرقمية في كثير من الدول الآسيوية مثل سنغافورة، والصين، وكوريا، وتايلاند، والتي تراعي إلى حد ما طبيعة الوسيلة الجديدة، إلا أنه على الرغم من وجود قوانين منظمة مثل: قواعد تكنولوجيا المعلومات الذي أصدرته وزارة الإعلام في الهند عام ٢٠٢١، والذي ينظم عمل شبكات التواصل الاجتماعي، ومنصات الدفع مقابل المشاهد، وكذلك مدونة الأخلاقيات الصحفية بإندونيسيا، إلا أن نتائج الدراسات أشارت إن تلك القوانين لا تتلاءم وطبيعة العالم الافتراضي، وهو قانون موضوع بالأخص لتحجيم عمل وسائل الإعلام الرقمية، بل والسيطرة عليه، والحد من حرية الرأي والتعبير بشكل أساسي، كما أن بعض مواثيق الشرف الإعلامية لا تتناسب مع عصر الإعلام الرقمي، وإن كانت مناسبة لتنظيم الجانب الأخلاقي لممارسات الصحافة التقليدية فقط، مما يؤدي لوجود الكثير من الانتهاكات الأخلاقية.

- قدمت بعض الدراسات العربية محاولات لوضع نموذج لمدونة أخلاق لوسائل الإعلام الرقمي، كدراسة (ربيع، ٢٠٢١)، ودراسة (متولي، ٢٠١٨)، في ضوء تجارب المواثيق الأخلاقية العربية والعالمية، تراعي مستجدات بيئة الإعلام الرقمي، وتتلافى الإشكاليات الأخلاقية والمهنية التي يقع فيها الإعلاميون أثناء ممارسة مهنتهم عبر المنصات الرقمية وشبكات التواصل الاجتماعي والمواقع الإلكترونية، والتي جاء من منطلق الاطلاع على العديد من المواثيق المنظمة للعمل الإعلامي في المؤسسات الإعلامية في كثير من الدول العربية والأجنبية، مع مراعاة الخصوصية الرقمية لوسائل الإعلام وطبيعتها.

- ركزت بعض الدراسات على مفهوم «التنظيم الذاتي» لوسائل الإعلام الرقمية، والتي تساعد على تنظيم استخدام الإعلام الرقمي بشكل أخلاقي ومهني في ذات الوقت وفق قواعد إعلامية محددة، والتي أشارت إليها دراسات، مثل: (Gerguri & Jahiri, 2018)، من كوسوفو، و(ربيع، ٢٠٢١)، من مصر، و(Mbinjama, 2020)، من جنوب إفريقيا، بالإضافة لاستحداث مصطلح «التنظيم الذاتي المعزز/المحسن» كما جاء في دراسة (Medzini, 2022)، من فلسطين. كما ركزت بعض الدراسات على مفهوم «التربية الإعلامية والرقمية» كجزء من التنظيم الأخلاقي عبر الإنترنت؛ للحد من الآثار الضارة الناتجة من استخدام الإعلام الرقمي سواء أكانت على مستوى القائمين بالاتصال أم الجمهور المستخدم، مثل دراسة: (Mutua & Yanqiu, 2021)، من كينيا، و(Apdillah, et al., 2022)، من سنغافورة و(Shen & Lee, 2022)، من الولايات المتحدة الأمريكية، ودراسة (Levitskaya & Fedorov, 2020)، من روسيا، و(بشريف، ٢٠١٨) من الجزائر، حيث أشارت الدراسات أن ضبط أخلاقيات الإعلام الرقمي لن تستقيم إلا من خلال إشاعة قيم الوعي، والالتزام وتحفيز الوازع الأخلاقي، وتطوير مهارات التفكير النقدي عند مستخدمي الإنترنت عمومًا والصحفيين خصوصًا، إضافة للقوانين ومدونات السلوك ومواثيق الشرف الإعلامية؛ لاستكمال ضبط الأداء الإعلامي وأخلاقياته. في حين، على صعيد دول الاتحاد الأوروبي، أشارت دراسة (Huijstee, et. al, 2021) إلى أهمية وجود إطار تشريعي للذكاء الاصطناعي يتناسب مع البيئة الإعلامية الرقمية، لحد من الآثار السلبية للتزييف العميق عبرها.

- إجمالاً، يمكن القول إن **أغلبية الدراسات العربية والأجنبية من مختلف الدول والقارات**، قد انتقلت على أهمية استحداث مواثيق شرف تتناسب مع طبيعة الإعلام الرقمي، بالإضافة لأهمية وجود قوانين وتشريعات منظمة لبيئة العمل الرقمية عبر الإنترنت، ولكن العبرة ليست فقط بوجود قوانين ومواثيق شرف تضبط الممارسات الأخلاقية للإعلام الرقمي، ولكن الأهم هو وجود قانون تناسب مع طبيعة وسائل الإعلام الرقمية من ناحية، وتراعي الإشكاليات الأخلاقية مثل الخصوصية، والتزيف، ونشر الأخبار الكاذبة، من ناحية أخرى بشكل رادع، وتبقي المعضلة هنا عدم تجاوز تلك القوانين والقواعد ومدونات الشرف للهيمنة على المحتوى المقدم عبر تلك الوسائل، وانتهاك حريات الإعلام في تلك الدول.

- انقسمت دراسات **المحور الثاني** في تناولها لممارسات الأخلاقية للجمهور المستخدم ولصحافة المواطن في الإعلام الرقمي إلى جانبين، **الجانب الأول**، وهو **الجانب الإيجابي** الأخلاقي لهذا النوع من المستخدمين، مثل دراسة (صبيح، ٢٠١٩)، من مصر و (Nilsson, 2020)، من السويد، والتي أثنت على التزام الصحفي المواطن بالمعايير الأخلاقية والمهنية المسؤولة الاجتماعية أثناء نقل ونشر المحتوى الرقمي، أو حتى إرساله لوسائل الإعلام الرقمية، بينما جاء **الجانب الثاني على النقيض**، والذي يرصد **الاتجاه السلبي** في الممارسة الإعلامية والأخلاقية لهؤلاء المستخدمين، مثل دراسة (إبراهيم، والشطري، ٢٠١٩)، من العراق و (Kvalens, 2020) من النرويج، و (Roberts, 2019) من الولايات المتحدة الأمريكية. في حين، أشارت نتائج دراسة كلا من (Lazer, et al., 2018) و (Bakir & McStay, 2018) من أمريكا، و (Pennycook & Rand, 2019) من تركيا وكندا، أنه لا يمكن تصنيف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي على كونهم سلبيين أو إيجابيين، كونهم أشخاص غير مهنيين في المقام الأول، ويحق لهم القيام بأدوار متعددة تتجاوز بكثير تلك الخاصة بالقائمين بالاتصال، فهم لا يتقيدون بالمواثيق والمدونات الحاكمة لعمل الإعلاميين المهنيين.

- اهتمت العديد من **الدراسات العربية** بالبحث في طبيعة الأبعاد الوظيفية والأخلاقية للقائمين بالاتصال في بيئة الإعلام الرقمي، كما تطرقت إلى بعض التجاوزات الأخلاقية الجديدة، منها دراسة (بوسنان، وشبيبي، ٢٠١٩)، و (شاوش، ٢٠٢١)، و (شكاردة، وعيساوي، ٢٠٢١) من الجزائر، و (الداغر، ٢٠١٨)، و (عبد القوي ومحمد، ٢٠٢٠)، و (العشري، ٢٠٢٠)، و (خليفة، ٢٠٢٢) من مصر و (شمخي وحسن، ٢٠٢٢) من العراق، و (وقيع الله، ٢٠٢٠)، من السودان. بينما على صعيد الدراسات الأجنبية، جاءت دراسة واحدة فقط وهي دراسة (Azoulay, ٢٠١٨) من فرنسا، والتي اهتمت بالهوية الرقمية للإعلاميين وعلاقتها بالتجاوزات الأخلاقيات المهنية، حيث انصبت اهتمامات البحوث الأجنبية على «المستخدمين» لوسائل الإعلام الرقمية أكثر من «الإعلاميين».

