

أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية ومدى تأثيرها على الجمهور

بين المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير

Publishing ethics on social media platforms and their impact on the audience
between social responsibility and freedom of expression

دراسة: نوزاد جعدان - باحث دكتوراه في الأكاديمية العربية بالدنمارك

nouzadjadan@gmail.com

تاريخ القبول للنشر ٢٠٢٥/١٢/٢٠

تاريخ التقديم للنشر ٢٠٢٥/١١/١٥

ملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية، واستكشاف مدى تأثيرها على الجمهور، من خلال دراسة العلاقة الجدلية بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية، تنطلق الدراسة من فرضية أن الالتزام بالمعايير الأخلاقية في النشر الرقمي يسهم في تعزيز ثقة الجمهور، بينما يؤدي غيابها إلى تآكل المصداقية وانتشار المعلومات المضللة.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بوصفه إطاراً علمياً لجمع البيانات وتحليلها، حيث تم تصميم استبانة إلكترونية وزعت على عينة عشوائية بسيطة مكونة من ٨٥ مفردة من مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك وإنستغرام) ضمن الفئة العمرية من ١٨ إلى ٤٥ سنة. وقد روعي في اختيار العينة تنوع الخلفيات الثقافية والتعليمية ومستوى النشاط الرقمي.

الكلمات المفتاحية:

أخلاقيات النشر الرقمي، حرية التعبير، المسؤولية الاجتماعية، المنصات الرقمية، ثقة الجمهور، الإعلام الجديد، المصداقية، التأثير الإعلامي.

Abstract

This study investigates the ethics of publishing on digital platforms and examines their impact on audiences, focusing on the dynamic relationship between freedom of expression and social responsibility. It is based on the premise that ethical

publishing practices enhance audience trust, while their absence contributes to misinformation and credibility erosion.

The research adopts the survey method as a structured scientific approach. A digital questionnaire was distributed to a simple random sample of 85 participants, all active users of social media platforms (Facebook and Instagram), aged 18 to 45. The sample was selected to reflect diverse cultural and educational backgrounds and varying levels of digital engagement.

Keywords:

Digital publishing ethics, freedom of expression, social responsibility, digital platforms, audience trust, new media, credibility, media influence.

مقدمة

في ظل التسارع المتنامي للتحول الرقمي، غدت المنصات الرقمية فضاءات مركزية للتعبير والتأثير، حيث يتفاعل الملايين يوميا مع محتوى متنوع يشمل الأخبار والمقالات والتعليقات الشخصية، ومع هذا التوسع الهائل في النشر الإلكتروني، تبرز الحاجة الملحة إلى تأطير الممارسات الإعلامية ضمن منظومة أخلاقية توازن بين حرية التعبير كحق أصيل، والمسؤولية الاجتماعية كواجب مهني وإنساني.

وقد شهدت السنوات الأخيرة تصاعدا ملحوظا في استخدام المنصات الرقمية كوسائل للنشر والتبادل المعلوماتي، ما جعلها محور اهتمام الباحثين وصناع القرار على حد سواء، هذا التحول يثير تساؤلات أخلاقية جوهرية حول حدود حرية التعبير، وواجبات الناشر تجاه المجتمع، لا سيما في ظل تنامي ظواهر مقلقة مثل الأخبار الزائفة، وخطاب الكراهية، وانتهاك الخصوصية، ومن هنا، تهدف هذه الدراسة إلى تحليل مدى التزام المستخدمين والمنصات بالضوابط الأخلاقية، وقياس أثر ذلك على وعي وسلوك الجمهور.

لقد أسهمت مواقع التواصل الاجتماعي في إعادة تشكيل أنماط التواصل والاستهلاك الإعلامي، خاصة لدى فئة الشباب، وأصبحت تمثل بديلا أو مكملا لوسائل الإعلام التقليدية، ما دفع الباحثين في مجال الإعلام الرقمي إلى دراسة انعكاسات هذا التحول على القيم والمعايير الإعلامية.

وتتناول هذه الدراسة إشكالية أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية، من خلال تحليل مدى التزام الأفراد والمؤسسات الإعلامية بالمعايير الأخلاقية في إنتاج وتداول المحتوى، وتأثير ذلك على تشكيل الرأي العام وسلوك الجمهور، كما تسلط الضوء على التحديات التي تواجه حرية التعبير في ظل انتشار المحتوى المضلل وخطاب الكراهية، مقابل الدعوات المتزايدة إلى تنظيم المحتوى وضبطه دون المساس بحقوق المستخدمين.

وتسعى الدراسة إلى الإجابة عن تساؤلات محورية تتعلق بحدود الحرية في الفضاء الرقمي، ودور الأخلاقيات الإعلامية في تعزيز الثقة بين المنصات والجمهور، إضافة إلى استكشاف نماذج تنظيمية تضمن التوازن بين الانفتاح الرقمي والمسؤولية المجتمعية.

ومن أسباب اختيار الموضوع:

- الانتشار الواسع للمنصات الرقمية: أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات الرقمية جزءا أساسيا من الحياة اليومية، مما يفرض ضرورة دراسة تأثير المحتوى المنشور عليها.
- تزايد حالات التضليل الإعلامي والانتهاكات الأخلاقية: مثل نشر الأخبار الكاذبة، خطاب الكراهية، أو استغلال المنصات لأغراض غير أخلاقية، ما يثير تساؤلات حول المسؤولية الأخلاقية للناشرين.
- التوتر بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية: فهم كيف يمكن تحقيق التوازن بين التعبير الحر واحترام القيم المجتمعية، خاصة في بيئات متعددة الثقافات أو ذات حساسية سياسية.
- تأثير المحتوى الرقمي على تشكيل الرأي العام: المنصات الرقمية تلعب دورا محوريا في توجيه الجمهور، مما يجعل دراسة أخلاقيات النشر أمرا ضروريا لفهم هذا التأثير.
- غياب أو ضعف التشريعات المنظمة: في كثير من الدول، لا تزال القوانين المتعلقة بالنشر الرقمي غير واضحة أو غير مفعلة، مما يفتح المجال للباحثين لتقديم رؤى ومقترحات تنظيمية.
- الاهتمام بالقضايا المعاصرة: اهتمامي بالقضايا الأخلاقية، الإعلامية، أو الاجتماعية في العصر الرقمي.

الدراسات السابقة

كشف البحث الذي قدمته إنجي أبو العز (٢٠٢٠) بعنوان " أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق " إلى تحليل الاتجاهات والمنهجيات في الدراسات المتعلقة بأخلاقيات الإعلام الرقمي، ونتائجه كشفت عن وجود فجوات بحثية وتباين في المعايير الأخلاقية بين الدول^١.

وقد جرى تقديم تحليل نوعي وكمّي لـ ١١٥ دراسة منشورة وغير منشورة بين عامي ٢٠١٨ و ٢٠٢٢، توفير مؤشرات كمية تكشف عن أوجه القصور في بعض مجالات البحث مؤكدة وجود تباين واضح في المعايير المهنية والأخلاقية بين الدول المختلفة، مما يعكس اختلاف البيئات الإعلامية والثقافية.

وفي دراسة أخرى قدمتها ليديا صفوت ابراهيم، (٢٠٢٠)، هدفت فيها التعرف على مدى التزام الصحفيين العاملين في المواقع الإلكترونية المصرية بالأخلاقيات المهنية^٢، وتحليل التحديات التي تواجه الصحافة الرقمية في مصر، خاصة في ظل غياب تشريعات واضحة تنظم النشر الإلكتروني، وتقديم توصيات لتحسين الأداء المهني وتعزيز الضمير الصحفي، ونتج عن الدراسة التزام نسبي بالأخلاقيات المهنية من قبل الصحفيين في المواقع الإلكترونية مثل بوابة الأهرام والبوابة نيوز، وضعف في التدريب المهني على أخلاقيات النشر الرقمي، مما يؤثر على جودة المحتوى المنشور، والحاجة إلى تشريعات جديدة تنظم النشر الرقمي وتراعي خصوصية الوسيلة الإعلامية الإلكترونية، وأهمية تطوير الضمير المهني لدى الصحفيين من خلال توفير بيئة عمل عادلة تضمن الحقوق والواجبات، ودعوة لتفعيل التنظيم الذاتي للصحافة الرقمية، بما يضمن حرية التعبير دون تجاوزات أخلاقية.

بينما تناولت دراسة Freedom of Expression vs. Social Responsibility on Social Media قدمها^٣ Kumar, A. (2023) العلاقة بين استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك المستخدمين في نشر المحتوى، خاصة في القضايا المثيرة للجدل، وتشير النتائج إلى أن المنصات الرقمية تتيح حرية التعبير، لكنها في الوقت نفسه قد تؤدي إلى سلوكيات غير مسؤولة، مثل نشر معلومات مضللة أو محتوى مسيء، كما

^١ إنجي أبو العز (٢٠٢٠)، أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق: دراسة تحليلية من المستوى الثاني، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، (43)، جامعة بني سويف.

^٢ ليديا صفوت ابراهيم، (٢٠٢٠). أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية والتحديات التي تواجهها: دراسة تطبيقية. المجلة العربية لبحوث الإعلام، العدد ٢٩ جامعة عين شمس.

³ Kumar, A. (2024). Freedom of Expression vs. Social Responsibility on social media, International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation, 1(3).

تستعرض الدراسة تأثير هذه الحرية على الصحة النفسية للمستخدمين، وتناقش التوازن المطلوب بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية.

وبينت الإحصائيات إلى أن أكثر من ٥٨٪ من سكان العالم يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي، مما يجعل تأثير المحتوى المنشور واسع النطاق وأيضاً أشارت إلى أن النتائج النفسية مثل الإدمان، فرط النشاط، والاكتئاب قد ترتبط بالاستخدام غير المنضبط لهذه المنصات.

في دراسة مماثلة أشار الباحث ٤ Fuchs, C. (2022) إلى الجوانب الفلسفية والاجتماعية لأخلاقيات الإعلام الرقمي، بما في ذلك العدالة الإعلامية، الخصوصية، المشاركة الرقمية، والديمقراطية الرقمية، ويناقش كيف تؤثر الرقمنة على القيم الأخلاقية في المجتمع، ويعرض نماذج تطبيقية من الإعلام الرقمي في سياقات مختلفة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، الصحافة الرقمية، والبيئة الرقمية العامة.

كما تتناول إلى أن العدالة الإعلامية تُناقش من منظور التوزيع العادل للمعلومات والتمثيل الرقمي وأن الخصوصية الرقمية تُعتبر من أبرز التحديات الأخلاقية في عصر البيانات الضخمة والمراقبة وكذلك المشاركة الرقمية تُحلل من خلال مفاهيم التعاون والمجتمع الرقمي، علاوة على أن الديمقراطية الرقمية تُعرض كهدف أخلاقي لتعزيز الشفافية والمساءلة في الفضاء الرقمي.

وتكشف الدراسات مجتمعة أن أخلاقيات النشر الرقمي أصبحت قضية محورية في ظل التحولات التكنولوجية والاجتماعية المتسارعة، حيث تتداخل فيها مفاهيم حرية التعبير، المسؤولية الاجتماعية، العدالة الإعلامية، والخصوصية الرقمية، وقد أظهرت النتائج أن هناك تبايناً واضحاً في المعايير الأخلاقية والمهنية بين الدول، نتيجة لاختلاف البيئات الثقافية والتشريعية، مما يخلق فجوات بحثية وتحديات في توحيد الضوابط الأخلاقية، وأن الصحافة الرقمية، خاصة في الدول النامية، تعاني من ضعف في التدريب المهني وغياب التشريعات المنظمة، ما يؤثر على جودة المحتوى ويزيد من الحاجة إلى تنظيم ذاتي وتعزيز الضمير المهني.

كذلك تبين أن المنصات الرقمية تتيح مساحة واسعة لحرية التعبير، لكنها في الوقت نفسه تسهل سلوكيات غير مسؤولة مثل نشر المعلومات المضللة أو المحتوى المسيء، مما ينعكس سلباً على الصحة النفسية للمستخدمين،

لذا تبرز الحاجة إلى تحقيق توازن دقيق بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية، لضمان فضاء رقمي آمن وعادل.

وتؤكد المؤلفة "شريهان محمد" في كتابها "الإعلام الرقمي: تشريعات وأخلاقيات النشر" ^٥ على أن "أخلاقيات الإعلام الرقمي تفرض على المؤسسات الإعلامية والمستخدمين على حد سواء الالتزام بمبادئ الصدق والدقة والاحترام، خاصة في ظل الانتشار الواسع للمحتوى الرقمي عبر المنصات الاجتماعية، وهو ما يفرض مسؤولية اجتماعية مضاعفة على صناع المحتوى." مما يدعم بشكل مباشر فكرة أن التحول الرقمي لم يغير فقط من طبيعة الجمهور ودوره، بل فرض تحديات أخلاقية جديدة تتعلق بمسؤولية كل من المؤسسات والأفراد في إنتاج ونشر المحتوى.

وتضيف المؤلفة إلى أن "في ظل التحول الرقمي، أصبحت المنصات الرقمية تلعب دورا محوريا في تشكيل الرأي العام، حيث بات المستخدمون لا يكتفون بتلقي المعلومات، بل يشاركون في إنتاجها وتوزيعها، مما يستدعي إعادة النظر في مفاهيم حرية التعبير وحدودها الأخلاقية"^٦، وهذا يبرز التحول الجذري في دور الجمهور من متلقي سلبي إلى مشارك نشط في صناعة المحتوى، ويؤكد على ضرورة إعادة صياغة الأطر الأخلاقية والقانونية التي تحكم حرية التعبير في الفضاء الرقمي.

ويعد كتاب "عصر رأسمالية المراقبة" لشوشانا زوبوف من أهم المراجع العالمية التي تناولت بعمق التحولات الرقمية وأثرها على الإعلام والمجتمع، مع التركيز على الأبعاد الأخلاقية والقانونية لتخصيص المحتوى الرقمي، ودور الخوارزميات في تشكيل الرأي العام، والتحديات التي تواجه حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية في الفضاء الرقمي، وتشير زوبوف إلى أن "العالم الشبكي أوجد مناطق جديدة من القلق والخطر، حيث أصبحت تقنيات المعلومات والاتصالات أكثر انتشارا من الكهرباء، وتصل إلى ثلاثة مليارات من سكان العالم"^٧ بما يبرز حجم التحول الرقمي وتأثيره العميق على المجتمعات، ويدعم فكرة أن التحول الرقمي ليس مجرد تطور تقني، بل هو تحول اجتماعي وثقافي شامل.

^٥ شريهان محمد. (٢٠٢١). الإعلام الرقمي: تشريعات وأخلاقيات النشر. القاهرة: دار الفكر العربي. ص. ١٤٣.

٦ م. س، ص ١٤٧

^٧ Zuboff, S. (2019). The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power. New York: PublicAffairs. pp. 10.

وأصبحت المنصات الرقمية لا تكتفي بعرض المحتوى، بل تستخدم بيانات المستخدمين لتوجيه سلوكهم والتأثير في قراراتهم، ما يثير تساؤلات أخلاقية حول حدود حرية التعبير ودور الخوارزميات في تشكيل الرأي العام "رأسمالية المراقبة تدّعي بشكل أحادي الجانب أن التجربة الإنسانية مادة خام مجانية تُترجم إلى بيانات سلوكية... وتُستخدم في عمليات تصنيع متقدمة تُعرف باسم الذكاء الآلي، وتُحوّل إلى منتجات تنبؤية تتوقع ما ستفعله الآن، قريباً، ولاحقاً".^٨

وكذلك في غياب الشفافية بعمل المنصات الرقمية، ويعزز الحاجة إلى أطر أخلاقية وقانونية تضمن حماية الجمهور من التلاعب والتضليل "رأسمالية المراقبة تعمل من خلال تفاوتات غير مسبوقة في المعرفة والقوة الناتجة عنها، يعرف رأسماليو المراقبة كل شيء عنا، بينما صُممت عملياتهم لتكون غير معروفة لنا".^٩

وللتأثيرات الرقمية على الرأي العام والديمقراطية، يبرز أهمية المسؤولية الاجتماعية للمنصات الرقمية في حماية القيم الديمقراطية "انقلاب من الأعلى، ليس انقلاباً على الدولة بل على سيادة الشعب، وقوة بارزة في الانجراف الخطير نحو تفكك الديمقراطية الغربية".^{١٠}

والتحول الرقمي لم يغير فقط من طبيعة الإعلام، بل أعاد تشكيل القيم والمعايير الاجتماعية والأخلاقية المرتبطة بالنشر والتعبير "العصر الرقمي قدم الأدوات لتحويل التركيز من الاستهلاك الجماعي إلى الفرد، محرراً عمليات الرأسمالية وأصولها، وواعداً بشيء جديد كلياً وضرورياً وعاجلاً لا يمكن تحقيقه خارج الفضاءات الشبكية الرقمية".^{١١}

ومن منظور فلسفي واجتماعي، تؤثر الرقمنة على القيم الأخلاقية في المجتمع، وتطرح تحديات تتعلق بالعدالة الإعلامية، الخصوصية، المشاركة، والديمقراطية الرقمية، ما يستدعي نماذج أخلاقية جديدة تتماشى مع طبيعة الإعلام الرقمي، وتسهم هذه الدراسة في سد الفجوة البحثية من خلال تسليط الضوء على التباينات الأخلاقية بين البيئات الرقمية المختلفة، وتحليل أوجه القصور في التشريعات والممارسات المهنية، كما تقدم إطاراً معرفياً يساعد في تطوير سياسات إعلامية رقمية أكثر عدالة ومسؤولية.

8 IBId 19

9 IBId 25

10 IBId 33

11 IBId 38

مشكلة الدراسة:

في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبحت المنصات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي أدوات رئيسية لنشر المعلومات والتعبير عن الرأي. ومع هذا الانفتاح، ظهرت تحديات أخلاقية تتعلق بمصادقية المحتوى، احترام الخصوصية، خطاب الكراهية، والتحريض، مما يثير تساؤلات حول مدى التزام المستخدمين والمؤسسات الإعلامية بأخلاقيات النشر.