- ركزت بعض **الدراسات العربية** على أبعاد **نظرية المسؤولية الاجتماعية** للقائمين بالاتصال والمستخدمين على حدة سواء عبر وسائل الإعلام الرقمي بشكل كبير، كمواقع التواصل الاجتماعي، والمواقع الإلكترونية الإخبارية، فبعض الدراسات أشادت بدور المسؤولية والالتزام الأخلاقي والمهني لأغليتهم في تلك البيئة التي تتميز بخصائص تفصلها عن بيئة الإعلام التقليدية، مثل دراسة (بوسنان، وشبيبي، ٢٠١٩)، من الجزائر و (وقيع الله، ٢٠٢٠)، من السودان و (خليفة، ٢٠٢٢)، من مصر، و (شمخي، وحسن، ٢٠٢٢) بالعراق، بينما أفادت نتائج بعض الدراسات الأخرى إلى افتقار القائمين بالاتصال بالالتزام بالمعايير المهنية والأخلاقية في بيئة الإعلام الرقمي، كالتسريقات

الصحفية، والتحيز، وعدم مراعاة الدقة في نشر الأخبار، ونشر الشائعات، منها دراسة (عبد القوي، ومحمد، ٢٠٢٠) من مصر. وفيما يخص المستخدمين من طلاب الجامعات وصناع المحتوى من المواطنين الصحفيين، أشارت بعض الدراسات لوقوع الكثير منهم في أخطاء أخلاقية عند استخدامهم لشبكات التواصل الاجتماعي، وعدم إدراكهم لمسئوليتهم الاجتماعية في بيئة الإعلام الرقمي، من خلال اختراق خصوصية الآخرين، وسرقة الملكية الفكرية، ونشر الأخبار الكاذبة، من أبرزها دراسة (أبو زيد، ٢٠٢٠)، و(مصطفى، ٢٠١٩) من مصر، بينما على النقيض، أشارت نتائج (صبيح، ٢٠١٩)، إلى وجود قدر كبير من المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لدى الصحفي المواطن. ومن واقع ما سبق، يمكن ملاحظة ضعف اهتمام الدراسات العربية والأجنبية بتطبيقات نظرية المسؤولية الاجتماعية وأبعادها في المجال السمعي والبصري والمرئي عبر الإعلام الرقمي.

– اهتمت أغلبية الدراسات العربية والأجنبية، في المحور البحثي الثالث، المعني بأخلاقيات الإعلام الرقمي وفقاً للوسيلة، بدراسة أخلاقيات الإعلام الرقمي عبر المواقع والمنصات الإخبارية الإلكترونية والنشر الصحفي الرقمي، بإجمالي عدد ١٤ دراسة، يليها أخلاقيات شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي، بواقع ١١ دراسة، بينما تراجع الاهتمام بدراسة أخلاقيات المنصات الرقمية المرئية والمسموعة، والمعالجة الأخلاقية للصور الرقمية.

– جاءت أبرز الموضوعات التي تناولها محور أخلاقيات الإعلام الرقمي عبر المواقع والمنصات الإخبارية الإلكترونية والنشر الصحفي الرقمي تخص رصد وتقييم مدى التزام المواقع الإخبارية الإلكترونية بالمعايير الأخلاقية والمهنية، وأخلاقيات النشر الرقمي والتحديات التي تتعرض لها، وأساليب مواجهتها، المعايير الأخلاقية والقانونية لصحافة البيانات، كما تم رصدها في الدراسات التالية: (جدي، ٢٠١٨)، و(مليزي، وبن شاعة، ٢٠٢٠)، و(نجاعي، وجفافة، ٢٠٢٢) من الجزائر، و(التلاوي، ٢٠١٨)، و(صفوت، ٢٠٢٠)، و(هاشم، ٢٠٢٢) من مصر، و(جيجان، ٢٠١٨)، و(Rashid & Zreyazb, 2020) من العراق، و(حسن، ٢٠١٨) من مصر، وبريطانيا، والولايات المتحدة الأمريكية، و(Raisul, 2020) من بنجلاديش، و(Villanueva, et.al, 2020) من المكسيك، و(Apuke & Omar, 2021) من نيجيريا، بينما اهتمت دراستي (Lewis, et al., 2019) من الولايات المتحدة الأمريكية، و(Hassoun & Ali, 2019) من مصر وفرنسا، بتناول تأثير التقنيات الحديثة في أخلاقيات المحتوى الإخباري الرقمي في المواقع الإلكترونية، والتحديات الأخلاقية التي نشأت عن استخدام الذكاء الاصطناعي في مجال الصحافة الرقمية. وتنوعت تلك الدراسات ما بين دراسات تحليلية للمضامين الإخبارية، وما بين المقابلات المتعمقة مع الصحفيين، والقائمين بالاتصال، والخبراء، والصفوة الأكاديمية.

– بينما جاءت أبرز الموضوعات التي تناولها محور أخلاقيات شبكات التواصل الاجتماعي، حول التحديات الأخلاقية والقانونية لمنصات التواصل الاجتماعي وتأثيرها الأمن القومي، والمستخدمين، والقائمين بالاتصال، وماهية الأخلاقيات والمهنية التي تدار بها الحسابات في كل من شبكة الفيسبوك وتويتر، والبحث في مصداقية الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والضوابط الأخلاقية لاستخدام المنصات الاجتماعية من منظور الثقافة، والتي تناولتها الدراسات التالية: (Komarova & Bogdanova, 2022) من روسيا وبريطانيا، و(Lee & Wei, 2022) من الصين، و(Cheng & Mugari, 2020) من زمبابوي، و(عيساني، ٢٠١٩) من الكويت، و(توفيق، وكدواني، ٢٠٢٠) من مصر، و(استيتو، ٢٠٢٢) من المغرب، و(الجوري، ٢٠٢٠) من الإمارات

العربية المتحدة، بينما اهتمت دراسة (سعيد، وسلامي، ٢٠١٩)، و(صابر، ٢٠١٩)، من مصر والدول العربية، و(Apdillah, et al., 2022)، من سنغافورة، بالموضوعات التي تناولت أخلاقيات استخدام المحتوى المقدم عبر وسائل الإعلام الرقمي بوسائل الإعلام التقليدية، في حين بحثت دراسة (بومشقة، ٢٠٢١) من قطر، و(سعيد، وسلامي، ٢٠١٩) من الجزائر في إشكالية توظيف شبكات التواصل الاجتماعي في إنتاج الأخبار في القنوات الفضائية، ومدى استفادة الإعلام التقليدي منها. وتوعدت الدراسات ما بين تحليلية، وميدانية وإجراء مقابلات متعمقة مع الخبراء والإعلاميين، ودراسات نقدية تحليلية من المستوى الثاني.

- أما فيما يخص الدراسات التي تناولت أخلاقيات المنصات الإعلامية الرقمية المرئية والمسموعة، فقد كانت ٤ دراسات عربية فقط، وتتناول موضوعات تتعلق بكيفية تأثير التقنيات الرقمية والثورة التكنولوجية على المجال السمعي والبصري وما تبعه من تحديات على المستوى الأخلاقي والمهني، ومدى التزام صحافة الفيديو بالمعايير المهنية والأخلاقية الحاكمة للعمل الإعلامي، ورصد للتجاوزات الأخلاقية عبر اليوتيوب وفق مبادئ المسؤولية الاجتماعية، ومعايير وأخلاقيات النشر، ومدى التزام القنوات التلفزيونية العربية بالضوابط الأخلاقية عند نشر مقاطع الفيديو المعروضة بمواقع التواصل الاجتماعي عبر قنواتها، وهذه الدراسات هي: دراسة (بن جاوحدو، ٢٠٢٢)، من الجزائر، و(عبد الشافي، ٢٠٢١)، و(كناكت، ٢٠٢٢) من مصر، و(مطهر، ٢٠١٨) من قطر، والإمارات العربية المتحدة، وبلدان الخريف العربي.