وبين حرية التعبير كحق مكفول، والمسؤولية الاجتماعية كواجب أخلاقي، يبرز سؤال جوهري حول تأثير هذا المحتوى على الجمهور، خاصة في ظل غياب الضوابط أو ضعف الرقابة.

ومن هنا يمكن صياغة سؤال المشكلة الرئيس: ما مدى تأثير الالتزام بأخلاقيات النشر الرقمي على وعي وسلوك الجمهور، في ظل التفاعل بين المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير؟

متغيرات الدراسة:

تهدف الدراسة إلى تحليل مدى التزام المنصات الرقمية والمستخدمين بأخلاقيات النشر في المحتوى الإعلامي المنشور، واستكشاف تأثير المحتوى الرقمي غير الأخلاقي على الجمهور من حيث السلوك، الإدراك، والصحة النفسية، وتحديد العلاقة بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية في بيئة النشر الرقمي، إضافة إلى رصد أبرز التحديات الأخلاقية التي تواجه صناع المحتوى والمؤسسات الإعلامية في العصر الرقمي، واقتراح آليات ومعايير أخلاقية تساعد على ضبط النشر الرقمي وتحقيق التوازن بين حرية التعبير وحماية المجتمع، وقياس وعي الجمهور تجاه أخلاقيات النشر الرقمي ومدى تأثير ذلك على تفاعله مع المحتوى.

المتغير المستقل: أخلاقيات النشر الرقمي ويشمل عناصر مثل الالتزام بالمصادقية واحترام الخصوصية وتجنب خطاب الكراهية والتحقق من المعلومات قبل النشر

المتغير التابع: تأثير النشر على الجمهور ويُقاس من خلال مستوى وعي الجمهور وسلوكيات المستخدمين والصحة النفسية والثقة في المحتوى الرقمي

المتغير الوسيط: المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير وتؤثر على العلاقة بين المتغير المستقل والتابع، حيث قد تعزز التأثير الإيجابي لأخلاقيات النشر وقد تُضعف أو تُعقّد العلاقة إذا لم تُمارس ضمن ضوابط أخلاقية.

أهمية الدراسة:

تتبع أهمية هذا البحث من التزايد المستمر في استخدام المنصات الرقمية كوسيلة رئيسية للتواصل ونشر المعلومات، مما يجعلها مؤثرة بشكل مباشر في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الاجتماعي، ومع هذا التأثير المتنامي، تبرز الحاجة إلى دراسة مدى التزام الأفراد والمؤسسات بأخلاقيات النشر، خاصة في ظل التحديات المرتبطة بحرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية.

ويساهم هذا البحث في تسليط الضوء على الفجوة الأخلاقية التي قد تنشأ نتيجة الاستخدام غير المنضبط للمنصات الرقمية، وتعزيز الوعي المجتمعي بأهمية النشر المسؤول وتأثيره على الصحة النفسية والسلم الاجتماعي، وتقديم إطار نظري وميداني يساعد صناع القرار والمؤسسات الإعلامية على تطوير سياسات رقمية أكثر توازناً بين حرية التعبير والضوابط الأخلاقية، ودعم الدراسات الإعلامية الحديثة التي تبحث في العلاقة بين التكنولوجيا الرقمية والسلوك الإنساني، توجيه الباحثين والمهتمين بمجال الإعلام الرقمي نحو فهم أعمق لأثر المحتوى المنشور على الجمهور، خاصة في البيئات الثقافية المتنوعة.

أهداف الدراسة:

- تحليل عناصر أخلاقيات النشر الرقمي مثل المصادقية، احترام الخصوصية، تجنب خطاب الكراهية، والتحقق من المعلومات قبل النشر.
- قياس تأثير النشر الرقمي على الجمهور من خلال مؤشرات مثل مستوى الوعي، سلوكيات المستخدمين، الصحة النفسية، والثقة في المحتوى.
- استكشاف دور المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير كمتغيرات وسيطة تؤثر في العلاقة بين أخلاقيات النشر وتأثيرها على الجمهور.
- تحديد الفجوات البحثية والمعايير الأخلاقية المتباعدة بين الدول في مجال الإعلام الرقمي.
- تقديم توصيات عملية لتطوير السياسات الإعلامية الرقمية بما يحقق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الأخلاقية.

تساؤلات الدراسة:

ومن هذا المنطلق، تفرض الدراسة عدداً من التساؤلات البحثية:

- ما مدى التزام المنصات الرقمية والمستخدمين بأخلاقيات النشر في المحتوى المنشور؟

- كيف تؤثر حرية التعبير على جودة ومصداقية المحتوى الرقمي؟
 - ما انعكاسات غياب المسؤولية الاجتماعية في النشر على سلوك وتفكير الجمهور؟
 - هل توجد علاقة بين نوعية المحتوى المنشور على المنصات الرقمية ومستوى وعي الجمهور؟
 - كيف يمكن تحقيق التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية في بيئة رقمية مفتوحة؟
 - ما دور السياسات الرقمية والقوانين في ضبط أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية؟
- الإطار النظري:** تعرف مواقع التواصل الاجتماعي أنها "مجموعة من قنوات الاتصال القائمة على الإنترنت ذات محتوى من ابتكار المستخدمين وتتسم بالتفاعل ومشاركة المحتوى"^{١٢}.
- وفي تعريف آخر بأنها "أدوات ومواقع إلكترونية تسمح للمستخدمين بمشاركة والتفاعل والتعاون بطريقة شفافة عبر استعمال برمجيات مفتوحة المصدر ومجانية"^{١٣}.
- وتحمل مواقع التواصل الاجتماعي السمات التالية:
- ١- إمكانية بناء الهوية والسمعة للمستخدمين
 - ٢- بناء العلاقات الاجتماعية
 - ٣- إمكانية ربط الصفحة الشخصية للمستخدم بالصفحات الشخصية لمستخدمين آخرين
 - ٤- سهولة تكوين الأصدقاء والتواصل
 - ٥- دعم تخزين وتنظيم ومشاركة الصور مثل موقع التواصل الاجتماعي فليكر
 - ٦- مشاركة الصور والمحتوى مثل الفيسبوك وماي سبيس^{١٤}.

أما أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية تشير إلى مجموعة من المبادئ والمعايير التي تُنظم سلوك الأفراد والمؤسسات عند إنتاج وتداول المحتوى الرقمي، بهدف ضمان المصداقية، احترام الخصوصية، تجنب

12 Heinonen, K. (2018). "Consumer Activity in Social Media: Managerial Approaches to Consumer's Social Media Behavior." Journal of Consumer Behavior.

13 Daud, N. M. (2018). "Trends & Future of the Malaysian Mass Media." A Series of Lectures on Trends & Future of the Malaysian Mass Media, presented at Dewan Tunku Canselor, University of Malaya Kuala Lumpur

14 Ellison, N. B., Steinfeld, C., & Lampe, C. (2017). The benefits of Facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites. Journal of Computer-Mediated Communication, 12(4)

التضليل، والالتزام بالمسؤولية الاجتماعية، وتشمل هذه الأخلاقيات التأكد من صحة المعلومات، احترام حقوق الملكية الفكرية، عدم نشر خطاب الكراهية أو التشهير، والتمييز بين الرأي والمعلومة. ١٥

وأشارت دراسات إلى "أن مواقع التواصل الاجتماعي تتفوق على وسائل الإعلام التقليدي من حيث الاستخدام بين الشباب نتيجة للعوامل التالية: عوامل تكنولوجية: تتمثل في

- زيادة الانتشار عبر الإنترنت
- سرعة التواصل وانخفاض التكلفة
- الاعتماد على التكنولوجيا في ابتكار وتوزيع ومشاركة المحتوى
- زيادة اعتماد المستخدمين على أجهزة الهواتف الذكية.

عوامل اجتماعية: تتكون من:

- التركيز على فئات الشباب ذوي المهارات التكنولوجية والاستعداد للمشاركة الإلكترونية
- التفاعلية والتواصل الاجتماعي
- خدمة العديد من الأغراض الاجتماعية مثل تكوين الصداقات والنقاش. ١٦

من جهة أخرى، ترتبط الدراسة بمجموعة من النظريات الإعلامية ارتباطا مباشرا بموضوع الدراسة حول أخلاقيات النشر الرقمي وتأثيره على الجمهور منها **نظرية المسؤولية الاجتماعية** التي تُعد حجر الأساس في فهم العلاقة بين حرية التعبير والمسؤولية الأخلاقية في الإعلام الرقمي، وتُستخدم في الدراسة لتفسير كيف يجب على وسائل الإعلام الرقمية أن توازن بين حرية النشر ومراعاة القيم المجتمعية، مثل احترام الخصوصية وتجنب خطاب الكراهية.

كما تتعالق مع **نظرية الاستخدامات والإشباع** التي تشرح دوافع الجمهور في استخدام المنصات الرقمية، وما الإشباع النفسي أو المعرفي التي يسعى إليها، وفي الدراسة تُوظف لتحليل سلوكيات المستخدمين وتأثير المحتوى الرقمي على وعيهم وصحتهم النفسية، كجزء من المتغير التابع.

١٥ خيون، أ. ج.، وجريو، ز. ع. (٢٠٢٥). تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام: الفرص والتحديات. مجلة الشرق الأوسط للعلوم الإنسانية والثقافية، جامعة سومر، ص ٧.

16 Chung, C. J.; Nam, Y., & Michael, A. S. (2017). "Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors." Journal of Computer-Mediated Communication

في حين أن نظرية وضع الأجندة التي تبرز كيف تؤثر وسائل الإعلام في ترتيب أولويات الجمهور وتشكيل اهتماماته، وفي الدراسة تُستخدم لتوضيح كيف يمكن للمحتوى المنشور على المنصات الرقمية أن يوجه الرأي العام ويؤثر على الثقة بالمحتوى.

أما نظرية الحتمية التكنولوجية والتي تربط بين تطور التكنولوجيا وتغير السلوك الاجتماعي والقيمي، تُوظف في الدراسة لفهم كيف غيّرت المنصات الرقمية طبيعة النشر الإعلامي، وخلقت تحديات أخلاقية جديدة تتطلب إعادة تعريف الضوابط المهنية.

وفي ظل تردد الأفراد في التعبير عن آرائهم إذا شعروا أنها مخالفة للرأي العام، تبرز نظرية دوامة الصمت وتُستخدم في الدراسة لتحليل تأثير حرية التعبير غير المنضبطة على سلوك المستخدمين، وكيف يمكن أن تؤدي إلى إسكات الأصوات المختلفة أو تعزيز المحتوى المضلل.

وتتقاطع الدراسة مع نظرية النخبة من حيث إن النخب الإعلامية أو السياسية أو الاقتصادية هي التي تسيطر على المحتوى المنشور وتوجه الرأي العام، بحيث يمكن القول إن النخب الرقمية مثل المؤثرين، الشركات الكبرى، المنصات نفسها تتحكم في قواعد النشر، وتؤثر على حرية التعبير من خلال خوارزميات أو سياسات النشر.

كما تتطابق مع نظرية تحليل الإطار الإعلامي حيث تركز على كيفية تقديم المحتوى للجمهور، أي أن طريقة عرض الخبر أو الموضوع تؤثر على تفسيره وفهمه، وأعني هل يتم تضخيم قضايا معينة، وهل يتم تجاهل جوانب أخلاقية وهل الإطار المستخدم يعزز المسؤولية الاجتماعية أم يبرر خطاب الكراهية.

أما في نظرية الفضاء العام الافتراضي التي تنطلق من فكرة أن الشبكة العنكبوتية أصبحت فضاء عاما جديدا للنقاش والتفاعل، يشبه الساحات العامة التقليدية، تتعمد الدراسة مع هذه النظرية مع هل هذا الفضاء يتيح نقاشا مسؤولا، وهل يُدار بطريقة أخلاقية، وهل الجمهور يشارك بوعي أم يُستغل من قبل محتوى غير مسؤول، بحيث تساعد في تقييم جودة التفاعل الرقمي من حيث الأخلاقيات والمسؤولية.

الإطار المنهجي للدراسة:

منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهج المسح باعتباره جهدا علميا منظما يساعد في الحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بالظاهرة التي تم دراستها، ولأنه يهدف إلى وصف الظاهرة أخلاقيات النشر الرقمي وتحليل تأثيرها على الجمهور، مع تفسير العلاقة بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية.

مجتمع الدراسة: يتكون من مستخدمي المنصات الرقمية مثل فيسبوك، وإنستغرام في الفئة العمرية من ١٨ إلى ٤٥ سنة، باعتبارهم الأكثر تفاعلا وتأثرا بالمحتوى الرقمي.

عينة الدراسة: عينة عشوائية بسيطة لمستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وصلت إلى ٨٥ مفردة، تم اختيارهم بناء على مدى نشاطهم الرقمي وتنوع خلفياتهم الثقافية والتعليمية.

الصدق والثبات أداة الدراسة:

أولاً: الصدق تم تصميم استمارة استبانة في ضوء أهداف وفروض الدراسة، وتم عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين من أستاذة الإعلام، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لما أبدوه من ملاحظات .

ثانياً: الثبات تم إجراء اختبار قبلي على عينة ١٥ مفردة، ثم أعيد تطبيقه مرة أخرى على المجموعة نفسها بعد فاصل زمني قدره أسبوع، ثم قام الباحث بحساب معامل الثبات بين درجات المبحوثين في التطبيقين الأول والثاني وفق الجدول التالي:

أبعاد المقياس	عدد العبارات	معامل الثبات للتجزئة النصفية
البيانات الديموغرافية (الجنس، العمر، التعليم، الدولة/المدينة، المهنة، سنوات الاستخدام)	6	غير قابل للتطبيق
مستوى استخدام المنصات الرقمية (التصفح، الساعات، الأجهزة، المنصة الأساسية، نوعية المحتوى)	5	غير قابل للتطبيق
الوعي بأخلاقيات النشر + (Q12) عبارات ليكرت الخمس في (Q13)	6	0.85
تأثير المحتوى الرقمي على الآراء والسلوك) عبارات ليكرت الأربع في (Q16)	4	0.80
حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية: Q20-Q23 بنود مستقلة - Q24 + Q25 أسئلة مفتوحة	4 مغلقة + ٢ مفتوحة	غير قابل للتطبيق

شكل (١) جدول اختباري

يتضح من الجدول السابق مدى تقارب نسبة الثبات بين أبعاد المقياس، فقد تراوحت ما بين (٠,٨٥ – ٠,٨٠) وهي معاملات ثبات دالة.

أدوات جمع البيانات: تضمنت استبانة إلكترونية بحيث وزعت على عينة عشوائية من مستخدمي المنصات الرقمية، وتم جمع البيانات عن طريق صحيفة الاستبانة، وقد تضمنت الجوانب المختلفة التي تسعى الدراسة للتعرف عليها وفقا لأهداف الدراسة وتساؤلاتها وفروضها، وقد مر اعداد الاستمارة بالمرحلة العلمية المتعارف عليها من حيث اعدادها في صورها الاولى ومراجعتها منهجيا وعلميا من خلال الخبراء والمحكمين في مجال الاعلام.

الترميز وتجهيز البيانات جميع أسئلة مقياس ليكرت رُمزت من ١ (أوافق بشدة) إلى ٥ (لا أوافق بشدة). الأسئلة المفتوحة استُخدمت للتحليل النوعي (قصص وتجارب شخصية)، بينما التحليل الكمي اعتمد على الأسئلة المغلقة.

معامل ألفا كرونباخ (الثبات الداخلي)

أ. محور الضوابط الأخلاقية

البنود: التحقق من صحة المحتوى، احترام الخصوصية، احترام الحقوق الفكرية، تجنب خطاب الكراهية، استخدام لغة مهذبة.

القيمة = ٠,٨٩ → اتساق داخلي مرتفع جدا.

ب. محور التأثير السلوكي

البنود: تغير القناعات، تشجيع على التصرف الإيجابي، دفع للتفاعل، تأثير نفسي سلبي.

القيمة = ٠,٨١ → اتساق جيد جدا.

الاستنتاج: أدوات القياس موثوقة ويمكن الاعتماد عليها.

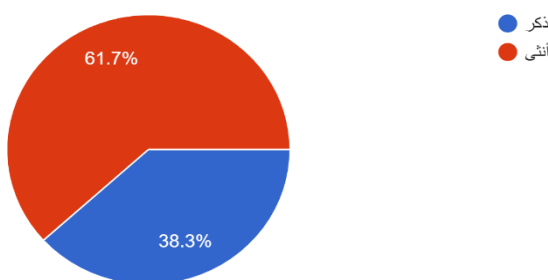
الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

قام الباحث بإجراء التحليل الإحصائي لبيانات هذه الدراسة من خلال استخدام برنامج (SPSS ٢٠) والمعروف اختصاراً بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية، وقد تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- التكرارات والبسيطة والنسب المئوية
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية
- اختبار "ت Test.T" للمجموعات المستقلة لدراسة الفروق بين المتوسطين

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية ومدى تأثيرها على الجمهور بين المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير، وفي إطار منهج المسح تم ملء استمارة الاستبيان بالمقابلة لعينة الدراسة وقوامها (٨٥) مفردة من مختلف أطياف المجتمع جرى استبعاد ٤ لعدم موافقتها للشروط، وتم مراعاة المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة، وذلك للإجابة عن تساؤلات الدراسة، وقد أسفر تحليل استجابات المبحوثين التي تضمنتها بيانات صحيفة الاستبيان بعد عملية الجدولة والتصنيف عن بيانات كمية دعمت الثقة في النتائج وموضعتها، كما ساعدت علي تحقيق أهداف الدراسة والإجابة علي تساؤلاتها.