- كما تناولت ٤ دراسات في المحور المعني بدراسة أخلاقيات الصور الرقمية الإعلامية عبر الإنترنت، موضوعات تخص التعرف على المعايير الأخلاقية والقانونية في نشر الصور في المواقع الإلكترونية الإخبارية، وجدلية نشر الصور الصادمة عبر تلك الوسائل بين القيمة الإخبارية وأخلاقيات المهنة، والطريقة التي يتم بها التغيير الرقمي في الصور الصحفية، وتحليل الدراسات التي تناولت مواثيق الشرف الأخلاقية للمصورين، وكيفية استقبال المستخدمين للصور الرقمية المزيف عبر الإعلام الرقمي، وهذه الدراسات هي: دراسة (Ahmad, ٢٠٢١) من الأردن، و(بورحلي، وغزال، ٢٠٢٠) من الجزائر، و(صلاح الدين، ٢٠١٨) من مصر، و(Wrestling, 2019)، من الولايات المتحدة الأمريكية.

- لطالما كان يُنظر إلى حماية الخصوصية على أنه مسألة الامتناع عن التدخل في «خصوصية الشخص، أو أسرته، أو منزله، أو مراسلاته» (الإعلان العالمي لحقوق الإنسان). ومع ذلك، مع انتشار التقنيات الرقمية والذكاء الاصطناعي، أصبح حماية خصوصية المعلومات أكثر تعقيداً وصعوبة، وأصبح من السهل استهداف المعلومات والبيانات الخاصة بالمستخدمين وتلفيقها وإنتاج معلومات مضللة، والحصول على البيانات التي يمكن ربطها بالمعلومات الشخصية وتنظيمها وإعادة وربطها توزيعها وبيعها، وهو الأمر الذي نجده في المحور الرابع من الدراسات، حيث ركزت أغلب الدراسات الأجنبية في الدول الأوروبية وأمريكا الشمالية على الإشكاليات الأخلاقية الناتجة من استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة في مجال الإعلام، كتقنيات الذكاء الاصطناعي والروبوتات والخوارزميات في انتهاك الخصوصية، وأمان البيانات والمعلومات، وحرية المعلومات، ونشر المعلومات المضللة، وإشكالية التزييف العميق أو ما يسمى التزييف الرقمي، كما أشارت إليه أبرز الدراسات (Müller, 2020)، و(Siau & Wang, 2018)، و(Monti, 2019)، و(Vatres, 2021)، و(Caldera, 2020)، و(Kietzmann, et al., 2020)، و(Chesney and Citron, 2021).

(2019)، و(Baccarella et al., 2018)، في حين كانت هناك ندرة في الدراسات العربية التي تناولت تلك الزاوية، وجاء التركيز فيها على الخصوصية الرقمية وعلاقتها بالذكاء الاصطناعي بشكل عام، والتطرق لتقنية التزييف العميق، وحماية الخصوصية الرقمية البيومترية بشكل خاص باعتبارها أبرز الإشكاليات الأخلاقية في الإعلام الرقمي، مثل دراسة (ملح، ٢٠٢١) من العراق، و(كمال، ٢٠٢٢)، و(عبد الفتاح، ٢٠١٩)، من مصر، ودراسة (العثماني، ٢٠٢١)، من الإمارات.

- فيما يخص تقنية التزييف العميق على وجه التحديد، اهتمت الدراسات الأوروبية والأمريكية بدراسة هذا المجال الجديد من الانتهاكات الأخلاقية في مجال الإعلام الرقمي، عنه في الدراسات العربية؛ فهو يعد مجالاً بحثياً جديداً وفريداً في البيئة العربية؛ نظراً لعدم انتشاره بالقدر الكبير كما في البيئات الغربية. فهناك الكثير من الفيديوهات التي خضعت للتزييف العميق لكثير من المشاهير وقادة الرأي والمؤثرين والسياسيين مثل نانسي بيلوسي، رئيس مجلس النواب الأمريكي، ورؤساء الدول مثل الرئيسين الأمريكيين السابقين باراك أوباما دونالد ترامب، ولاقت رواجاً كبيراً، وأثارت الجدل بخصوص نشر وتداول تلك المقاطع عبر مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام، وخصوصاً في الحملات الانتخابية الرئاسية وانتخابات الكونجرس الأمريكية لعام ٢٠٢٠، (Vaccari & Chadwick, 2020)، و(Wahl & Carlson, 2021). الأمر الذي دفع الفيسبوك بإزالة أي «وسائل مضللة تم التلاعب بها». أما موقع تويتر فقد أشار أنه «من المحتمل جداً إزالة» أي مادة «تم تغييرها أو تلفيقها بشكل كبير، ومشاركتها بطريقة غير شريفة، ومن المحتمل أن تؤثر على السلامة العامة أو تسبب ضرراً جسيماً». وهو الأمر الذي أشار إليه أيضاً، دراسة (Medzini, 2022)، في سياق التنظيم الذاتي لوسائل التواصل الاجتماعي.

- وفي محاولة لإعطاء بارقة أمل للمستخدمين والقائمين بالاتصال في التحقق من المعلومات المزيفة والكشف عنها، والتي قد تضر بهم على المستوى الشخصي، أو المجتمعي، وكذلك لتشجيع المؤسسات الإعلامية عبر الإنترنت على الالتزام بالمبادئ والمعايير المهنية والأخلاقية على أرض الواقع، وضعت بعض الدراسات العربية والأوروبية، مثل دراسة (قطب، ٢٠٢١)، و(Paolo, 2020)، آليات ومعايير لكيفية التحقق من المحتوى الإعلامي، لمكافحة المعلومات المضللة التي تمارسها وسائل الإعلام الرقمية، إما من خلال الأفراد العاديين أو من برامج وتطبيقات إلكترونية. وهناك الحاجة لإجراء مثل هذه الدراسات في مختلف دول العالم للخروج بآليات تطبيقية تساعد المجتمعات والمؤسسات الإعلامية، والحكومات، في تحقيق الأمان المعلوماتي للجميع، والقضاء على ظاهرة انتشار الأخبار المزيفة، وتحسين جودة الأخبار والحق في تلقي المعلومات.

- الملاحظ في المحور الرابع أن الدراسات الأوروبية والأمريكية ذهبت في اتجاه دراسة تأثيرات التكنولوجيا على الإعلام الرقمي وأخلاقياته، والتي تم استخدام المنهج التجريبي فيها على نحو كبير دوناً عن باقي الاتجاهات البحثية الأخرى، بينما انصب اهتمامات الدراسات العربية والأسبوية بشكل أكبر في تحليل ورصد القوانين والمواثيق المنظمة لأخلاقيات العمل الإعلامي الرقمي؛ وقد رجع ذلك لأن الدول الأجنبية قد سبقت شوطاً في إصدار القوانين والمواثيق التي تنظم الإعلام الرقمي، ووجود ممارسات على أرض الواقع تساعد في تقويض الممارسات الأخلاقية الخاطئة ومحاسبة مرتكبيها، بينما لا تزال تلك الأمور تتخذ خطوات بطيئة في كثير من الدول العربية والأسبوية والإفريقية، على الرغم من إصدار قوانين منظمة لها.

الخاتمة والتوصيات والمقترحات:

أفرزت بيئة الإعلام الرقمي العديد من التطبيقات الجديدة للإنترنت في مجال الإعلام الرقمي، والتي بدورها أظهرت العديد من الإشكاليات على الصعيدين الأخلاقي والمهني، وظهر خلل في استخدام الإعلام الرقمي كوسيلة أساسية للتضليل الإعلامي، وبت مواد محرضة تؤثر على استقرار المجتمع، بالإضافة إلى أنه ساعد في سرعة انتشار المعلومات الكاذبة بين مستخدمي هذه الوسائل، وأصبح هناك صعوبة في التفرقة بين المعلومات الصحيحة والشائعات؛ الأمر الذي دفع حكومات العالم، خاصة العربية، إلى إصدار جملة من القوانين واللوائح والمواثيق لضبط الأداء المهني للبيئة الرقمية حفاظاً على أمن الدول وحقوق مواطنيها، ولوضع حدود للممارسة والعقوبات الملائمة، إلا أن الإشكالية الأساسية تتمثل في عملية الضبط، وهو ما تم تناوله في الدراسات السابقة؛ فالملاحظ أيضاً، أن البحث في مجال الذكاء الاصطناعي يتطور بوتيرة سريعة للغاية، في حين أن البيانات القانونية والاجتماعية والأخلاقية اللازمة لتوجيهه تتطور ببطء شديد، ومن هنا تنشأ العديد من التساؤلات حول إلى أي مدى يمكن السماح باستقلالية الآلة وسلطتها في اتخاذ القرار؟ في حالة وقوع مشكلة أو حادثة أخلاقية، من المسؤول؟ ومن الذي يقرر ما هي القيم التي تغرس في الآلات أثناء برمجتها؟