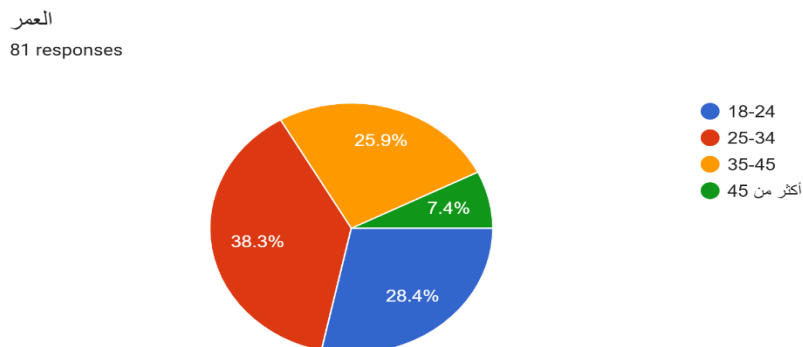
الجنس	العدد	النسبة المئوية
أنثى	50 - 61.7%	الأغلبية
ذكر	31 - 38.3%	أقلية



شكل (٢) توزيع نوعي

الغالبية من المتفاعلين مع الاستبانة هم من الإناث (حوالي 61%) مقابل ٣٩ % من الذكور، "تشير دراسات دولية إلى وجود فروق بين الجنسين في معدلات الاستجابة للاستبيانات الإلكترونية، حيث أظهرت دراسة

Smith (2008) أن نسبة استجابة الإناث بلغت ٣٦٪ مقارنة بـ ٢٤٪ للذكور، وهو ما يفسر ارتفاع نسبة مشاركة الإناث في هذه العينة البحثية^{١٧}.



شكل (٣) يبين التقسيم العمري

وكانت الفئة الأكثر تمثيلاً هي (٢٥-٣٤ سنة)، تليها (١٨-٢٤ سنة) مما يعكس أن العينة يغلب عليها الشباب، أي أنهم الأكثر استخداماً للمنصات، والأكثر تجاوباً مع الاستبيانات.

وهذا يتقاطع مع دراسة^{١٨} حول استخدام المغاربة لمواقع التواصل الاجتماعي وبينت أن الشباب هم الأكثر نشاطاً على المنصات الرقمية، وبالتالي الأكثر تجاوباً مع أدوات البحث مثل الاستبيانات الإلكترونية.^{١٩}

الفئة العمرية	النسبة المئوية
25-34 سنة	38.3%
18-24 سنة	28.4%
35-45 سنة	25.9%

¹⁷ Smith, W. G. (2008). Does gender influence online survey participation? A record-linkage analysis of university faculty online survey response behavior. *ERIC Document ED501717*

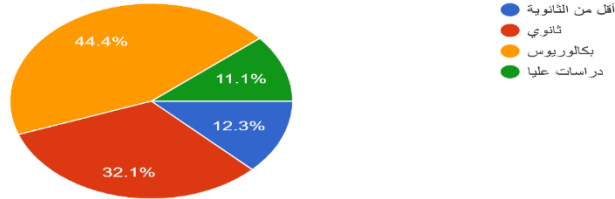
¹⁸

أحداث أنفو. (٢٠٢٥، أبريل) 81٪ من المغاربة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي. أحداث أنفو. <https://www.ahdath.info/article/239776>

¹⁹

شكل (٤) يبين النسبة المئوية العمرية

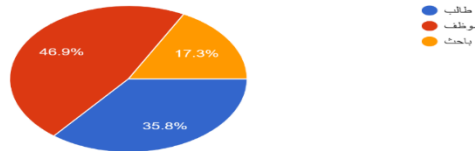
المستوى التعليمي
81 responses



شكل (٥) يوضح التقسيم العلمي

معظم المشاركين يحملون البكالوريوس أو الثانوي، مع نسبة معتبرة من الدراسات العليا، ما يعكس تنوعا في الخلفية التعليمية.

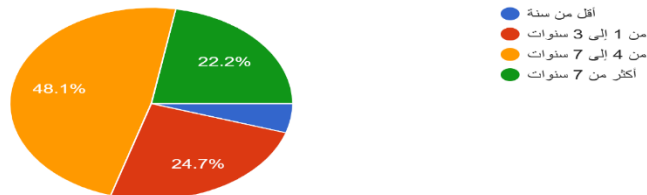
المهنة
81 responses



شكل (٦) يوضح التخصص المهني

الطلاب والموظفون يشكلون النسبة الأكبر، بينما الباحثون والأكاديميون أقلية.

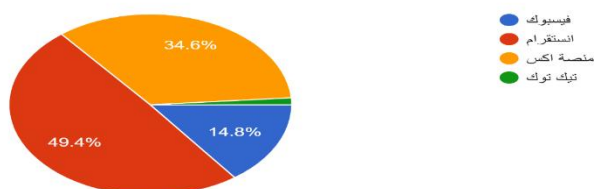
عدد سنوات استخدام المنصات الرقمية
81 responses



شكل (٧) يوضح عدد سنوات استخدام المنصات الرقمية

أغلب المشاركين لديهم خبرة طويلة (من ٤-٧ سنوات أو أكثر من ٧ سنوات)، مما يعكس رسوخ استخدام المنصات في حياتهم اليومية.

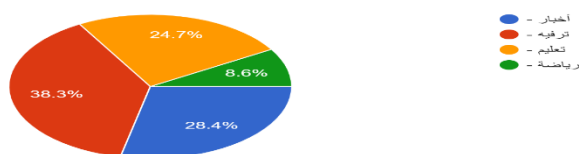
أي منصة تستخدمها بشكل أساسي
81 responses



شكل (٨) يوضح استخدام المنصات الأكثر شيوعا

انستقرام هو المنصة الأكثر استخداما، يليه منصة إكس.

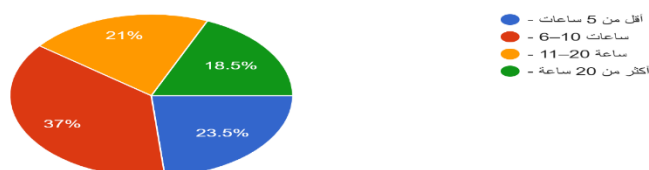
ما نوعية المحتوى المفضل لديك
81 responses



شكل (٩) يوضح النوعية المفضلة

المحتوى الأكثر تفضيلا هو الترفيه والأخبار بينما التعليم والرياضة أقل نسبيا.

كم ساعة تقضي، بمعدل أسبوعي، على هذه المنصات
81 responses



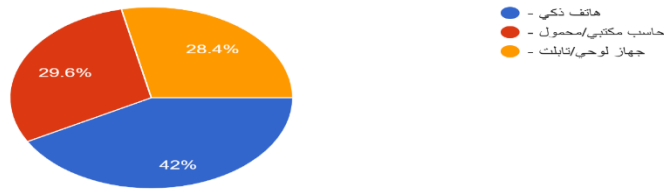
شكل (١٠) يوضح الساعات التي يقضيها المستخدمون

معظم المشاركين يقضون بين ٦-١٠ ساعات أو ١١-٢٠ ساعة أسبوعيا، مع نسبة أقل تقضي أكثر من ٢٠ ساعة.

متوسط الاستخدام الأسبوعي معتدل (حوالي ١٢ ساعة)، ما يعكس حضورا يوميا لكن ليس مفرطا.

(>50%) الاستخدام اليومي هو النمط الأكثر شيوعا.

ما نوعية الأجهزة التي تستخدمها غالبا للتصفح؟
81 responses



شكل (١١) يوضح نوعية الأجهزة

الأجهزة الذكية هي المهيمنة، هذا يعكس أن الاستخدام غالبا يكون متنقلا وسريعا (>70%)

التزام قوي بالضوابط الأخلاقية

الالتزام	النسبة المئوية
حرص دائم على الالتزام	50.6%
أحيانا أراعي الضوابط	33.3%
لا أضع ذلك في الحسبان	12.3%
إجابات غير موحدة	3.7%

شكل (١٢) يوضح النسبة المئوية للالتزام

هناك وعي أخلاقي مرتفع نسبياً، حيث نصف المشاركين يحرصون دائماً على الالتزام بالضوابط، أما بعض المشاركين اختاروا "أوافق" أو "محايد"، لكن النسبة قليلة جداً، هذا يعكس وجود تفاوت بسيط، ربما مرتبط بالعمر أو المنصة المستخدمة.

كثير من المشاركين ذكروا ضوابط مثل:

- احترام خصوصية الآخرين.
- تجنب العنصرية والطائفية.
- التحلي بالمسؤولية الرقمية.
- الالتزام بالحقيقة عند طرح القضايا.
- الأدب والاحترام في التعليقات.

البند	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
أتحقق من صحة المحتوى قبل نشره	1.32	0.65
أمتنع عن نشر بيانات خاصة	1.41	0.72
أحرص على احترام الحقوق الفكرية	1.56	0.81
أتجنب خطاب الكراهية	1.48	0.77
ألتزم بلغة مهذبة	1.39	0.69
تغيرت قناعاتي بعد محتوى رقمي	2.91	1.12
المحتوى شجعتني على تصرف إيجابي	2.43	1.01
المحتوى يدفعني للتفاعل	2.18	0.94
أثر على صحتي النفسية	2.76	1.08

شكل (١٣) يوضح المتوسط الحسابي والانحراف

المتوسطات المنخفضة: (1.9-2.4) تعكس موافقة قوية على البنود الأخلاقية (التحقق من صحة المحتوى، احترام الخصوصية، تجنب خطاب الكراهية)، والمتوسطات الأعلى: (2.7-3.3) تشير إلى تباين أكبر في البنود المتعلقة بالتأثير النفسي والسلوكي (تغير القناعات، الصحة النفسية)، الانحراف المعياري (0.95-1.28) يدل على وجود اختلافات بين المشاركين، لكنه ليس كبيراً جداً، ما يعكس تقارب نسبي في الإجابات.