لا تزال هذه الأسئلة والعديد من الأسئلة الأخرى بدون إجابة حتى اليوم، مما يستدعي على الباحثين من مختلف الدول التكاتف لإجراء المزيد من الدراسات الوصفية، والاستكشافية، والتجريبية؛ للوقوف على إجابات محددة تساعد في تدعيم القيم الإيجابية في بيئة الإعلام الرقمي، ومحاربة النواحي غير الأخلاقية التي نتجت من تلك التقنيات الذكية، خاصة أن الخوارزميات المدربة على لغة الإنسان العادية قد اكتسبت تحيزات تستند إلى الصور النمطية من البيانات النصية الموجودة في ثقافتنا اليومية. فالمفترض أن تجربة المجتمعات العربية والأجنبية مع وسائل الإعلام تجسد علاقة تكون فيها التشريعات والضوابط المهنية تتماشى وتتوازى مع تطور الوسائل، ورغم محاولات الدول لسن التشريعات ووضع الضوابط الأخلاقية التي ينبغي التقيد بها في الممارسة الإعلامية الرقمية على شبكة الانترنت، إلا أن تلك الضوابط لن تنشأ بسن قوانين ووضع مواثيق فقط، بقدر ما تنشأ بإشاعة قيم الوعي والالتزام وتحفيز الوازع الأخلاقي عند مستخدمي الإنترنت عموماً والإعلاميين خصوصاً، وهو ما أشارت إليه العديد من نتائج الدراسات السابق الإشارة لها، والمطلوبة بتطبيق التربية الإعلامية الرقمية والتنظيم الذاتي لوسائل الإعلام الرقمية، وأيضاً الاهتمام بوجود مقررات دراسية تدرس للطلاب علم الإعلام وتحديداً ما يتعلق بتعرض الأطفال والشباب لوسائل الإعلام الرقمية، مع تخصيص قوانين وتشريعات خاصة بحماية فئة الأطفال والشباب على وجه الخصوص من الجرائم الإلكترونية.

أما على صعيد القائمين بالاتصال وصناع المحتوى الإعلامي الرقمي، أشارت أغلب الدراسات، أنه عليهم عدم تجاهل طبيعة «الأخبار» كسلعة قابلة للتلف، وأن التأخير في النشر يمكن أن يقلل من قيمتها في العالم الافتراضي، والتخلي بالمرونة لسرعة نشر الأخبار في إطار أخلاقي. فتحقيق المعادلة بين سرعة نشر الأخبار، ودقتها ومصداقيتها، والتزامها بالقيم الأخلاقية تبقى المعضلة الدائمة التي تحتاج لمزيد من البحث والدراسة للوصول للصورة المثلى من التطبيق، مع مراعاة أيضاً ظهور التقنيات الحديثة كالتقنية الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الصحافة الآلية، منها «التزييف العميق»، التي تضرب أخلاقيات الإعلام الرقمي في مقتل، وتساعد بشكل كبير

في «نشر الأخبار الكاذبة» و«التعدي على الخصوصية الشخصية والرقمية للمستخدمين»، فضلاً عن صعوبة التفريق بين المحتوى الصحيح والمضلل بشكل كبير، وهي من الإشكاليات التي تحتاج لمزيد من الفحص والتدقيق والدراسة، خصوصاً في المجتمعات العربية. وطالبت الدراسات بأهمية التخطيط في وسائل الإعلام الرقمية المختلفة خصوصاً المواقع الإلكترونية الإخبارية، وشبكات التواصل الاجتماعي، للتعامل مع آليات الذكاء الاصطناعي، وكيفية مواجهة التحديات التي تفرضها، والتي تؤثر دورها في الأخلاقيات المهنية للعمل الإعلامي وخاصة الرقمية.

وفي ضوء العرض التحليلي للبحوث عينة الدراسة، والتي بلغت (١١٥) دراسة، وامتدت لخمس سنوات (٢٠١٨-٢٠٢٢)، المتمثلة في المدارس المختلفة العربية والأوروبية والأمريكية، والآسيوية والإفريقية والأسترالية، والتي تم تقسيمها إلى ٤ اتجاهات بحثية حديثة، حيث شمل المحور الأول، الدراسات التي اهتمت بالمواثيق والقوانين المنظمة لأخلاقيات الإعلام الرقمي، والمحور الثاني، شمل الدراسات التي تناولت أخلاقيات الجمهور الجديد والقائمين بالاتصال في بيئة الإعلام الرقمي، والمحور الثالث، تناول أخلاقيات الإعلام الرقم وفقاً لطبيعة الوسيلة، والمحور الرابع والأخير، تناول الدراسات التي تبحث في الإشكاليات الأخلاقية التي نتجت من استخدام التقنيات الحديثة في مجال الإعلام الرقمي، وبالنظر إلى متطلبات مجتمعاتنا العربية بشكل خاص.

ويمكن استخلاص بعض المقترحات والتوصيات لتطوير الدراسات والبحوث في مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي على المستويين البحثي والتطبيقي، على النحو التالي:

- نظراً لتشابه الإشكاليات والمعوقات الأخلاقية التي تنشأ في بيئة الإعلام الرقمي في دول العالم، هناك الحاجة لإجراء المزيد من الدراسة الجماعية مكونة من فريق بحثي يشمل على باحثين أكاديميين وعلى قائمين بالاتصال أيضاً من دول: عربية، وأوروبية، وأمريكية، وآسيوية وأفريقية وأسترالية، للوقوف على أرض واحدة ينطلق منها هؤلاء في مجال الإعلام؛ لمراجعة وتعديل مواثيق أخلاقيات مهنة الإعلام الرقمي بشكل عام؛ مع مراعاة للقوانين والضوابط والثقافات والقيم الخاصة بكل مجتمع، ورفع توصيات لحكومات تلك الدول والمطالبة، بإصدار «ميثاق شرف عالمي لأخلاقيات الإعلام الرقمي» على غرار «الإعلان العالمي لحقوق الإنسان».
- تقديم بحوث جماعية بينية، وعدم التركيز على البحوث الفردية مع الاستفادة من التخصصات المختلفة (السياسة - علم النفس - علم الاجتماع - علوم الحاسوب والذكاء الاصطناعي، والحقوق، وغيرها) للنظر للقضايا المتعلقة بأخلاقيات الإعلام الرقمي، ومعالجة المشكلات البحثية من زوايا مختلفة، وللوصول لنتائج أكثر عمقاً مع توظيف الأطر النظرية والمنهجية الملائمة بما يمكن من تحقيق أهداف هذه البحوث.
- على الصعيد المحلي، توصي الدراسة بأن تعمل لجان الاتصالات مع مزودي خدمة الإنترنت وشركات الاتصالات لتصميم نموذج يضمن تسجيل الوسائل الإعلامية عبر الإنترنت قبل أن تتمكن من العمل. وحظر وسائل الإعلام الرقمية المعروفة بارتكاب ممارسات غير أخلاقية.
- وفي الإطار البحثي، رغم تنوع أدوات دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي محل الدراسة، يلاحظ بشكل عام ارتفاع نسبة الاعتماد على أداة تحليل المضمون في تلك الدراسات بمختلف الدول، مما يستلزم التركيز بشكل أكبر على الأدوات البحثية الأخرى في إطار المحاولة لفهم كافة أبعاد الظاهرة والوصول إلى تفسيرات أكثر عمقاً، وعلى المستوى المنهجي، إيلاء

الاهتمام باستخدام المناهج والأساليب المختلفة الأخرى، مثل المنهج التجريبي، والمنهج النقدي، ودراسة الحالة، والتحليل السردي، وتحليل الخطاب، لفهم الظاهرة بشكل أعمق، وربط مختلف المتغيرات المرتبطة بها، ضرورة توفير الإمكانيات اللازمة لإجراء الدراسات والبحوث التجريبية وشبه التجريبية في المدرسة الأكاديمية العربية فيما يتعلق بمجال أخلاقيات الإعلام الرقمي.

■ هناك الحاجة لإجراء دراسات تقويمية ومستقبلية تطرح سيناريوهات، ولا تكتفي بطرح الإيجابيات والسلبيات، والاهتمام بالدراسات الممتدة زمنياً - التتابعية - للتعرف على تأثير التطورات التكنولوجية على الأخلاقيات الرقمية.

■ على الرغم أنه يحسب للدراسات العربية محل الدراسة، اعتمادها على أطر نظرية محددة، تصوغ من خلاله مشكلاتها وافتراساتها، وتحدد من خلاله مناهجها وأدواتها وأساليبها، وحرصها على وضع الدراسات داخل هيكل يحمل أو يدعم فرضيات البحث، ما يوفر إرشادات ومسارات في إجراء البحث وتفسير العلاقة بين المتغيرات ويحافظ على ألا تكون النتائج منفصلة معزولة عن بعضها البعض بل مندمجة تساهم في تفسير الظواهر، ورغم ما يحسب لها إلا أن غالبية الدراسات استخدمت أطر نظرية غربية باستثناء نظرية «الحمية القيمية» دون محاولة استنباط نماذج جديدة تربط متغيرات الدراسات معاً لتكون مرتبطة ببيئتنا وواقعنا العربي، وبناء عليه، يجب تشجيع الباحثين العرب على استنباط نماذج جديدة تربط متغيرات دراساتهم ببيئتنا وواقعنا العربي ما سيكون له تأثير وفعالية أكبر داخل مجتمعاتنا في محاولة لفهم الأسباب والمشكلات ووضع تنبؤات وفرضيات قابلة للتطبيق وكمحاولة للخروج عن أطر ومحددات النظريات والنماذج الغربية وتمهيداً لبروز نظريات عربية في إطار البيئة الرقمية والتطور التكنولوجي الواسع في مجال أخلاقيات الإعلام الرقمي.

■ بشكل عام، يلاحظ اهتمام الباحثين ببعض النظريات الإعلامية وارتفاع نسبة استخدامها في دراسات أخلاقيات الإعلام الرقمي دون غيرها من النظريات الأخرى. مما يستلزم ضرورة توجيه اهتمام الباحثين والدارسين بالأطر النظرية الجديدة والمستحدثة التي تتاسب القضايا والإشكاليات الأخلاقية الجديدة التي خلفتها التقنيات الحديثة في مجال الإعلام.

■ رغم تنوع المناهج والأساليب المنهجية المستخدمة في دراسات وبحوث أخلاقيات الإعلام الرقمي، والاعتماد بشكل أكبر على المنهج المسحي بشقيه التحليلي والميداني، وقلة الاعتماد على المناهج الأخرى، مما يستدعي إجراء مزيد من الدراسات باستخدام كل من المنهج التجريبي والمقارن، ودراسات الحالة؛ لفهم الظاهرة ودراستها بشكل أعمق.

■ وفقاً لبعض الدراسات، تم تصنيف أخلاقيات الاتصال وفقاً لثلاث اتجاهات، السياق، والعمر، ومحتوى الرسالة، ولتعزيز استخدام أخلاقيات الاتصال في وسائل التواصل الاجتماعي، يمكن التوصية بأن توفر كل مؤسسة إعلام رقمية أسلوباً للتثنية الاجتماعية (التربية الإعلامية الرقمية) حول كيفية التواصل عبر وسائل التواصل الاجتماعي الجيدة والصحيحة، ومن الضروري أيضاً أن يكون هناك إرشادات واضحة للتواصل الصحيح للمستخدمين والقائمين بالاتصال على حدة سواء. لذلك، فإن فهم واستخدام أخلاقيات الاتصال مهم جداً في دعم أمان وراحة كل مستخدم وإعلامي وصحفي.

■ كما أوصت بعض الدراسات بأهمية تطوير الضوابط الأخلاقية والقانونية لتأطير تقنيات

التزييف العميق، والتعرُّف إلى الوجه بسبب تداعياتها السلبية على الخصوصية والحريات الفردية للمستخدمين، مما يعني تزايد الحاجة إلى تشريعات حكومية ودولية لإرساء أنظمة مُحكمة تُحدد استخداماتها المقبولة وغير المقبولة؛ لتعظيم فوائدها والحد من أخطارها.

هوامش الدراسة:

أولاً : العربية

- إبراهيم، سعد، والشطري، حامد مجيد. (2019). أخلاقيات الإعلام في عصر الرقمنة. مجلة آداب ذي قار، ع30، 30 - 1مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1237945>
- أبو العز، إنجي. (2018). الجوانب الأخلاقية والمهنية بالصحف المصرية المطبوعة خلال فترات التحول السياسي: دراسة تحليلية مقارنة. *المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال*. (23) 2018 .
- أبو زيد، دينا فاروق. (2020). أخلاقيات استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الشباب الجامعي في مصر بالتطبيق على موقع الفيس بوك. *المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون*، (20) 2020 66-1
- استيتو، عبد الجبار. (2022). ارتهان صحافة الويب لمواقع التواصل الاجتماعي: الثابت والمتحول. *مجلة ليكسوس*، ع41، 95 - 85مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1217579>
- بشريف، وهيبة. 2018. أخلقة الممارسة المهنية للإعلام الجديد. *مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية*، مج. 2018، ع. 15، ص ص. 409-422.
- بلقاسم، بن حبيب، برنات، هالة علي، والطابعي، فاتن بن لاغة. أخلاقيات الإعلام في الزمن الرقمي. *السعودية: مكتبة الرشد*. ط2، 2021م
- بن جاوحدو، راضية. (2022). هيمنة المحتوى الرقمي على الممارسة الإعلامية في الجزائر وأثره على أخلاقيات المهنة في السعي البصري. *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*. 6 (2)، ص ص 42-28.
- بورحلي، وفاء وغزال، عبد الرزاق. 2020. نشر الصور الصادمة في وسائل الإعلام الرقمية بين القيمة الإخبارية وأخلاقيات المهنة الصحفية: جدلية حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية. *المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي*. مج. 7، ع. 5، ص ص. 85-100. <https://net.emarefaa.search//:https> 1232413-BIM/detail
- بوسنان، رقية عبد الله، وشيبي، وسام. (2019). سمات وأخلاقيات القائم بالاتصال في ظل البيئة الإعلامية الجديدة. *مجلة المواقف*، مج14، ع1، 309 - 277مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1002957>
- بومشقة، نوال. (2021). توظيف الميديا الاجتماعية في إنتاج نشرات الأخبار بقناة الجزيرة الفضائية - دراسة تحليلية لبرنامج «نشرتكم»- *مجلة دراسات*. م10، ع 02، (ديسمبر 2021)
- التلاوي، رباب عبد المنعم. (2018). تحليل أخلاقيات الخطاب الإعلامي في المواقع الإخبارية الإلكترونية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 2018 (14 ج1)، 395-399. doi: 10.21608/449.1232413-BIM/detail
- توفيق، شريهان محمد، كنواني، شيرين محمد. (2020). الممارسة المهنية في الصحافة الإقليمية عبر الشبكات الاجتماعية: دراسة تطبيقية في إطار نظرية المسؤولية الاجتماعية. *مجلة البحوث الإعلامية*، 54 (54 - ج 1)، 315-356. doi: 10.21608/jsb.2020.99495
- الجبوري، عبد العزيز خلف خليل. (2020). مصداقية الأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي «يوتيوب، فيسبوك، تويتر»: دراسة مسحية على الجمهور الإماراتي. *مجلة العربي للدراسات الإعلامية*، ع7، 35 - 8مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1129258>