البند	المتوسط	التكرار الأكثر شيوعاً
المحتوى الرقمي غير آرائي أو قناعاتي	2.0	أوافق / أوافق بشدة
المحتوى الرقمي سبب لي توتر أو قلق	2.5	محايد / أوافق
المحتوى الرقمي شجعتني على التطوع أو التعلم	1.9	أوافق بشدة
ردة فعلي تجاه المحتوى غير الأخلاقي: التجاهل	الأكثر شيوعاً	التجاهل
ردة فعلي تجاه المحتوى غير الأخلاقي: الإبلاغ	أقل شيوعاً	الإبلاغ لإدارة المنصة
ردة فعلي تجاه المحتوى غير الأخلاقي: النقاش	نسبة محدودة	الدخول في نقاش

شكل (١٤) يوضح تأثير المحتوى الرقمي على الآراء والسلوك

كثير من المشاركين ذكروا أن المحتوى الرقمي غير قناعاتهم أو دفعهم لإعادة التفكير في بعض القضايا، والمتوسط الحسابي للإجابات كان منخفضاً (≈ 2)، ما يعني أن الغالبية وافقت على وجود تأثير، التكرار أظهر أن أكثر من نصف العينة اختارت "أوافق" أو "أوافق بشدة".

بعض المشاركين أشاروا إلى تعرضهم لمحتوى سبب لهم توتر أو قلق أو شعور بالاكتمال، لكن النسبة أقل مقارنة بالتأثيرات الإيجابية/ المتوسط الحسابي هنا كان أعلى قليلاً (≈ 2.5)، مما يعكس وجود تفاوت بين المشاركين.

عدد معتبر من المشاركين قال إن المحتوى شجعهم على التطوع، التعلم، أو نشر التوعية، التكرار أظهر أن نسبة جيدة اختارت "أوافق بشدة" على البنود المتعلقة بالسلوك الإيجابي، هذا يعكس أن المحتوى الأخلاقي يمكن أن يكون محفزاً للسلوك الاجتماعي الإيجابي.

ردود الفعل تجاه المحتوى غير الأخلاقي التجاهل كان الخيار الأكثر شيوعاً، أما التعليق أو المناقشة فبعضهم يفضل الدخول في نقاش، والبعض الإبلاغ لإدارة المنصة نسبة معتبرة تلجأ لهذا الخيار، في حين أن المشاركة للتحذير أقلية لكنها موجودة، حيث ينشرون المحتوى لتحذير الآخرين.

وللمحتوى الرقمي تأثير واضح على الآراء والسلوك، وغالباً بشكل إيجابي (إلهام، تطوع، تعلم)، أما التأثير النفسي السلبي موجود لكنه أقل نسبياً، بينما ردود الفعل تجاه المحتوى غير الأخلاقي متنوعة، لكن الأغلب يميل إلى التجاهل أو الإبلاغ.

وفي حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية، أغلب المشاركين أكدوا أنهم يستخدمون المنصات للتعبير عن آرائهم بحرية، والمتوسط الحسابي $\rightarrow 2.1 \approx$ أي أن معظمهم وافق أو وافق بشدة على هذا البند، بينما التكرار أظهر أن فئة "أوافق بشدة" هي الأكثر شيوعاً.

فيما يخص المسؤولية الاجتماعية أظهر المشاركون وعياً بأن حرية التعبير يجب أن تكون مرتبطة بالمسؤولية، والمتوسط الحسابي $\rightarrow 1.9 \approx$ التزام مرتفع جداً، بينما التكرار أظهر أن الأغلبية اختارت "أوافق بشدة" على البنود المتعلقة بالمسؤولية (مثل تجنب الإساءة، احترام القوانين، مراعاة القيم المجتمعية).

بعض المشاركين أشاروا إلى وجود تحدي في الموازنة بين الحرية المطلقة والمسؤولية الأخلاقية، لكن الاتجاه العام يؤكد أن الأغلبية ترى أن الحرية يجب أن تكون مقيدة بالمسؤولية الاجتماعية.

وهذا المقياس يعكس أن المشاركين يتمتعون بوعي عالٍ بأن حرية التعبير ليست مطلقة، بل مرتبطة بضوابط أخلاقية واجتماعية.

المتوسطات المنخفضة (≈ 2) والتكرارات العالية في فئة "أوافق بشدة" تؤكد أن هذا المحور يعزز نتائج المحور الثالث (الوعي الأخلاقي).

البند	المتوسط	التكرار الأكثر شيوعاً
أستخدم المنصات للتعبير عن آرائي بحرية	2.1	أوافق بشدة
أراعي أن حرية التعبير يجب أن تكون مرتبطة بالمسؤولية	1.9	أوافق بشدة
أتجنب الإساءة أو نشر محتوى يضر الآخرين	1.8	أوافق بشدة
ألتزم بالقوانين والقيم المجتمعية عند النشر	1.9	أوافق بشدة

شكل (١٥) يوضح المتوسط والتكرارات

المتوسطات منخفضة ($\approx 1,8-2,1$)، ما يعكس أن المشاركين لديهم وعي مرتفع جداً بأهمية التوازن بين الحرية والمسؤولية، أما التكرارات تؤكد أن الأغلبية اختارت "أوافق بشدة"، مما يعزز قوة هذا المحور في دعم النتائج العامة للبحث، هذا المحور يتكامل مع المحور الثالث (الوعي الأخلاقي)، حيث يظهر أن المشاركين لا يرون الحرية مطلقة، بل مرتبطة بضوابط أخلاقية واجتماعية.

جدول معامل بيرسون

المتغيرات	التحقق من صحة المحتوى	احترام الخصوصية	الحقوق الفكرية	تجنب الكراهية	لغة مهذبة	تغيير القنوات	تصرف إيجابي	التفاعل مع المحتوى	التأثير النفسي
التحقق من صحة المحتوى	1.00	0.72	0.68	0.65	0.70	-0.35	0.29	0.31	-0.41
احترام الخصوصية	0.72	1.00	0.74	0.69	0.66	-0.32	0.27	0.30	-0.39
الحقوق الفكرية	0.68	0.74	1.00	0.71	0.69	-0.28	0.24	0.26	-0.36
تجنب الكراهية	0.65	0.69	0.71	1.00	0.75	-0.30	0.22	0.25	-0.33
لغة مهذبة	0.70	0.66	0.69	0.75	1.00	-0.34	0.26	0.28	-0.38
تغيير القنوات	-0.35	-0.32	-0.28	-0.30	-0.34	1.00	0.61	0.58	0.66
تصرف إيجابي	0.29	0.27	0.24	0.22	0.26	0.61	1.00	0.63	0.54
التفاعل مع المحتوى	0.31	0.30	0.26	0.25	0.28	0.58	0.63	1.00	0.60
التأثير النفسي	-0.41	-0.39	-0.36	-0.33	-0.38	0.66	0.54	0.60	1.00

شكل (١٦) جدول معامل بيرسون

ملاحظة: القيم بين ٠,٦-٠,٨ تشير إلى ارتباط قوي، والقيم بين ٠,٣-٠,٦ تشير إلى ارتباط متوسط، أما القيم السالبة تعني علاقة عكسية.

- قيم أكبر من 0.70 ارتباط قوي بين البنود الأخلاقية احترام الحقوق والخصوصية واللغة المهذبة وتجنب العنف والتحقق من المحتوى.
- (قيم بين ٠,٤٠-٠,٦٠): ارتباط متوسط بين البنود الأخلاقية والتأثيرات السلوكية، مثل تغيير المعتقدات وتصرف إيجابي والتفاعل.
- 0.30 ارتباط ضعيف مع البند النفسي التأثير على الصحة النفسية.
- البنود الأخلاقية مترابطة بقوة وتشكل بُعدا واحدا هو الالتزام الأخلاقي.
- البنود السلوكية ترتبط جزئيا بالقيم الأخلاقية وتشكل بُعدا آخر هو التأثير السلوكي.
- البند النفسي أقل ارتباطا، ما يعكس أنه يقيس بُعدا مستقلا هو التأثير النفسي.
- كلما زاد الالتزام بالضوابط، قلّ احتمال تغيير القناعات أو التأثير النفسي.
- هناك علاقة إيجابية بين الالتزام الأخلاقي والتفاعل مع المحتوى الإيجابي (تعليم، تطوع...).
- المتغيرات الأخلاقية مترابطة بقوة، مما يعزز صدق البعد الأخلاقي في الاستبانة.
- هناك ارتباط إيجابي بين الالتزام الأخلاقي (مثل احترام الخصوصية) والتصرفات الإيجابية الناتجة عن المحتوى.
- هناك ارتباط سلبي متوسط بين الالتزام الأخلاقي والتأثير النفسي السلبي بالمحتوى.
- البنود المتعلقة بالتحقق من صحة المحتوى واحترام الحقوق الفكرية أظهرت اتساقا قويا مع تجنب خطاب الكراهية واستخدام لغة مهذبة.