- جدي، رضوان. (2018). أخلاقيات الممارسة الإعلامية في الوسائط الجديدة: دراسة استكشافية للتحديات الأخلاقية التي تعيق النشر الصحفي الإلكتروني. *مجلة الصورة والاتصال*، ع22، 62 - 35. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/985575>
- الجورمازي، بثينة. (2020). التحول الرقمي في زمن كورونا: دراسة حالة لبلدان الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. *مدونات البنك الدولي*، متاح خلال: <https://blogs.worldbank.org/ar/arabvoices/digital-transformation-time-covid-19-case-mena>
- جيجان عزيز، خالد. (2018). المسؤولية الاجتماعية للمواقع الإلكترونية في معالجة الأزمات السياسية العراقية. *المجلة العلمية لبحوث الصحافة*، 14(2018)، ع2، 335-356. doi: 10.21608/sjsj.2018.91061
- حسن، محمد عثمان. (2018). المعايير الأخلاقية لصحافة البيانات في المواقع الإخبارية المصرية والأجنبية. *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام*، مج17، ع4، 730 - 689. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1108231>
- خليفة، جيهان سباق علي. (2022). تأثير التحول الرقمي على اتجاهات وأخلاقيات القائم بالاتصال خلال ممارسة العمل الصحفي في مواقع الصحف الإلكترونية: دراسة ميدانية في إطار نموذج تقبل التكنولوجيا. *مجلة البحوث والدراسات الإعلامية*، ع19، 45 - 1. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1291439>
- الداغر، مجدي محمد عبد الجواد. (2018). اتجاهات الاعلاميين المصريين نحو استخداماتهم لشبكات التواصل الاجتماعي في ضوء الضوابط المهنية والأخلاقية: دراسة ميدانية. *حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية*، الحولية38، الرسالة493، 208 - 8. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/906734>
- ربيع، حسين محمد. (2021). تصور مقترح لمدونة سلوك أخلاقية تنظم استخدام الصحفيين المصريين لمواقع التواصل الاجتماعي في ضوء تجارب المؤسسات الإعلامية الدولية. *المؤتمر العلمي الدولي السادس والعشرين: الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي: مسارات للتكامل والمنافسة*، مج2، القاهرة: جامعة القاهرة - كلية الإعلام، 781 - 851. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1273793>
- سعيد، منصور، وسلامي، أسعيداني. (2019). استخدام شبكات التواصل الاجتماعي كمصادر للمعلومات الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية: دراسة نقدية. *مجلة العلوم الإسلامية والحضارة*، مج4، ع1، 278 - 263. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1220699>
- سلامن، رضوان، ومهنى، سامي على. (2019). البيئة الإعلامية الجديدة في الوطن العربي: المفاهيم والضوابط. *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، مج8، ع1، 360 - 380. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/941854>
- شاوش، جمال شعبان. (2021). المبادئ الأخلاقية والأدوار المهنية للصحفيين في البيئة الإعلامية الجديدة: دراسة نقدية. *حوليات جامعة الجزائر*، 1، مج35، ع2، 987 - 962. مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1167211>
- الشقران، رسة (2018). آليات تعزيز المسؤولية الأخلاقية لمستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي ومكافحة الإرهاب الرقمي. *المؤتمر الدولي الأول للإعلام وتحديات الخليج العربي*. الجامعة الخليجية، البحرين: 323-364.
- شكاردة، هشام، وعيساوي، الطيب. (2021). الهوية المهنية للصحفي في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

- الحديثة: مظاهر التكامل ومخاطر الاندثار. *مجلة الحكمة للدراسات الإعلامية والاتصالية*، ع1، 110 - 90 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1190281>
- شمخي، منى تركي، وحسن، سعد كاظم. (2022). الأخلاقيات المهنية للقائم بالاتصال وانعكاسها على معايير المضامين الإخبارية. *مجلة آداب الفراهيدي*، مج14، ع48، 298 - 288 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1217516>
- صابر، شيماء عبد العاطي. (2019). الضوابط الأخلاقية لاستخدام المنصات الاجتماعية من منظور الثقافة العربية. *المجلة العلمية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال*، 6(6)، 1-18.
- صبيح، يسرا محمود. (2019). المسؤولية الاجتماعية والأخلاقية لصحافة المواطن عبر الإعلام الرقمي: دراسة حالة للقائمين بالاتصال في قسم صحافة المواطن بموقع اليوم السابع. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، 394 (26)، 2019 - 422.
- صفوت إبراهيم، ليديا. (2020). أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية والتحديات التي تواجهها: دراسة تطبيقية. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، 148 (29)، 2020 - 188.
- صلاح الدين، منة الله إيهاب (2018). أخلاقيات الصحافة المصورة في العصر الرقمي. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، جامعة الأهرام الكندية. ع 23: 20 - 31.
- عبد الشافي، مؤمن جبر. (2021). التجاوزات في فيديو هات الأطفال على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهات الخبراء المصريين نحو أخلاقيات نشرها. *مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط*، ع33، 185 - 127 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1163036>
- عبد الفتاح، فاطمة الزهراء (2019): ملامح الخصوصية والانكشاف في عصر التقنيات الذكية، المستقبل للأبحاث والدراسات المتقدمة، دراسات المستقبل، العدد 7، سبتمبر.
- عبد القوي، محمود حمدي، ومحمد، رباب عبد المنعم. (2020). المفارقة القيمية وعلاقتها بأخلاقيات الممارسة المهنية لدى القائم بالاتصال في الصحافة الإلكترونية المحلية: دراسة تطبيقية على قطاع شمال الصعيد. *مجلة البحوث الإعلامية*. 55(55-3)، 1497-1580. doi: 10.21608/jsb.2020.122459
- عثمان، ياسين، وبن صغير، زكرياء. (2021). إشكالية الأخلاق الرقمية للمواطن الرقمي في المجال العام الافتراضي: المعايير والأدوات. *مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية*، مج7، ع1، 227 - 208 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1212893>
- العثماني، محمد. (2021). تقنية التعرف إلى الوجه ومكافحة الجريمة في المطارات العربية. أوراق السياسات الأمنية، 1(2)، 1-10.
- عزي، عبد الرحمن. (2013). *دراسات في نظرية الاتصال: نحو فكر إعلامي متميز*. بيروت، لبنان: مركز دراسات الوحدة العربية.
- العشري، وائل محمد محمد. (2020). رؤية الصحفيين المصريين للضوابط المهنية والأخلاقية المنظمة لاستخدامات شبكات التواصل الاجتماعي في العمل الصحفي وعلاقتها بأساليب الممارسة السائدة. *المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال*، مج. 8، ع. 28، ص ص. 86-205.
- علال، حنان بن يحيى (2018). أخلاقيات المهنة في زمن الإعلام الجديد (دراسة قانونية في الجزائر). *مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الاجتماعية*. م. 2. ع (5). ص ص 11-36.
- علال، حنان. (2019). الأخلاقيات المهنية في زمن الإعلام الجديد. *مجلة المعيار*، مج23، ع45، 829 - 846 - مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1046149>

- ملح، حبيب خلف. (2021). تقنية التزييف العميق وأثرها في تهديد مصداقية الإعلام الإلكتروني: دراسة وصفية. *مجلة جامعة تكريت للعلوم الإنسانية*، مج28، ع4، 376 - 354 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1211870>
- مهيرة، بشينة. (2018). أخلاقيات الإعلام الجديد بين الحرية والالتزام في البيئة الإلكترونية، *مجلة المعيار*. (8): 393-411.
- مليزي، يعقوب، وبن شاعة. (2020). الالتزام بالمعايير الأخلاقية المهنية في الصحافة الإلكترونية الجزائرية -دراسة تحليلية لموقع الشروق أونلاين. *مجلة الآداب والعلوم الإجتماعية*. 17 (2)، 416-401
- نجاعي، سامية، وجفافة، داود. (2022). أكسيولوجيا القيم الأخلاقية للأخبار في المواقع الإلكترونية الجزائرية: دراسة تحليلية لموقعي النهار والخبر الإلكترونيين. *مجلة العلوم الإنسانية*، مج33، ع1، 273 - 255 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1296008>
- هاشم، منى. (2022). الاتجاهات الحديثة في بحوث الضوابط المهنية والأخلاقية في المواقع الإلكترونية. *المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري*. 4(1)، 255-340. doi: 10.21608/mebp.2022.125405.1030
- وقيع الله، محمد فرح كرم الله. (2020). أخلاقيات نشر المضمون الخبري على مواقع التواصل الاجتماعي في أوقات الأزمات: دراسة على عينة من الناشرين السودانيين 2018-2019. *مجلة علوم الاتصال*، مج2، ع6، 68 - 45 مسترجع من <http://search.mandumah.com/Record/1265237>
- ونس هدير، وحرز سارة. (2021). الضوابط الأخلاقية للإعلام الرقمي وعلاقتها بالمنظومة القيمية «دراسة كيفية». *دراسات في علوم الانسان والمجتمع*. 4(3) 12. ص-ص 83 - 1
- * كانت هناك دراسات بينية والتي جمعت بين أكثر من تخصص، لذا فكان مجموع التكرارات أكثر من 115 دراسة عينة البحث

ثانيا : الأجنبية

- Agarwal, S., Farid, H., El-Gaaly, T., & Lim, S. N. (2020, December). Detecting deep-fake videos from appearance and behavior. In **2020 IEEE International Workshop on Information Forensics and Security (WIFS)** (pp. 1-6).
- Ahmad, Atiyat Farah. (2021). The ethical standards in publishing journalistic photos on news websites: **Humanities and Social Sciences Series**, 36 (1), pp.45-67 <https://search.emarefa.net/detail/BIM-1284909>
- Aly, W., & Hassoun, M. (2019). Artificial intelligence and automated journalism: Contemporary challenges and new opportunities. **International journal of media, journalism, and mass communications**, 5(1), 40-49.
- Anastasia Levitskaya, & Alexander Fedorov (2020). Typology and Mechanisms of Media Manipulation. **International Journal of Media and Information Literacy**, 5 (1), 69-78.

doi: 10.13187/ijmil.2020.1.69

- Apdillah, D., Salam, A., Tania, I., & Lubis, L. K. A. (2022). Optimizing Communication Ethics in The Digital Age. **Journal of Humanities, Social Sciences and Business (JHSSB)**, 1(3), 19–26. <https://doi.org/10.55047/jhssb.v1i3.143>
- Apuke, Oberiri Destiny, Omar, Bahiyah, (2021). The ethical challenges and issues of online journalism practice in Nigeria: What do professionals and academics think ? **Technology in Society**, 67,2021, <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101713>.
- Azoulay, A. (2019). Towards an ethics of artificial intelligence. **UN Chronicle**, 55(4), 24–45.
- Bacarella, Christian, Timm F. Wagner, Jan Kietzmann, Ian Paul McCarthy (2018), "social media? It's Serious! Understanding the Dark Side of social media", **European Management Journal**, 36(4), 431–438.
- Bakir, Vian & McStay, Andrew. (2018). Fake News and The Economy of Emotions: Problems, causes, solutions. **Digital Journalism**. 6. 1–22. 10.1080/21670811.2017.1345645.
- Bicher, L., & A. Fathy, S. (2020). Ethical Considerations for Using social media: "Is it Okay to Share?". **The Arab Journal of Media and Communication Research (AJMCR)**, 2020(31), 172–187. doi: 10.21608/jkom.2020.156744
- Bode, L. (2021). Deepfaking Keanu: YouTube deepfakes, platform visual effects, and the complexity of reception. **Convergence**, 27(4), 919–934. <https://doi.org/10.1177/135485652111030454>
- Caldera, Elizabeth (2020), "Reject the Evidence of Your Eyes and Ears: Deepfake and the Law of Virtual Replicants", **Seton Hall Law Review**, 50(1), 177–205.
- Chen, M. Liao X .and. Wu, M (2022). "PulseEdit: Editing Physiological Signals in Facial Videos for Privacy Protection," in **IEEE Transactions on Information Forensics and Security**, vol. 17, pp. 457–471, 2022, doi: 10.1109/TIFS.2022.3142993.
- Chesney, Robert, Danielle Citron (2019), "Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security", **California Law Review**, 107, 1753–1820.
- Claussen, Dane. (2016). Book Review: Radical Media Ethics: A Global Approach, by Stephen J. A. Ward. **Journalism & Mass Communication Educator**. 71. 371–373. 10.1177/1077695816646409.
- Danielle K. Citron & Robert Chesney, Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy,

- Democracy, and National Security, in 107 **CALIFORNIA LAW REVIEW**. 1753 (2019). Available at: https://scholarship.law.bu.edu/faculty_scholarship/640
- Das, Djurre & van Boheemen, Pieter & Linda, Nierling & Jahnel, Jutta & Karaboga, Murat & Fatun, Martin & Huijstee, Mariëtte. (2021). Tackling Deepfakes in European policy. **EPRS | European Parliamentary Research Service Scientific Foresight Unit (STOA)** PE 690.039 – July 2021
- Díaz-Campo, J., & Chaparro-Domínguez, M. Á. (2020). Computational journalism and ethics: An analysis of deontological codes of Latin American. **Revista ICONO14**. Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 18, 10–32.
- Gromova, Kate & Eferin, Yaroslav (2021). Ethics in the digital world: Where we are now and what's next. **World Bank Blogs**, available at: <https://blogs.worldbank.org/opendata/ethics-digital-world-where-we-are-now-and-whats-next>
- Hagiu, Adrian & Bortoș, Sergiu. (2021). Towards an Applied Ethics in Digital Communication: A Transdisciplinary Perspective on Responsibility. **Analele Universitatii din Craiova**. 48. 110–123
- Hughes, S., Fried, O, Ferguson, M., Hughes, C., Hughes, R., Yao, X., & Hussey, I. (2021). Deepfaked Online Content is Highly Effective in Manipulating People's Attitudes and Intentions. **Journal of Experimental Psychology: General**. <https://psyarxiv.com/4m-s5a/>
- Huijstee, Mariëtte, Pieter van Boheemen, Djurre Das, Linda Nierling, Jutta Jahnel, Murat Karaboga & Martin Fatun, (July 2021). Tackling deepfakes in European policy. Brussels: **European Parliament Research Service**, 116 pp. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/690039/EPRS_STU\(2021\)690039_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2021/690039/EPRS_STU(2021)690039_EN.pdf)
- Jahiri M., & Gërguri D. (2018). Online Media Ethics and the Privacy of Politicians in Kosovo. **Information & Media**, (83), 90–100. <https://doi.org/10.15388/Im.2018.83.6>
- Karnik, N. (2021). Analysis of Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code. **International Journal of Law Management & Humanities IJLMH**, 4 (4): 1155 – 1168 (2021), DOI: <https://doi.org/10.10000/IJLMH.111370>
- Kaur, S. (2020). Unpacking IT Rules: Threat to Digital Rights. **DME Journal of Law**, 2(01), 27–31. Retrieved from <https://www.dmejournals.com/index.php/DMEJL/article/view/119>.
- Kietzmann, Jan, Linda W. Lee, Ian Paul McCarthy, (2020), Deepfakes: Trick or Treat?, **Business Horizons**, 63(2), 135–146.