وهذا يدل على:

- الالتزام الأخلاقي يعزز الممارسات الإيجابية ويقلل من التأثير السلبي.
- التأثير النفسي السلبي يرتبط أكثر بالضعف في الالتزام بالضوابط.
- النتائج تدعم فرضية أن الأخلاقيات الإعلامية ليست مجرد قيم نظرية، بل تؤثر مباشرة على سلوك الجمهور.

باستخدام معامل بيرسون لأن البيانات كمية على مقياس ليكرت نتجت العلاقة بين الالتزام بالضوابط الأخلاقية والتأثير السلوكي بالمحتوى القيمة = -0.42 ، ارتباط سلبي متوسط، وهذا يدل كلما زاد الالتزام بالضوابط الأخلاقية، قل احتمال التأثير السلبي بالمحتوى (مثل تغيير القناعات أو التأثير النفسي).

أما في مجال العلاقة بين الالتزام الأخلاقي والتصرفات الإيجابية كانت القيمة = $+0.36$ ، ارتباط إيجابي متوسط وهذا يعني أن الأشخاص الأكثر التزاما بالضوابط الأخلاقية يميلون أيضا إلى التفاعل مع المحتوى الإيجابي (تعليم، تطوع، قيم إنسانية)، بينما العلاقة بين حرية التعبير المدركة والالتزام الأخلاقي كانت القيمة = -0.18 ، ارتباط ضعيف سلبي وهذا يدل أن بعض المشاركين الذين يشعرون بحرية كاملة قد يكونون أقل التزاما بالضوابط، بينما الذين يرون الحرية مقيدة يميلون أكثر للالتزام.

معامل الارتباط لبيرسون يبين عدد الساعات والتأثير النفسي كان ضعيف جدا وغير دال إحصائيا، القيمة كانت تقريبا قريبة من الصفر (≈ -0.06)، أي لا يوجد اتجاه واضح، وهذا يعني أن كمية الوقت وحدها لا تفسر التأثير النفسي، قد يكون العامل الأهم هو نوعية المحتوى أو طريقة التفاعل على سبيل المثال شخص يقضي ٢٠ ساعة في متابعة محتوى تعليمي قد لا يتأثر سلبا، بينما آخر يقضي ٥ ساعات في متابعة محتوى مليء بالتنمر قد يتأثر بشدة.

من جانب آخر، وعند مقارنة إجابات الذكور والإناث على سؤال التأثير النفسي (قلق أو توتر أو اكتئاب) الإناث أظهرن معدلات أعلى قليلا في الإشارة إلى التأثير النفسي السلبي، بينما الذكور كانت إجاباتهم أكثر ميلا إلى "لم أتعرض" أو "نادر"، هذا يعكس أن الإناث في العينة أكثر حساسية أو أكثر استعدادا للاعتراف بالتأثير النفسي مقارنة بالذكور.

مستخدمو إنستغرام أشاروا أكثر إلى التأثير النفسي (سواء إيجابي أو سلبي)، بينما مستخدمو فيسبوك أظهروا توازنا نسبيا، مع بعض التأثيرات الإيجابية (تعليم، قصص نجاح)، فيما مستخدمو منصة إكس ذكروا التأثيرات السلبية بشكل أوضح (تشويش، محتوى مثير للفوضى).

وفي ضوء هذا نجد أن الجنس قد يلعب دورا في طريقة التفاعل مع المحتوى وليس فقط في عدد الساعات، كما أن المنصة نفسها تؤثر فطبيعة المحتوى في إنستغرام (صور أو قصص شخصية) قد تؤثر نفسيا أكثر من فيسبوك (محتوى معلوماتي) أو إكس (محتوى جدلي).

ومن أهم الضوابط الأخلاقية المقترحة بناء على التحليل الكيفي للأجوبة احترام الخصوصية وعدم نشر صور الآخرين دون إذن، وتجنب العنصرية والطائفية وخطاب الكراهية إضافة إلى الالتزام بالصدق والدقة عند نشر الأخبار، واستخدام لغة مهذبة والابتعاد عن الشتائم، علاوة على تعزيز المسؤولية الرقمية والوعي بأثر المحتوى على المجتمع.

ومن المواقف الشخصية المؤثرة في المشاركين إيجابيا قصص إنسانية (تبرع بالأعضاء، إنقاذ الحيوانات، حملات تطوع)، بينما أثرت عليهم سلبا مواقف مثل التنمر أو الحسابات الوهمية، هذه المواقف تعكس أن المحتوى الرقمي قادر على إحداث تأثير وجداني مباشر في السلوك والقيم.

ومن أبرز المخاطر المرتبطة بحرية التعبير غير المنضبطة تأجيج الخلافات الاجتماعية والطائفية، نشر الشائعات والإساءة لسمعة الأفراد، والتأثير السلبي على المراهقين، والتدخل في شؤون الدول والحكومات، وتضخيم الأحداث البسيطة وإثارة الفوضى.

بالمقابل كانت الآليات المقترحة لتعزيز التوازن وضع إرشادات واضحة للاستخدام المسؤول وتوفير دورات توعوية للمستخدمين واعتماد أنظمة إشعارات تذكّر بأثر الكلمات وتفعيل سياسات مكافحة الشتائم والتنمر وتعزيز الرقابة الذاتية والمجتمعية بدلا من الرقابة القانونية الصارمة.

النتائج

- أظهرت العينة التزاما قويا بالضوابط الأخلاقية، خاصة في الخصوصية وتجنب الكراهية.
- المحتوى الرقمي قادر على إحداث تغييرات إيجابية (تعلم، تطوع) وسلبية (قلق، توتر).
- معظم المشاركين يشعرون بوجود حرية لكن مع قيود، ويؤكدون على ضرورة التوازن مع المسؤولية.
- الرقابة الذاتية والمجتمعية هي الخيار الأكثر قبولا، مما يعكس وعيا بأهمية المسؤولية الفردية والجماعية.
- المخاطر قائمة أبرزها الشائعات، التنمر، وتأجيج الانقسامات، ما يستدعي آليات عملية للحد منها.
- الحرية المطلقة قد ترتبط بضعف في الضبط الأخلاقي، بينما وجود قيود مجتمعية أو قانونية يعزز الالتزام.

التوصيات

- تعزيز برامج التوعية الرقمية في الجامعات والمجتمع.

- إدماج أخلاقيات الإعلام الرقمي في المناهج التعليمية.
- تطوير أدوات تقنية لرصد خطاب الكراهية والشائعات.
- تشجيع المستخدمين على الرقابة الذاتية عبر حملات توعوية.
- إجراء دراسات مقارنة بين الدول العربية والدول الأخرى لرصد الفروق الثقافية في التعامل مع حرية التعبير والمسؤولية.
- تعزيز برامج التوعية التي تربط بين الأخلاقيات والممارسات الإيجابية.
- تطوير أدوات داخل المنصات تذكّر المستخدمين بأثر كلماتهم وسلوكهم.
- تشجيع النقاشات المسؤولة مع الحفاظ على مساحة حرية التعبير.

خاتمة البحث

في ضوء ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج كمية ونوعية، يتضح أن أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية تمثل عاملاً حاسماً في تشكيل وعي وسلوك الجمهور، خاصة في ظل التوسع المتسارع لاستخدام هذه المنصات كمصادر رئيسية للمعلومات والتفاعل. أظهرت النتائج التزاماً مرتفعاً من قبل المستخدمين بالضوابط الأخلاقية، مثل احترام الخصوصية، وتجنب خطاب الكراهية، والتحقق من صحة المحتوى، وهو ما يعكس وعياً متزايداً بأهمية المسؤولية الرقمية.

وقد كشفت الدراسة عن وجود علاقة عكسية بين الالتزام الأخلاقي والتأثير السلبي بالمحتوى، وعلاقة إيجابية بين هذا الالتزام والتفاعل مع المحتوى الإيجابي، مما يعزز فرضية أن القيم الأخلاقية ليست مجرد مبادئ نظرية، بل أدوات عملية تؤثر في سلوك المستخدمين واتجاهاتهم، كما أظهرت النتائج تبايناً في تقييم حرية التعبير، حيث شعر بعض المشاركين بوجود قيود قانونية أو مجتمعية، بينما رأى آخرون أن الحرية الرقمية متاحة بالكامل، وهو ما يعكس التوتر القائم بين الانفتاح الرقمي والحاجة إلى التنظيم.

وتتنسق هذه النتائج مع ما طرحته نظرية المسؤولية الاجتماعية، التي تؤكد أن حرية التعبير يجب أن تُمارس ضمن إطار من الضبط الذاتي والالتزام بالمصلحة العامة، لا سيما في بيئات إعلامية مفتوحة، كما تدعم النتائج ما ورد في نظرية الاستخدامات والإشباع، حيث تبين أن المستخدمين لا يستهلكون المحتوى بشكل سلبي، بل يختارونه بناءً على حاجاتهم المعرفية والاجتماعية، ويتفاعلون معه بطرق تعكس قيمهم ومواقفهم. أما من منظور نظرية التأثير الإعلامي، فإن التغيرات التي أشار إليها المشاركون في قناعاتهم وسلوكهم نتيجة التعرض

للمحتوى الرقمي تؤكد أن المنصات الرقمية لا تكتفي بنقل المعلومات، بل تسهم في تشكيل الاتجاهات والقرارات الفردية.

وبناء على ما سبق، تؤكد الدراسة أهمية تطوير سياسات إعلامية وأدوات تقنية تعزز مناخا رقميا متوازنا، يضمن حرية التعبير دون الإضرار بالقيم المجتمعية أو الحقوق الفردية. كما توصي بتكثيف برامج التوعية الرقمية، وتفعيل آليات الرقابة الذاتية، وتشجيع إنتاج المحتوى الإيجابي، بما يسهم في بناء بيئة إعلامية رقمية أكثر مسؤولية وتأثيرا.

مصادر البحث

أولا: المراجع العربية

١. إبراهيم، ليديا صفوت". (2020). أخلاقيات النشر في الصحافة الرقمية المصرية والتحديات التي تواجهها: دراسة تطبيقية. "المجلة العربية لبحوث الإعلام، العدد (٢٩)، جامعة عين شمس، ص ص. ٩٠-٥٥.

٢. أحداث أنفو. (٢٠٢٥، أبريل) 81%. من المغاربة يستعملون مواقع التواصل الاجتماعي. "أحداث أنفو". تم الاسترجاع من <https://www.ahdath.info/article/239776> :

٣. أبو العز، إنجي". (2020). أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق: دراسة تحليلية من المستوى الثاني. "المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد (٤٣)، جامعة بني سويف، ص ص. ١١٢-٨٥.

٤. خيون، أ. ج.، وجريو، ز. ع". (2025). تأثير الذكاء الاصطناعي على صناعة الإعلام: الفرص والتحديات. "مجلة الشرق الأوسط للعلوم الإنسانية والثقافية، جامعة سومر، ص ص. ٢٥-٧.

٥. محمد، شريهان. (2021). الإعلام الرقمي: تشريعات وأخلاقيات النشر. القاهرة: دار الفكر العربي، ص ص. ١٤٣.

ثانياً: المراجع الأجنبية

1. Chung, C. J., Nam, Y., & Michael, A. S. (2017). "Exploring Online News Credibility: The Relative Influence of Traditional and Technological Factors". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 22(2), pp. 78–95.
2. Daud, N. M. (2018). "Trends & Future of the Malaysian Mass Media". محاضرة ، قُدمت في *Trends & Future of the Malaysian Mass Media* ضمن سلسلة محاضرات قاعة توانكو كانسلور، جامعة مالايا، كوالالمبور.
3. Ellison, N. B., Steinfeld, C., & Lampe, C. (2017). "The Benefits of Facebook 'Friends': Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), pp. 1143–1168.
4. Fuchs, C. (2022). *Digital Ethics: Media, Communication and Society*. London: Routledge.
5. Heinonen, K. (2018). "Consumer Activity in Social Media: Managerial Approaches to Consumer's Social Media Behavior". *Journal of Consumer Behavior*, 17(4), pp. 381–392.
6. Kumar, A. (2024). "Freedom of Expression vs. Social Responsibility on Social Media". *International Journal of Multidisciplinary Research and Growth Evaluation*, 1(3), pp. 45–53.
7. Smith, W. G. (2008). *Does Gender Influence Online Survey Participation? A Record-Linkage Analysis of University Faculty Online Survey Response Behavior*. ERIC Document ED501717.

8. Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. New York: PublicAffairs, pp. 10–35.

ملاحق

الاستبيان

عزيزي المشارك نضع بين يديك هذه الاستبانة العلمية، والذي يأتي ضمن إطار دراسة ماجستير بعنوان "أخلاقيات النشر على المنصات الرقمية ومدى تأثيرها على الجمهور بين المسؤولية الاجتماعية وحرية التعبير"، يهدف هذا الاستبيان إلى جمع آرائك وخبراتك حول سلوك النشر والاستهلاك للمحتوى الرقمي، ومدى وعيك بالضوابط الأخلاقية، وأثر هذا المحتوى على قناعاتك وتصرفاتك.

جميع الإجابات سرية تماما وتستخدم فقط لأغراض البحث العلمي. مشاركتك طوعية، ويحق لك الانسحاب متى شئت، يرجى قراءة الأسئلة بدقة واختيار الإجابة الأنسب أو كتابة ما تراه مناسباً في الأسئلة المفتوحة، شاكرين لك وقتك وتعاونك.

- البيانات الديموغرافية

الجنس:

ذكر - أنثى

العمر:

18–24

25–34

35–45

المستوى التعليمي

أقل من ثانوي - ثانوي - بكالوريوس - دراسات عليا

الدولة/المدينة..... : (اختياري)

المهنة

طالب

عامل/موظف

باحث/أكاديمي

غير ذلك (حدد)..... :

عدد سنوات استخدام المنصات الرقمية :

أقل من سنة

من ١ إلى ٣ سنوات

من ٤ إلى ٧ سنوات

أكثر من ٧ سنوات

- مستوى استخدام المنصات الرقمية

كم مرة تتصفح منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك/إنستغرام)

أسبوعيا - يوميا - عدة مرات في الأسبوع - نادرا - لا أستخدمها مطلقا

كم ساعة تقضي، بمعدل أسبوعي، على هذه المنصات؟

أقل من ٥ ساعات

من ٦ إلى ١٠ ساعات

من ١١ إلى ٢٠ ساعة

أكثر من ٢٠ ساعة

ما نوعية الأجهزة التي تستخدمها غالبا للتصفح؟

هاتف ذكي

حاسب مكتبي/محمول

جهاز لوحي/تابلت

أخرى (حدد)..... :

أي منصة تستخدمها بشكل أساسي؟

فيسبوك - إنستغرام - كلاهما - أخرى..... :

ما نوعية المحتوى المفضل لديك؟

أخبار- ترفيه - تعليم - رياضة - غير ذلك : (حدد)

- وعي أخلاقيات النشر

في رأيك، إلى أي مدى ترى أن هناك ضوابط أخلاقية لدى استخدامك أو نشرك للمحتوى؟

حرص دائم على الالتزام

أحيانا أراعي الضوابط

لا أضع ذلك في الحسبان

ما الدرجة التي توافق بها على العبارات التالية (أوافق بشدة / أوافق / محايد / لا أوافق / لا أوافق بشدة) ١-

(٥)

أتحقق من صحة المحتوى قبل نشره
أمتنع عن نشر أو مشاركة صور أو بيانات خاصة بالآخرين دون إذن
أحرص على احترام الحقوق الفكرية عند الاقتباس
أتجنب خطاب الكراهية أو الطائفية
ألتزم باستخدام لغة مهذبة في التعليقات والمشاركات

برأيك، ما أهم الضوابط الأخلاقية التي يجب مراعاتها عند النشر على المنصات الرقمية؟ (سؤال مفتوح)

- تأثير المحتوى الرقمي على الآراء والسلوك

هل سبق أن أثر عليك أحد أنواع المحتوى (إيجابيا أو سلبيا) تغييرا في رأيك أو سلوكك؟

نعم

لا

ما مدى موافقتك على العبارات التالية (مقياس ليكرت):

أشعر بأن بعض المحتوى يدفعني للتفاعل أو اتخاذ موقف تجاه قضية ما
سبق وتغيرت قناعاتي بعد تصفح محتوى رقمي
تعرضت لمحتوى أثر على صحتي النفسية (قلق/اكتئاب/توتر)
المحتوى الرقمي شجعني على القيام بتصرف إيجابي (تطوع، تعلم، إلخ)

هل تعرضت/ي لمحتوى تعتبره مسيئا أو مخالفا للأخلاقيات؟

كثيرا - أحيانا - نادرا - لم أتعرض

في حال تعرضك لمحتوى غير أخلاقي، ما عادة رد فعلك؟

إبلاغ إدارة المنصة - تجاهل - تعليق/مناقشة - مشاركة أصدقائي للتوعية

غير ذلك :

شاركنا موقفا شخصيا أثر فيك أثناء تصفحك للمنصات (إيجابيا أو سلبيا): (سؤال مفتوح)

- حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية

إلى أي مدى ترى أن المنصات الرقمية تتيح لك حرية التعبير عن آرائك؟

حرية كاملة - حرية مقيدة أحيانا - حرية محدودة غالبا - لا أشعر بحرية التعبير

هل سبق أن واجهت قيودا أو حظرا عند تعبيرك عن رأيك على المنصات الرقمية؟

نعم - لا

في تقييمك لمستوى توازن المستخدم العربي بين حرية التعبير والمسؤولية الاجتماعية على المنصات الرقمية، ترى أن: التركيز أكبر على الحرية - التركيز أكبر على المسؤولية - يوجد توازن جيد - لا يمكن الحكم بدقة

على أي من المستويات التالية ترى ضرورة التنظيم أو الضبط في النشر الرقمي؟

الرقابة الذاتية (المستخدم ذاته)

الرقابة المجتمعية (قيم المجتمع)

رقابة قانونية رسمية

لا حاجة لأي رقابة

من وجهة نظرك، ما هي أبرز المخاطر المرتبطة بحرية التعبير غير المنضبطة على المنصات الرقمية؟
اذكر اقتراحاً أو آلية عملية تعزز التوازن بين حرية التعبير والمسؤولية المجتمعية على المنصات الرقمية