- Komarova, Elena and Bogdanova, Irina, (2022). Comparative Study of Digital Ethics in Russian and English Media Texts: Migrant Discourse (July 1, 2022). Available at **SSRN**: <https://ssrn.com/abstract=4152252>
- Konstantin Nicholas Dörr & Katharina Hollnbuchner (2017) Ethical Challenges of Algorithmic Journalism, **Digital Journalism**, 5:4, 404–419, DOI: 10.1080/21670811.2016.1167612
- Kvalnes , Ø. (2020). **Digital Dilemmas: Exploring Social Media Ethics in Organizations**. Palgrave Macmillan.
- Kwok, A. O., & Koh, S. G. (2021). Deepfake: a social construction of technology perspective. **Current Issues in Tourism**, 24(13), 1798–1802.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., Rothschild, D. (2018). The science of fake news. **Science**, 359(6380), 1094–1096
- Lee, Kate Sangwon & Wei, Huaxin. (2022). Design Factors of Ethics and Responsibility in social media: A Systematic Review of Literature and Expert Review of Guiding Principles. **Journal of Media Ethics**, doi: 10.1080/23736992.2022.2107524
- Lestari, R. (2019). Shifting Journalistic Ethics in the Internet Age, Case Study: Violation of Journalistic Ethics in Journalistic Products and Journalist Behavior in Online Media. **Komunikator**, 11(2), 142–150. //doi.org/10.18196/jkm.112027
- Lewis, S. C., Sanders A. K., & Carmody C. (2019). Libel by algorithm? Automated journalism and the threat of legal liability. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, 96 (1), 60–81.
- Maria Nilsson (2020). An Ethics of (not) Showing: Citizen Witnessing, Journalism and Visualizations of a Terror Attack, **Journalism Practice**, 14:3, 259–276, DOI: 10.1080/17512786.2019.1623708
- Mbinjama, Adelina (2022) Cyber–ethics for NGOs during Covid–19: The Eight “Ethical Variables” and a Microsocial Contract, **Communication**, 48:1, 45–65, DOI: 10.1080/02500167.2022.2058040
- Mbinjama–Gamatham, Adelina, & Olivier, Bert. (2020). ‘Dark technology’, aggressiveness and the question of cyber–ethics. **Acta Academica**, 52(1), 99–120. <https://dx.doi.org/10.18820/24150479/aa52i1/1>
- Medzini, R. (2022). Enhanced self–regulation: The case of Facebook’s content governance. **New Media & Society**, 24(10), 2227–2251. <https://doi.org/10.1177/1461444821989352>

- Monti, M. (2018). Automated Journalism and Freedom of Information– Ethical and Juridical Problems Related to AI in the Press Field.pdf. **Opinio Juris in Comparatione**. Studies in Comparative and National Law, 1 (1). Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id = 3318460
- Moor, J.H. (1985), What Is Computer Ethics? **Metaphilosophy**, 16: 266–275. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9973.1985.tb00173.x>
- Mugari, Ishmael & Cheng, Kevin. (2020) The dark side of social media in Zimbabwe: Unpacking the legal framework conundrum, **Cogent Social Sciences**, 6:1, DOI: 10.1080/23311886.2020.1825058
- Müller, V. C. (2020). Ethics of Artificial Intelligence and Robotics. (Z. E. N., Editor) **Stanford Encyclopedia of Philosophy**. Palo Alto, Cal.: CSLI, Stanford University. pp. 1–70 (2020) <https://plato.stanford.edu/archives/fall2020/entries/ethics-ai/>
- Mutua, Sylvia & Yanqiu, Zhang. (2021). Online content regulation policy in Kenya: potential challenges and possible solutions. **Journal of Cyber Policy**. 6. 1–19. 10.1080/23738871.2021.1916974.
- Olugbenga A. Ige, (2020). What we do on social media! Social representations of schoolchildren’s activities on electronic communication platforms, **Heliyon**, Volume 6, Issue 8,2020, e04584, ISSN 2405–8440,<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04584>.(<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2405844020314286>)
- Orge, C. P., Koldobika, M. A., & Simón Peña Fernández. (2020). Behind the Comments Section: The Ethics of Digital Native News Discussions. **Media and Communication**, 8(2), 86–97.<https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2724>
- Paolo Cavaliere, (2020) From journalistic ethics to fact-checking practices: defining the standards of content governance in the fight against disinformation, **Journal of Media Law**, 12:2, 133–165, DOI: 10.1080/17577632.2020.1869486
- Pennycook, Gordon. (2018). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. **Cognition**. 188. 10.1016/j.cognition.2018.06.011.
- Prapawong, Suparada. (2018). Ethics and regulation for media in Thailand. **International Conference on Digital Arts, Media and Technology (ICDAMT)**. 86–91. 10.1109/ICDAMT.2018.8376501.
- Raina, V., Biswas, M., & Biswas, M. (2021). Critical Analysis of OTT Platform with reference to Information Technology (Intermediary Guidelines and Digital Media Ethics Code)

- Rules, 2021: Law. **SPAST Abstracts**, 1(01). Retrieved from <https://spast.org/techrep/article/view/1955>
- Raisul, Islam (2020). Ethics and standards of online news in Bangladesh. Mass Communicator: **International Journal of Communication Studies**, 14 (1): 4-14. DOI : 10.5958/0973-967X.2020.00001.0
- Roberts, J. (2019). The erosion of ethics: from citizen journalism to social media. *Journal of information, communication and ethics in society*,17(4): 409-412
- Rozehnal, Aleš. (2022). **Digital Media Ethics. Law, Identity and Values**. 2. 161-173. 10.55073/2022.1.161-173.
- Samuel, G., & Buchanan, E. (2020). Guest Editorial: Ethical Issues in Social Media Research. **Journal of empirical research on human research ethics: JERHRE**, 15(1-2), 3-11. <https://doi.org/10.1177/1556264619901215>
- Shillair, R. (2020). Protection Motivation Theory. In **The International Encyclopedia of Media Psychology**, J. Bulck (Ed.). <https://doi.org/10.1002/9781119011071.iemp0188>
- Shin, Soo Yun & Lee, Jiyoung (2022) The Effect of Deepfake Video on News Credibility and Corrective Influence of Cost-Based Knowledge about Deepfakes, **Digital Journalism**, 10:3, 412-432, DOI: 10.1080/21670811.2022.2026797
- Shuting (Ada) Wang, Min-Seok Pang & Paul A. Pavlou (2021) Cure or Poison? Identity Verification and the Posting of Fake News on social media, **Journal of Management Information Systems**, 38:4, 1011-1038, DOI: 10.1080/07421222.2021.1990615
- Suparada Prapawong (2018) Ethics and regulation for media in Thailand, 2018 **International Conference on Digital Arts, Media and Technology (ICDAMT)** 25-28 Feb. 2018 Phayao, Thailand: Retrieved from: <http://08104pwfq.1103.y.https.ieeexplore.ieee.org.mplbci.ekb.eg/document/8376501>
- Svati, Scephali (2021). Classification of Content, Content Regulation and Ethics – OTT platforms in India, **International Journal of Legal Science & Innovation IJLSI**, 3 (4): 509 – 525. DOI: <https://doi.org/10.10000/IJLSI.11918>
- Temir, E. (2020). Deepfake: New Era in The Age of Disinformation & End of Reliable Journalism. **Selçuk İletişim**, 13 (2), 1009-1024. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/jiosc/issue/55089/685338>
- Vaccari, C., & Chadwick, A. (2020). Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. **Social Media + Society**, 6(1). <https://doi.org/10.1177/2056305120903408>

- Vatraš, Amina. (2021). Deepfake Phenomenon: An Advanced Form of Fake News and Its Implications on Reliable Journalism. **Journal of the faculty of humanities and social science**, University of Tuzla, 6, 3(16) (2021) : 561–576. DOI: <https://doi.org/10.51558/2490-3647.2021.6.3.561>
- Villanueva–Ledezma, Armando & Machin–Mastromatteo, Juan & González–Quiñones, Fidel & Cordero–Hidalgo, Aixchel & Flores–Flores, Jorge. (2020). Ethics, human rights, and violence in Chihuahua’s digital journalism: Evidence from a media observatory. **Digital Library Perspectives**. ahead-of-print. 10.1108/DLP-09-2019-0035.
- Wahl–Jorgensen, Karin and Carlson, Matt 2021. Conjecturing fearful futures: Journalistic discourses on deepfakes. **Journalism Practice** 15 (6), pp. 803–820. 10.1080/17512786.2021.1908838
- Wang, W., & Siau, K. (2018). Ethical and Moral Issues with AI – A Case Study on Healthcare Robots. **Proceedings of the 24th Americas Conference on Information Systems** (2018, New Orleans, LA) Association for Information Systems (AIS). <https://www.researchgate.net/publication/325934375>.
- Westling, Jeffrey (2019), "Deep fakes: Let’s Not Go Off The Deep End", **Technology and Innovation Research Techdirt**, izvor: <https://www.techdirt.com/articles/20190128/13215341478/deep-fakes-lets-not-go-off-deep-end.shtml>, pristupljeno 21.1.2021
- Zreyazb, AK; Rashid, TI. (2020). The ethics of media through the Arab electronic press sites as digital communication: Mediating role of supply chain. **International Journal of Innovation, Creativity and Change**.10(10): 814–831